

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### ***“PROPUESTA DE CAMPAÑA DE MARKETING SOCIAL RESILENCIA; DISFRUTAR REINICIAR, PARA DESINCENTIVAR EL CONSUMO DE DROGAS EN EL CBTA #233 DE TARÍMBARO”***

**Autor: Rebecca Velázquez González**

Tesis presentada para obtener el título de:  
**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Nombre del asesor:  
**M.C.C Melissa Aguilar Cuevas**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PROPUESTA DE CAMPAÑA DE MARKETING SOCIAL RESILIENCIA;  
DISFRUTA REINICIAR, PARA DESINCENTIVAR EL CONSUMO DE DROGAS  
EN EL CBTA #233 DE TARÍMBARO.

**TESIS**

**Que para obtener el título de:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**PRESENTA**

Rebecca Velázquez González

**ASESORA**

M.C.C. Melissa Aguilar Cuevas

CLAVE:16PU0012S

ACUERDO:LIC100401

Morelia, Michoacán



## AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios y a la vida por permitirme llegar a este punto de mi historia con salud y entusiasmo para lograr esta meta.

Quiero agradecer a mis padres: Carlos y Antonia por llevarme de la mano desde mis primeros años y nunca soltarme, gracias por su esfuerzo, pero principalmente gracias por creer en mí y ser mis fieles impulsores. A mis hermanos: Sofí y Carlos, por ser mis maestros de vida, gracias por su inmenso amor y apoyo.

Gracias Armando Antúnez García, por tu amor y apoyo, tu ayuda ha sido fundamental para la culminación de esta tesis, eres increíble.

Al Centro Bachillerato Tecnológico Agropecuario #233 de Tarímbaro, a sus estudiantes por brindarnos su confianza.

Gracias a la Dra. Katy por abrirme las puertas del Centro de Rehabilitación de adicciones “Trascender amor y vida”, y en especial gracias a sus pacientes por abrirnos su corazón y compartirnos sus testimonios.

A la Facultad de Ciencias de la Comunicación por ser parte de mi vida, a cada uno de mis profesores que compartieron conmigo su conocimiento y su excelencia académica y profesional desde el comienzo de mi carrera hasta su culminación, especialmente gracias a la Dra. María Guadalupe Trejo Estrada por ser una gran inspiración y ejemplo de lo que es ser una mujer inteligente y sobresaliente.

De manera especial, me gustaría expresar mi agradecimiento a mi asesora, la Lic. Melissa Aguilar Cuevas, por su tiempo, correcciones y motivación constante.

## DEDICATORIA

Esta tesis va por ustedes...

**Katia, Daniel y Alexander Rey Ornelas** , no tuve el gusto de coincidir con ustedes y aunque físicamente ya no se encuentran aquí lamento mucho que hayan buscado en las drogas las respuestas, este trabajo va por todos los que han perdido su vida tras sumergirse en una adicción.

También esta tesis va dedicada especialmente para el Doctor Sergio Rojas (q.e.p.d.), antes de fallecer contribuyó al desarrollo de la misma, gracias por esas 3 horas de plática, por compartirme su historia de vida y guiarme en este camino tan difícil de las drogas.

Este trabajo fue todo un reto, desde el principio hasta el fin, principalmente por la complejidad del tema, sin embargo, me motiva creer que, aunque individualmente no podamos resolver todos los problemas de la sociedad, todos y cada uno de nosotros podemos aportar algo que algún día se convertirá en parte de la solución.

A todos los adictos a sustancias.

## RESUMEN

El consumo de drogas a nivel nacional e internacional representa un grave problema de salud pública, las condiciones económicas, culturales, sociales e históricas han favorecido la prevalencia de este fenómeno, por años las políticas públicas de México se han centrado en la lucha contra el narcotráfico y no en la salud de las personas, quizás es la oportunidad para replantearnos si la estrategias utilizadas en las campañas enfocadas en combatir este fenómeno han sido las indicadas, por ello el presente proyecto presenta un Plan de Marketing Social que tiene como **objetivo** desincentivar el consumo de drogas en jóvenes que asisten a una institución educativa ya que estas podrían fungir como promotoras de dichas iniciativas.

**Método:** La población objetivo fueron estudiantes del Centro Bachillerato Tecnológico Agropecuario #233 de Tarímbaro. El tipo de muestreo que se utilizó fue no probabilístico, intencional, ya que se hizo una selección de 12 sujetos, de los cuales 41.66% fueron hombres y 58.33% mujeres. El instrumento que se utilizó fue entrevistas a profundidad semiestructuradas con preguntas correspondientes a tópicos como: Núcleo familiar, entorno escolar, causas, consecuencias y motivaciones en los jóvenes.

**Resultados:** Se encontró que la droga de iniciación es el alcohol, la mayoría de los sujetos afirmaron haberlo consumido por primera vez entre los 15 y 16 años, aunque algunos dijeron haberlo hecho desde los 12 años. Además, se observó que es en las fiestas donde mayormente se promueve el consumo de drogas, llegando a ser aceptado como una forma de ocio. También los resultados demostraron que existe relación entre el nivel de comunicación intrafamiliar y el desarrollo de drogodependencias en jóvenes que viven en entornos familiares disfuncionales.

**Conclusiones:** El trabajo de campo y los **resultados** obtenidos sugiere mejorar e innovar en acciones preventivas, encaminadas a informar y educar a los jóvenes desde edades tempranas, asimismo, se descubrió que utilizar campañas de Marketing social enfocadas en reforzar el lado positivo de no consumir drogas en vez de recriminar y persuadir mediante el miedo tendrían mejor resultados.

**Palabras claves:** consumo de drogas, jóvenes, adicción, marketing social.

## ABSTRACT

Drug use at the national and international level represents a major public health problem, economic, cultural, social and historical conditions have favored the prevalence of this phenomenon, for years Mexico's public policies have focused on the fight against drug trafficking and not in the health of people, perhaps it is the opportunity to rethink whether the strategies used in the campaigns focused on combating this phenomenon have been indicated, therefore this project presents a Social Marketing Plan that **purpose** to discourage consumption of drugs in young people who attend an educational institution and that these could function as promoters of initiatives.

**Method:** The target population was students from the Centro Bachillerato Tecnológico Agropecuario #233 de Tarímbaro. The type of sampling we used was non-probabilistic, intentional sampling, since a selection of 12 subjects was made, of which 41.66% were men and 58.33% women. The age of the subjects was between 15 and 18 years. The instrument used was semi-structured in-depth interviews with questions corresponding to topics such as: Family nucleus, school environment, causes and motivations in young people.

**Results:** It was found that the drug of initiation is alcohol, most of the subjects claimed to have consumed it for the first time between the ages of 15 and 16, although some said they had done so from the age of 12. In addition, it is realized that it is at parties where drug use is mostly promoted, becoming accepted as a form of leisure. The results also showed that there is a relationship between the level of intra-family communication and the development of drug addiction in young people living in dysfunctional family environments.

**Conclusions:** The field work and the results obtained suggest improving and innovating in preventive actions, aimed at informing and educating young people from an early age, likewise, we discovered that using social marketing campaigns focused on reinforcing the positive side of not consuming drugs in Instead of recriminating and persuading through fear, they would have better results.

**Keywords:** drug use, youth, addiction, social marketing.

# ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	III
<b>DEDICATORIA</b> .....	IV
<b>RESUMEN</b> .....	V
<b>ABSTRACT</b> .....	VI
<b>ÍNDICE</b> .....	VII
<b>INTRODUCCIÓN.</b> .....	VIII
<b>LAS ADICCIONES CONSUMEN A NUESTRA JUVENTUD</b> .....	VIII
<b>ANTECEDENTES.</b> .....	XII
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.</b> .....	XIX
<b>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:</b> .....	XXIII
<b>PREGUNTA GENERAL:</b> .....	XXIII
<b>PREGUNTAS PARTICULARES:</b> .....	XXIII
<b>OBJETIVOS</b> .....	XXIV
<b>OBJETIVO GENERAL: DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE MARKETING SOCIAL PARA DESINCENTIVAR EL CONSUMO DE DROGAS EN JÓVENES DEL CBTA #233 DE TARÍMBARO, MICHOACÁN.</b> .....	XXIV
<b>OBJETIVOS PARTICULARES:</b> .....	XXIV
<b>JUSTIFICACIÓN.</b> .....	XXV
<b>HIPÓTESIS.</b> .....	XXVI
<b>METODOLOGÍA.</b> .....	XXVII



<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>2</b>
<b>MARKETING SOCIAL COMO AGENTE DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1 Marketing</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2 Antecedentes y evolución</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Antecedentes y evolución del Marketing Social</b> .....	<b>7</b>
1.3.1 Marketing Social hoy en día .....	8
<b>1.3.2 Marketing social como agente de transformación social</b> .....	<b>10</b>
1.3.3 Diferencias y semejanzas del Marketing comercial con el Marketing Social. ....	13
1.3.4 Objetivos de Marketing social.....	16
1.3.5 Características del Marketing social.....	17
<b>1.4 Plan de Marketing</b> .....	<b>18</b>
1.4.1 Producto Social.....	20
1.4.2 Identificación de público meta .....	21
<b>1.5 Campañas sociales y su comunicación</b> .....	<b>23</b>
1.5.1 Desarrollo del proceso comunicativo en Marketing social .....	28
<b>1.6 Técnicas de Persuasión para fortalecer la estrategia de comunicación</b> .....	<b>31</b>
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>39</b>
<b>ADICCIONES Y DROGAS ILEGALES EN MÉXICO</b> .....	<b>39</b>
<b>2.1 Drogas</b> .....	<b>40</b>
2.1.1 Antecedentes generales.....	43
2.1.2 Las Drogas en el mundo .....	46
2.1.3 El consumo de drogas en México.....	48
2.1.4 Legislación en México .....	49
2.1.5 Consumo de Drogas en Michoacán .....	51
2.1.7 Factores de riesgo en consumo de drogas .....	55
2.1.8 Normalización del consumo de drogas .....	58
<b>2.2 El Narcotráfico en México</b> .....	<b>59</b>
2.2.1 El Narcotráfico en Michoacán.....	62
<b>2.3 Consecuencias y manejo de las Adicciones</b> .....	<b>64</b>
2.3.1 Dependencia .....	66
2.3.2 Tratamientos .....	66
<b>2.4 Tipos de drogas y sus efectos</b> .....	<b>68</b>
2.4.1 Estimulantes.....	69
2.4.2 Alucinógenos.....	71
2.4.3 Depresores.....	73
<b>2.5 Otros</b> .....	<b>75</b>

<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>82</b>
<b>DIAGNÓSTICO DEL CBTA 233 TARÍMBARO</b> .....	<b>82</b>
<b>3.1 Fundación histórica</b> .....	<b>83</b>
3.1.1 Delimitación del municipio.....	84
<b>3.2 Cultura</b> .....	<b>85</b>
<b>3.3 Demografía</b> .....	<b>86</b>
3.3.1 Educación.....	87
3.3.2 Aspectos económicos.....	88
3.3.3 Marginación.....	89
3.3.4 Pobreza.....	89
<b>3.4 Tendencia a la drogadicción en el CBTA 233</b> .....	<b>90</b>
3.4.1 Casos suicidios alumnos adictos .....	91
<b>3.5 Análisis situacional mediante un FODA</b> .....	<b>92</b>
<b>3.6 Motivaciones en los jóvenes para consumir drogas</b> .....	<b>99</b>
<b>3.7 Síndrome Amotivacional</b> .....	<b>104</b>
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>109</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>109</b>
<b>4.1 Nivel de investigación</b> .....	<b>109</b>
<b>4.2 Enfoque</b> .....	<b>109</b>
<b>4.3 Tipo de investigación</b> .....	<b>110</b>
<b>4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos</b> .....	<b>110</b>
4.4.1 Entrevista a profundidad .....	111
<b>4.5 Tamaño de la muestra</b> .....	<b>112</b>
<b>4.6 Sujetos del estudio</b> .....	<b>113</b>
<b>4.7 Prueba piloto</b> .....	<b>114</b>
<b>4.8 Recopilación de información</b> .....	<b>116</b>
<b>4.9 Análisis e interpretación de datos</b> .....	<b>160</b>
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>229</b>

<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE CAMPAÑA DE MARKETING SOCIAL PARA EL CBTA 233 DE TARÍMBARO .....</b>	<b>229</b>
<b>5.1 Propuesta de Campaña de Marketing social.....</b>	<b>230</b>
<b>5.2 Segmentación de la campaña.....</b>	<b>236</b>
<b>5.3 Plan de Medios .....</b>	<b>240</b>
5.3.1 Canales o medios que se utilizan .....	240
<b>5.4 Propuesta de contenido.....</b>	<b>242</b>
5.4.1 Costo de la propuesta.....	254
5.4.2 Soluciones complementarias.....	255
<b>5.5 Cronograma .....</b>	<b>256</b>
<b>CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>259</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>259</b>
<b>FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>282</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>283</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>290</b>
<b>ÍNDICE ILUSTRACIONES .....</b>	<b>295</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS .....</b>	<b>296</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>298</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>300</b>

# INTRODUCCIÓN

## **INTRODUCCIÓN.**

### **Las adicciones consumen a nuestra juventud**

¿Qué mundo le vamos a heredar a nuestros jóvenes, y qué jóvenes le vamos a heredar a este mundo?

-Sergio Rojas Bautista-

Ante el contexto actual y constante de un creciente aumento en el consumo de drogas en nuestro país, con tasas de consumo elevadas principalmente en adolescentes y jóvenes resulta impostergable la necesidad de conocer a este grupo vulnerable en específico y determinar posibles soluciones que sean capaces de promover un mejor estado para sociedad en general ya que el consumo de drogas no sólo afecta a los que lo practican sino a todos en general de una u otra forma.

El acceso a cifras de drogadicción nos permite comprender la magnitud del consumo de estupefacientes, de acuerdo al informe presentado por la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito del 2019, en el mundo hay 35 millones de personas que padecen trastornos por consumo de drogas, alrededor de 585.000 que se encontraban entre los 15 y 64 años perdieron la vida en el 2017 a consecuencia del consumo de las mismas, esto es un problema impostergable y evitable (Secretaría de Salud, 2019).

El consumo de drogas es un problema a escala mundial que repercute de forma negativa en la salud pública y el bienestar de toda la humanidad. El uso de drogas para fines recreativos representa un gran desafío para todas naciones y es que a pesar de que se han realizado incontables esfuerzos no han sido suficientes para erradicar o disminuir de forma significativa la drogadicción, esto se debe en gran parte porque nos enfrentamos a un fenómeno complejo y multifactorial.

Ante este panorama mundial, México no logra escaparse del problema, la edad de iniciación del consumo de drogas en los mexicanos oscila entre los 12 y 17 años, esto puede traer consecuencias graves ya que entre más joven se consuman estupefacientes aumenta el riesgo de desarrollar una adicción precoz (AACAP, 2014), esto se debe en gran parte a que el cerebro aún no se ha terminado de desarrollar, por ello los daños que reciben suelen ser irreversibles para el sistema biológico y neuroquímico.

Muchos son los factores que vuelven vulnerable a los jóvenes, la disponibilidad de las drogas, sumado a distintas problemáticas sociales como la desintegración familiar, la pobreza, cambios físicos y emocionales que caracterizan la adolescencia, entre otros, esto sumado a patrones socialmente aceptados en la cultura mexicana respecto al consumo de drogas ha propiciado un aumento en el uso y abuso de sustancias psicoactivas en la población joven de nuestro país.

Es importante mencionar también que una adicción en la adolescencia se desarrolla de una forma potencialmente peligrosa, ya que para el rango de edad que caracteriza a los adolescentes el cerebro aún no se encuentra desarrollado completamente, principalmente las regiones frontales del mismo, cabe destacar que ellas son las encargadas de controlar los impulsos y evaluar el riesgo, razón por la cual suena lógico que en la adolescencia y juventud sea una etapa de gran riesgo, además los circuitos de placer en los cerebros de los adolescentes se caracterizan por funcionar con una gran velocidad lo que hace que el consumo de alcohol y drogas resulte sumamente gratificante y tentador, más si esto representa para ellos un rito de rebelión mediante el cual lograrán su independencia.

En México, en los últimos siete años se ha experimentado un aumento del 47% en el consumo de drogas entre los menores de edad. Los adolescentes constituyen un grupo vulnerable al consumo de drogas, la mayoría anhelan dejar atrás su rol de niños y sentirse más independientes es por esa razón que se animan a experimentar con drogas como parte de un rito necesario para empezar su vida autónoma,

también el contexto social, individual y familiar influyen como factores de riesgo o protección dependiendo de las circunstancias en las que el individuo se desenvuelva. Para la población mexicana es común que desde chicos imitan ciertos patrones culturalmente aceptados como lo es el consumo de drogas legales e ilegales.

Sumado a lo anterior la desinformación respecto a los servicios de apoyo y tratamientos que existen es una realidad que hace de la drogadicción una de las principales amenazas a la salud pública, pese a ello, en México actualmente se ha puesto en consideración la legalización de la marihuana, los defensores de esta idea argumentan que de lograrlo se evitará que jóvenes pongan en riesgo su vida por conseguir la droga de forma clandestina con sujetos peligrosos relacionados al narcotráfico.

Ante este contexto diversas iniciativas se han lanzado para disminuir el problema, los medios de comunicación han sido partícipes en los esfuerzos realizados, sin embargo, la cruda realidad es que las cifras aumentan exponencialmente lejos de disminuir y cobran la vida de miles de jóvenes.

Tal parece que los mensajes que se han emitido a través de esas campañas no han logrado un cambio significativo para combatir el creciente fenómeno, quizás esto se deba a que la mayoría de ellas se han enfocado en criminalizar a los adictos o tal vez su duración no ha sido suficiente. Frente al aumento de cifras y problemáticas que giran alrededor del uso de drogas es que el Gobierno Mexicano a través del Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Hugo López Gatell Ramírez ha propuesto un cambio positivo en este paradigma, no más señalamientos hacia los adictos como criminales sino como humanos que padecen una enfermedad y que requieren apoyo, basándose en los derechos humanos, la salud, y la integridad de la personas (Centros de Integración Juvenil, 2019).

Para lograr resultados diferentes es necesario cambiar de enfoque y tomar acciones diferentes, se necesitan soluciones novedosas que tengan resultados positivos en

el combate al consumo de drogas, es imposible combatir dicho problema mediante métodos ordinarios y tradicionales.

Y justo al ver esa necesidad nosotros creímos conveniente realizar una propuesta de campaña diferente a las que se han aplicado, pensando en dicho objetivo fue que se nos hizo apropiado usar principios y herramientas del marketing social y estrategias de comunicación.



## **ANTECEDENTES.**

El consumo de drogas a nivel mundial desde hace décadas ha representado un problema social y de salud pública que tiene repercusiones en distintos ámbitos, desde el social, académico hasta el económico, ante esta situación diversos especialistas en salud se han dado a la tarea de diseñar estrategias que permitan coadyuvar en dicha problemática.

Cabe destacar que abordar un trastorno tan serio como lo es el consumo de drogas es un reto sumamente desafiante ya que existen múltiples investigaciones que han demostrado que una de las consecuencias del abuso de drogas a largo plazo son los cambios irreversibles que suceden en el cerebro y que persisten aún después de que la persona deja de consumir drogas, específicamente lo que dicen estas investigaciones es que los cambios químicos que experimenta el cerebro de un adicto traen consigo el cambio del comportamiento y la incapacidad de ejercer control sobre el impulso de consumir drogas.

Lo anterior explica el grado de complejidad que tiene crear estrategias enfocadas a disminuir el consumo de drogas, razón por la cual resulta evidente el porqué de tantos intentos y propuestas por coadyuvar en esta problemática de salud pública, sin embargo otro punto a destacar es que ante una participación activa tanto del adicto como de su familia abre una ventana de resultados positivos.

A pesar de que anteriormente las investigaciones sobre las drogas estaban a cargo de especialistas en medicina y psiquiatría, hay otras áreas de estudio que cuentan con aportaciones valiosas en el estudio del consumo de drogas, hablando desde una perspectiva antropológica que permite estudiar el contexto sociocultural diversos autores han coincidido en señalar la complejidad del fenómeno al mencionar que para comprender esta problemática hay que tomar en cuenta no solos cuestiones químicas del organismo, sino también el contexto social y aspectos políticos y económicos.

Haciendo un breve recorrido histórico sobre los antecedentes de las iniciativas que luchan contra el uso y abuso indebido de las drogas, desde principios del siglo XX en la primera conferencia internacional que se llevó a cabo sobre los estupefacientes en Shanghai (1901), se reconoció el abuso y tráfico de drogas como un problema mundial que requería desde ese entonces una solución global (ONU, 2021).

Para la primera mitad del siglo XX el alcoholismo era el mayor problema en relación con el consumo de drogas, las intervenciones se llevaban a cabo exclusivamente en lugares especializados como centros sanitarios que se centran en dar atención psiquiátrica, sin embargo, el problema no quedó ahí, siguió avanzando, para la segunda mitad del siglo, en los 80 drogas como la heroína irrumpieron en nuestra sociedad.

Por ello la Comisión de Estupefacientes (CND) fue creada por el Consejo Económico y Social (ECOSOC) en 1946 para ayudar a supervisar la aplicación de los tratados internacionales de control de drogas.

En 1985 nace el Plan Nacional sobre las Drogas, un año más tarde la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) lanzó su primera campaña enfocada en disminuir la drogadicción, dicha iniciativa llevaba por nombre “Engánchate a la vida”, el eje central de esta campaña radicó en invitar a los jóvenes a crear mensajes preventivos frente a las drogas, estas primeras campañas quedaron en la memoria de la sociedad al caracterizarse por ser impactantes y agresivas.

Para 1987, la Asamblea General de la ONU declaró el 26 de junio como el Día Internacional contra el Abuso de Drogas y Tráfico Ilícito como una forma de fortalecer la acción y la cooperación para lograr el objetivo de una sociedad internacional sin problemas de abuso de drogas.

Años más tarde en los 90 comenzaron a surgir nuevas presentaciones de estupefacientes, una de ellas la cocaína, que desde su inicio trajo consigo un aumento en los niveles de drogadicción a nivel mundial.

Ante este panorama la FAD lanza una de sus campañas más recordadas conocida como el gusano, es importante señalar que la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) lleva más de treinta años diseñando campañas que ayuden a disminuir el consumo de drogas, esto mediante la sensibilización. Dentro de las acciones que se han llevado a cabo por la FAD se encuentran campañas de prevención escolar, así como cursos presenciales y virtuales sobre las drogas, además se ha encargado de publicar múltiples investigaciones sobre los jóvenes, padres de familia, educadores y otros factores sociales relacionados con el consumo de drogas.

El Senado para el Estudio del Problema de las Drogas de España en 1995 elaboró un informe donde dejaba en claro que la prevención frente al abuso de drogas tenía que convertirse en un objetivo prioritario de la sociedad internacional, una tarea donde todos se tienen que involucrar, tanto los poderes públicos, de las ONGs, de la comunidad escolar, de la familia y de los medios de comunicación.

Después de múltiples campañas, una de las conclusiones a las cuales ha llegado la FAD es que tanto la educación como la comunicación en el ámbito familiar son clave para prevenir el consumo de drogas en la adolescencia, e inclusive se descubrió que son factores de protección ante la drogadicción.

Haciendo un recuento de las campañas de la FAD a través de los años, nos dimos cuenta de que se encuentran en constante evolución, esto resulta necesario al enfrentarse con un fenómeno que también se encuentra en evolución continua, de esta forma es como sobre la marcha se han podido mejorar las campañas gracias a las aportaciones científicas y tecnológicas.

Sin embargo, también otro factor ha hecho cada vez más compleja la tarea de disminuir el consumo de drogas, nos referimos a la gran disponibilidad que hay para conseguir un producto de esta gama, por ello en la actualidad uno de los pilares básicos de las iniciativas ha sido informar a la sociedad sobre los riesgos y consecuencias del consumo de drogas.

Una de las últimas campañas del FAD ha sido “Mirando al futuro”, en la cual el eslogan es “Cuántas más cosas construyas en tu vida, menos espacio dejarás para las drogas”, con ello se busca motivar a los jóvenes de que llenen su vida de cosas positivas.

En el caso específico de México, a partir de los años 20 comenzaron a desarrollarse investigaciones de tipo cuantitativo sobre el consumo de drogas a medida que pasaron los años las metodologías de investigación utilizadas fueron mucho más elaboradas, lo anterior permitió que se desarrollarán las iniciativas formales.

Actualmente, en Estrategia Nacional de Drogas 2021-2030 el Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA) se ha comprometido en proteger a los niños y adolescentes principalmente frente al consumo de drogas, así como retrasar lo máximo posible el consumo de cualquier tipo de drogas, afirmó el Director Nacional de Senda, Carlos Charme (SENDA, 2021).

Los elementos que conforman la Estrategia Nacional de Drogas son: Sistema Senda, un método integral para realizar intervenciones, así como el Plan Nacional “Elige Vivir Sin Drogas”. Estas iniciativas también cuentan con el respaldo del Observatorio Nacional de Drogas, así como el Sistema de Alerta Temprana (SAT), que busca mediante un reporte sensible y ágil llevar un registro de consumo de nuestros jóvenes ante nuevas sustancias psicoactivas.

Es importante señalar que la prevención desde el ámbito escolar es un recurso poco explotado, ya que muchas veces estas iniciativas suelen ser esporádicas, sí con información abundante, pero muchas veces enfocadas a persuadir mediante el miedo, además de que se centran en las drogas ilegales como si las legales no causarían ningún daño a la salud.

Por lo tanto, los centros de enseñanza pueden ser un lugar ideal para implementar campañas educativas, sin embargo, no hay que perder de vista el núcleo familiar así como el entorno social, todos estos aspectos tienen que ser contemplados en una iniciativa para que esta sea integral y más eficiente.

Así como la educación es un factor clave en cualquier intento de prevención, realizar los estudios suficientes así como la empatía para detectar los diversos factores que incentivan a un adicto a consumir drogas son puntos muy importantes, nos referimos a algunas variables como: la genética, el ambiente familiar, el entorno social donde se encuentra el individuo, disponibilidad de las sustancias psicoactivas, así como el marco legal de las mismas, los lazos afectivos y comunicación que se tenga con sus núcleos primarios, conocimientos previos que tenga respecto a las sustancias, otro punto relevante aquí es el marketing que tienen las drogas legales y la percepción sociocultural sobre las mismas.

Todos los factores mencionados deben tomarse en cuenta en una iniciativa que pretenda disminuir las drogas, ya que problemas complejos requieren soluciones completas.

Una de las conclusiones que podemos plantear al revisar los antecedentes ya mencionados es que todo es mejorable y si algo se ha visto es que las iniciativas entre más constantes y continuas sean tienen más probabilidades de conseguir mejores resultados.

Cada vez la edad del primer contacto con las drogas es más prematura, eso vuelve impostergable esta problemática, de ahí la necesidad de abordar a los jóvenes desde edades más tempranas es un punto clave, ya que se sabe que cuesta más el combatir una problemática que prevenirla, porque está comprobado que cuanto mayor es la edad de iniciación de las personas al consumir drogas, menor es el riesgo de desarrollar problemas de adicción.

Otro punto importante ha sido la detección de los objetivos realizados por las iniciativas ya mencionadas, los cuales se basan en generar una cultura de rechazo a las drogas y el fomento de estilos más saludables de vida, mediante dos de los objetivos básicos de la comunicación, educar e informar.

Con lo anterior podemos observar que el consumo de drogas ha sido abordado desde diversas perspectivas; desde la médica, antropológica y psicológica, sin embargo, hay otras áreas de estudio que hacen falta tomar en cuenta para usar sus herramientas y conocimientos para diseñar soluciones más integrales, es así como proponemos como posible ciencia especializada que podría ayudar al marketing social.

El investigador Fernando Martínez Gascón ha sido uno de los expertos que han denominado al marketing social como una herramienta invaluable en el tratamiento de problemáticas sociales (Gascón, 2008, p.33-42). Los antecedentes han demostrado que el marketing no se limita al ámbito comercial, su metodología también permite identificar y satisfacer las necesidades de tipo social y espirituales.

Por lo anterior, esta tesis pretende desarrollar una propuesta de campaña de marketing social que tenga como principal objetivo desincentivar el consumo de drogas en jóvenes de entre 15 y 18 años que actualmente se encuentren estudiando el Nivel Medio Superior.

Diversas campañas de marketing social que se presentan más adelante, se ve plasmada la necesidad de promover las campañas sociales como alternativas a la solución de problemas sociales.

De los antecedentes encontrados es importante mencionar algunos aspectos relevantes para el presente proyecto de investigación, que tiene como objetivo principal el diseño de una campaña publicitaria orientada a disminuir el consumo de drogas en el CBTA #233 de Tarímbaro.

En primer lugar, tenemos la Campaña de Marketing Social contra el Trabajo Infantil (Corleto, Rosa Aguirre, & Ventura Medrano, 2010), lo que tenemos en común con dicha iniciativa y la aquí presente, es el objetivo en general, ya que se busca crear conciencia en la sociedad sobre un problema mediante una campaña de marketing social que en el caso del antecedente se llama “Mis manitas” y que tiene por eslogan la siguiente frase: Mis manitas solo deben jugar y estudiar y en nuestro caso le pusimos “Resiliencia” a la campaña y nuestro eslogan es Disfruta reiniciar.

Además, se rescató del antecedente ya mencionado que utilizaron una segmentación de público específica y una determinada red de canales de distribución lo que resulta ser clave para que una campaña pueda alcanzar sus objetivos. También su ejemplo nos recuerda que es importante tener previsto un presupuesto y diseñado un cronograma con las actividades que conforman el Plan estratégico de la campaña de publicidad social y una propuesta gráfica que nos permita pilotar antes de aplicar nuestra propuesta (Corleto, Rosa Aguirre, & Ventura Medrano, 2010).

En un segundo antecedente es una tesis que utiliza el proceso del marketing social en una Unidad de Atención y Prevención de la violencia familiar en una delegación específica (Xochimilco), dicha investigación nos presenta al marketing social como una alternativa que promueve ideas que pretenden influir en conductas negativas que perjudiquen a la sociedad, razón por la cual ven factible realizar un Plan de marketing social, pero para poder hacer eso coinciden con nuestro trabajo que es importante mostrar que el marketing social tienen como principal objetivo generar cambios en el comportamiento negativos de las personas para generar beneficios a la sociedad, un marketing sin ánimo de lucro (Cleto, Hernández López, & Pacheco Gómez, 2010).

Por su parte los autores Domingo Comas y Javier Arza hacen énfasis en la necesidad de poner en práctica programas de prevención de las drogodependencias flexibles, que no respondan a una metodología rígida o general que aplique a la sociedad internacional, sino como un esfuerzo multidisciplinario que debe nutrirse de constantes investigaciones que permitan dirigir los esfuerzos a un público en específico (Comas, Arza, 2000).

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

La drogadicción es un problema multifactorial de grandes dimensiones que afecta a un gran porcentaje de personas alrededor del mundo; no solamente sufren los que adquieren el hábito de consumir alguna droga, sino todo su entorno, lo que empieza como adicción termina muchas veces en un delito, se vive en una sociedad enferma que carece de conocimientos al respecto, señalando como debilidad moral el consumo de drogas más que como un problema de salud pública.

De acuerdo al informe presentado por la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito del 2019, en el mundo hay 35 millones de personas que padecen trastornos por consumo de drogas, alrededor de 585.000 personas de 15 a 64 años perdieron la vida en el 2017 a consecuencia del consumo de las mismas (UNODC,2019), esto es un problema impostergable y evitable.

Es cierto que la drogadicción no es un problema moderno, de hecho hay registros que comprueban que nuestros ancestros consumían algún tipo de estupefaciente como parte de sus rituales o aprovechando sus propiedades para coadyudar en el tratamientos de algunas enfermedades, es decir las drogas naturales han acompañado a la humanidad desde tiempos inmemorables, sin embargo, en la actualidad ha pasado de un uso a un abuso.

En un mundo globalizado no es de sorprenderse que cada vez se encuentren disponibles más sustancias psicoactivas que alteran el comportamiento perjudican de forma irreversible las funciones cerebrales, también es importante señalar que se han descubierto métodos de administración más eficaces, lo anterior ha mencionado que las adicciones sean cada vez más mortíferas.

Además ante el ritmo acelerado de nuestras vida, las drogas llegan a la vida de los miembros de la sociedad cada vez de forma más prematura, esto trae consigo consecuencias muy graves ya que el grupo más vulnerable ante la drogas son los adolescentes. Consumir drogas en esta etapa de la vida puede provocar cambios drásticos en nuestro Sistema Nervioso.



Es importante señalar que ante la reciente crisis sanitaria a causa del COVID-19, incrementaron los índices de consumo de drogas, esto en gran parte porque el confinamiento que se llevó a cabo a raíz de la pandemia que incrementó los problemas de salud mental, así como los niveles ansiedad y estrés, sumado a esto la falta de materias primas para la elaboración de drogas orilló a los productores a comenzar a inventar nuevas sustancias, ante ello la Organización de las Naciones Unidas, ha declarado que se estima que hay más de 900 drogas nuevas, sin duda esto aumenta la necesidad de abordar la problemática de la drogadicción.

Otro aspecto a destacar es que a través de los años se ha tratado las drogodependencias como un problema de voluntad, sin embargo, desde hace años se ha comprobado que una adicción a las drogas es una enfermedad que involucra áreas cerebrales específicas que modifican el comportamiento de los adictos, ya que involucra factores neurobiológicos, psicológicos y mentales.

A pesar de los esfuerzos realizados en todo el mundo para combatir la drogadicción, en una de las Asambleas Generales de las Naciones Unidas se llegó a la conclusión de que problema sigue siendo un problema mundial, atentando contra la salud pública, la seguridad y el bienestar de la humanidad, particularmente de los niños y jóvenes.

Esta tesis fue pensada para tratar de aportar conocimientos que ayuden a disminuir la drogadicción en los jóvenes; a través de una clase de marketing en específico que es el social.

Fue seleccionado el marketing social porque sabemos que su principal objetivo es promover ideas que influyan de manera positiva en el comportamiento de un grupo social para lograr que sus integrantes cambien conductas que resultan ser nocivas para ellos y las personas que los rodean.

El trabajo del marketing social se debe llevar a cabo por personas que tengan la intención de servir al prójimo sin ninguna ganancia monetaria, apostando por el cambio de conductas y actitudes en pro del bienestar de la sociedad.

Lo que se pretende es el diseño de una propuesta de campaña de marketing social, la cual estará enfocada en promover una educación sobre las drogas y consciencia sobre las consecuencias que tiene consumirlas, la educación es la clave.

El objetivo principal fue diseñar una campaña que realmente tocará los sentimientos de público objetivo y generará en ellos un cambio positivo, se enfoca en la población del rango de edad perteneciente a los 15 y 18 años, ya que son los que consumen más droga en la actualidad en México.

El **capítulo I** muestra las características que hacen del marketing social una de las mejores alternativas para llegar a nuestro público objetivo, debido en gran parte a que esta tipología del marketing se encarga de promover ideas y acciones que promuevan bienestar en la sociedad.

El concepto de marketing social es relativamente nuevo y no muy conocido respecto al marketing comercial, por ello en esta tesis nos encargamos de recolectar los elementos que integran al marketing social, el Plan del Marketing Social, sus características, el proceso comunicativo de campañas de marketing social, la identificación de su público meta y la determinación de objetivos.

En el **capítulo II** se aborda brevemente los antecedentes del consumo de drogas a nivel internacional y nacional y el impacto que esto sigue teniendo en la actualidad, un resumen del contexto de la problemática, así como conocimientos que nos acerquen a la magnitud de la problemática y cómo es que podremos hacer nuestra pequeña aportación. Este capítulo también aborda algunos de los factores que incentivan el consumo de drogas, así como las consecuencias que traen las mismas ,lo que sirve para sustentar más adelante algunas de las estrategias del plan de marketing social para nuestra campaña.

En el **capítulo III** se presentan las características de la investigación que utilizamos para darle fundamento a este proyecto, integrando el planteamiento del problema, las preguntas de investigación, los objetivos, la justificación de la elección del tema, la hipótesis, el diseño de la investigación y su respectivo trabajo de campo. La

información obtenida en este capítulo inspiró a la toma de decisiones de la mayor parte de la campaña.

En el **capítulo IV** se expone una evaluación realizada en el CBTA #233, que consistió en el análisis de la situación que se vive en esa institución en relación al consumo de drogas, esto con el afán de acercarnos más a los jóvenes y para asentar una base general sobre sus motivaciones para consumir drogas.

El **capítulo V** muestra la propuesta diseñada con base en los resultados y al análisis de las entrevistas a profundidad realizadas a nuestros grupos de sujetos de estudio que estuvo conformado por: cuatro alumnos del Cbta #233 que no consumen drogas, cuatro alumnos que consumen de forma constante, cuatro que solían consumir de forma constante drogas y las superaron. También se aborda el Plan de medios que fue seleccionado para implementar la propuesta, los canales y medios de comunicación que creímos más aptos para este tipo de campaña y la propuesta de contenido como producto social.

## **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:**

### **Pregunta General:**

¿Cuáles son los elementos clave para desarrollar una campaña de marketing social para lograr desincentivar el consumo de drogas en adolescentes mexicanos entre 15 y 18 años?

### **Preguntas Particulares:**

¿Cuáles son los factores de riesgo que ocasionan el consumo de drogas en los jóvenes?

¿Qué motivos podrían influir para que los jóvenes dejen de consumir drogas?

¿Qué estrategias de marketing social podrían promover un cambio de hábitos en los jóvenes?

¿Qué estrategias de marketing social podrían lograr desincentivar el consumo de drogas en los jóvenes de 15-18 años?

¿Cuáles son los efectos, riesgos y tratamientos de las drogas? Y ¿De qué manera podríamos abordar a los jóvenes para que se informen mejor al respecto?

¿Qué tipo de contenido podría tener un impacto positivo en los jóvenes para sensibilizarlos respecto al consumo de drogas?

¿Qué tácticas de persuasión podrían modificar la percepción de los participantes respecto al consumo de drogas?

¿Qué técnicas de persuasión podrían ayudar a que el joven cambie su estilo de vida por uno más saludable y consciente?

## OBJETIVOS

### Objetivo general:

Diseñar una campaña de marketing social para desincentivar el consumo de drogas en jóvenes del CBTA #233 de Tarímbaro, Michoacán.

### Objetivos particulares:

- Identificar los factores de riesgo que ocasionan el consumo de drogas en los jóvenes.
- Identificar qué motivaciones tienen los jóvenes para dejar de consumir drogas.
- Identificar estrategias del marketing social para promover cambio de hábitos y comportamiento que resulten favorables.
- Generar estrategias de marketing social para desincentivar el consumo de drogas en los jóvenes de 15-18 años.
- Realizar campañas de información que den a conocer efectos y riesgos de las drogas así como los tratamientos que existen.
- Crear contenido audiovisual positivo para invitar al joven a tener una mejor calidad de vida lejos de las drogas.
- Modificar la percepción de los participantes respecto al consumo de drogas como forma de independencia.

## JUSTIFICACIÓN.

Frente al panorama actual, esta investigación y propuesta de marketing social es oportuna ya que pretende aportar elementos positivos en el desarrollo de campañas de marketing social destinadas a desincentivar el consumo de drogas, un problema de grandes dimensiones en el país, ya que ha afectado a un gran porcentaje de la población y en general a toda la sociedad, dicha propuesta se diseñó con el objetivo de beneficiar en primera instancia a los alumnos del CBTA # 233 Tarímbaro, una vez aplicada en la institución educativa y comprobada su efectividad dicha propuesta podría aplicarse en muestras más grandes.

Este trabajo resultó ser relevante debido a la delicada situación por la que atraviesa el país en cuestión al consumo de drogas, se han llevado a cabo múltiples campañas para darle solución a esta problemática social pero los resultados se han quedado cortos en relación al crecimiento de la problemática.

Esta problemática no solo es una cuestión local, sino internacional, en la actualidad hay más de 35.6 millones de personas que sufren trastornos por consumo de drogas, de ellos solo una de cada ocho personas que necesitan tratamientos lo reciben.

Tener una sociedad enferma por las adicciones no solo traerá graves consecuencias para el futuro, sino en nuestro presente, el adicto sufre un importante daño cerebral y físico que afecta de forma directa su desempeño en la sociedad, desde lo laboral hasta lo familiar, esto desembocará en familias desintegradas, alza en niveles de pobreza y violencia.

Por ello una de las aportaciones principales de este estudio es recordar la falta de aprovechamiento de diversas herramientas y disciplinas como el marketing social para encontrar los elementos claves que nos permitan desarrollar una campaña que logre concientizar a los jóvenes sobre el consumo de estupefacientes y lo más importante, desincentivar su uso ya que esto modifica su comportamiento y los incapacita como miembros conscientes y responsables dentro de la sociedad.

## **HIPÓTESIS.**

Ante la evolución del problema del uso de drogas las campañas que se dedican a enfrentar dicha problemática también tienen que evolucionar, dejar de ser prohibicionistas y persuasivas mediante el miedo para apostar por opciones más creativas y con diferente enfoque a las tradicionalmente usadas, por ello la creación de propuestas de marketing social enfocadas en reforzar el lado positivo de no consumir drogas son una buena alternativa en el tratamiento de problemas sociales como lo es el consumo de drogas.

Diseñar una propuesta de campaña de marketing social enfocada en el Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario respondiendo a las necesidades de cada uno de los nichos del público meta puede generar mejor aceptación de la campaña.

# METODOLOGÍA.

## ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN

### 1. Identificación del tipo de hipótesis planteada

La hipótesis planteada es de tipo descriptiva, ya que describe los elementos que se tienen que desarrollar en la propuesta de campaña social para que esta pueda funcionar como alternativa en la solución de indisciplinas sociales.

### 2. Lógica de la investigación

La lógica de investigación que estaremos utilizando en el desarrollo de la misma es la Cualitativa, ya que no buscamos cantidad sino la cualidad dentro de nuestra investigación, por lo cual la nuestra es un estudio de **enfoque cualitativo**, de tipo **descriptivo y transversal**, ya que los sujetos de estudio fueron evaluados una única vez. El proceso general de la investigación cualitativa de acuerdo al autor Sampieri permite enfocarnos en las experiencias de los participantes, cabe destacar que la investigación cualitativa tiene múltiples ventajas como la capacidad interpretativa de las respuestas, esto resulta ideal para esta problemática en especial que busca entender las motivaciones de los sujetos de estudio (Sampieri, 2010).

El enfoque que estamos usando en el presente estudio es el **fenomenológico**, ya que nos permite entender cómo se sienten los individuos.

### 3. Selección del lugar

El lugar donde se desarrolló el presente estudio fue dentro de las instalaciones del CBTA 233, ubicado dentro de la Zona Metropolitana de Morelia, en el municipio de Tarímbaro, Michoacán, ya que esta institución ha identificado como uno de sus principales problemas el consumo de drogas por parte de la comunidad estudiantil, inclusive dentro de los antecedentes del plantel se encuentran suicidios por parte de un jóvenes adictos.



Las autoridades encargadas de dicha institución se mostraron accesibles para proporcionar contactos necesarios para la aplicación de la entrevista que generaría información valiosa para la construcción de la propuesta.

#### **4. Selección de los sujetos de estudio de la investigación**

Se tomaron en cuenta grupos de estudiantes del CBTA #233 de Tarímbaro, Michoacán, que están entre los 15 y 18 años, debido en gran parte a que de acuerdo con información proporcionada por la Secretaría de Salud en Michoacán (SSM), los jóvenes que más consumen drogas en el estado son los que tienen entre 12 y 17 años (Centro de Integración Juvenil, A.C., 2018).

El tipo de muestreo que utilizamos en esta tesis fue muestreo no probabilístico, intencional ya que se hizo una selección de los 12 individuos para ser entrevistados. Algunos de los criterios que se tomaron en cuenta para su selección fue ser actualmente estudiantes del CBTA #233 y tener entre 15-18 años.

#### **5. Diseño de instrumentos para el levantamiento de datos**

Consideramos pertinente el uso de entrevistas a profundidad semiestructuradas para conocer e interpretar a nuestro público objetivo, las entrevistas a profundidad permiten que el entrevistador perciba las reacciones que tiene el entrevistado respecto a ciertos temas que son de gran interés para la investigación, además de que el análisis de las respuesta permite ponerse en el lugar de los jóvenes, punto clave para desarrollar una propuesta que logre conectar con ellos y generar empatía.

#### **Objetivo del instrumento**

Explorar el significado que tiene cierta experiencia como lo es el consumo de drogas para cada individuo.

# CAPÍTULO I

## Marketing Social como agente de transformación social

*“La publicidad es una fuerza como la electricidad, que no solo ilumina sino que electrocuta. Su valor para la sociedad depende de cómo se use”.*

*-J. Walter Thompson-*

# CAPÍTULO I

## Marketing Social como agente de transformación social

*“La publicidad es una fuerza como la electricidad, que no solo ilumina sino que electrocuta. Su valor para la sociedad depende de cómo se use”.*

-J. Walter Thompson-

### 1.1 Marketing

Para la American Marketing Association (A.M.A), organización profesional de marketing, la Mercadotecnia es: “La actividad y conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general” (American Marketing Association, 2017).

El Marketing en la actualidad ha sido reconocido por los resultados que ha tenido en el ámbito comercial-empresarial, logrando que los productos o servicios sean requeridos por los consumidores. El principal objetivo del Marketing es captar al consumidor, para lograr esto es necesario una serie de pasos dentro de un proceso bien estructurado, del cual dependen muchas empresas en la actualidad, la pieza clave del juego es tener la mayor cantidad de información sobre nuestro target, tenemos que conocerlo lo más posible, inclusive más que el mismo.

Para el Dr. Philip Kotler, considerado el padre del Marketing moderno, elegido como el primer líder en Marketing por la Asociación Americana de Marketing (AMA), la Mercadotecnia es: “la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio” (Mesquita, 2018), con ello reconocemos al Marketing como una disciplina que se encarga de estudiar, comprender el comportamiento y las necesidades del mercado con el objetivo de crear un producto o servicio que capte el mayor número de consumidores y que al mismo tiempo estos desarrollen una lealtad hacia la empresa.

Hay muchos autores que dan su propia definición de la Mercadotecnia, a continuación, algunos ejemplos:

Hay muchos autores que dan su propia definición de la Mercadotecnia, a continuación, algunos ejemplos:

De acuerdo con el Chartered Institute of Marketing de Inglaterra. “El Marketing es el proceso de gestión responsable de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del cliente de forma rentable” (Conexionesan, 2016), es importante crear una relación entre la empresa y el consumidor, esto con el propósito de convencer al cliente de elegir cierto producto o servicio, logrando una retribución monetaria para la empresa u organización que se lo haya proporcionado. La empresa que ofrece un producto o servicio siempre debe estar comprometida por completo con su público objetivo para poder transmitir los valores de la marca y lograr que sus clientes se identifiquen con la misma.

En opinión del autor Saúl Colt, la Mercadotecnia es crear una experiencia irresistible que logre una conexión con la gente (Silva, 2016) , esto puede resultar una tarea muy compleja pero una vez alcanzado dicho objetivo es indudable que los resultados serán efectivos respecto a la impresión que cause en el público meta, para lograrlo es necesario fijar un plan de objetivos, estrategias y tácticas.

Podemos encontrar cientos de definiciones y conceptos que se asemejan entre sí o que cuentan con algunas diferencias, pero en general los autores y las instituciones coinciden en que la Mercadotecnia, globalmente llamada Marketing es centrar los esfuerzos, tanto económicos como comunicativos, para encontrar la mejor forma de satisfacer las necesidades del cliente, también llamado consumidor.

## 1.2 Antecedentes y evolución

La Real Academia de la Lengua Española (2005) admite la palabra mercadotecnia para hablar de un conjunto de principios y tácticas que buscan propiciar el comercio , sin embargo, no se limita al uso de esta palabra, ya que en la edición XXI aceptó el vocablo marketing ya que es habitualmente más usada en el mundo empresarial, es por esa razón que cuando mencionemos marketing o mercadotecnia nos referiremos a la misma ciencia.

En el comienzo de las civilizaciones antiguas no se tiene registro de ningún tipo de escrito sobre el marketing o algún término que tenga relación con dicha disciplina, pero esto no quiere decir que nuestros ancestros no realizaran ciertas actividades que implicarán dicha disciplina; como la comercialización.

Rassuli (1988) hace énfasis en que si bien la referencia histórica del marketing en el área académica es muy reciente, sus prácticas o manifestaciones han estado presente desde siglos atrás, desde el comienzo de las civilizaciones, esto tiene mucho sentido porque desde el principio del desarrollo de las culturas ha existido una relación de trueque-comercio para intercambiar productos o servicios y satisfacer necesidades (García, 2010).

El auge del comercio trajo consigo el apogeo del intercambio de varios productos que simbolizaban poder y glamour como lo era la seda, especias, porcelana, tintas chinas, a pesar de que no se tenía previo conocimiento de los principios del marketing al comercializar los productos estos tenían logotipos que los definían de los otros productos que se ofrecían en el mercado.

En la actualidad existen infinidad de marcas, con diferentes estrategias que buscan darle una identidad definida a sus productos o servicios en la mente del consumidor y aunque parece que esto ha sido un invento moderno, las marcas han existido desde el apogeo de las civilizaciones, un ejemplo es que el Rey Nabucodonosor de Babilonia, marcaba con su nombre cada ladrillo utilizado en las construcciones, esto quizás parecía una simple demostración de ego pero era más

que eso, era publicidad ya que cada vez que más personas leían su nombre en importantes construcciones le atribuía más respeto y popularidad al monarca y a su marca que era su propio nombre.

El período exacto donde surgió la mercadotecnia como ciencia formal difiere según los estudios y la percepción de distintos autores, algunos dicen que nació en 1450 a la par de invento de la imprenta de Johannes Gutenberg, ya que esta innovación permitió la difusión de ideas con mayor facilidad y de forma masiva (Cortez, 2016).

Otra forma de la publicidad que desde la antigüedad nuestros ancestros nos han inculcado es colocar anuncios publicitarios en eventos masivos, los comerciantes aportaban cierto porcentaje de dinero para que esto fuera posible, popularmente se llaman de esta forma a los patrocinadores, un claro ejemplo de esta táctica en la antigüedad eran los eventos en el anfiteatro de Pompeya que era donde se llevaban a cabo las luchas de los gladiadores, para solventar el alto costo que este tipo de eventos tenía, los más ricos proporcionaban dinero para hacer posible el espectáculo a cambio de que sus nombres estuvieran en carteles en dicho lugar para que los espectadores los recordaran y tuvieran mejores relaciones ya fuera de amistad, política o comercio con ellos (Castillo, 2013).

Para Naghi fue durante el feudalismo, que surgió la mercadotecnia como nueva ciencia de estudio, los autores que defienden dicho argumento hablan de necesidad de adquirir ciertos productos, por la escasez de algunos de ellos en esa época, consecuencia de cambios climatológicos, políticos, sociales, es por ello que para satisfacer esas necesidades básicas los seres humanos comenzaron a intercambiar bienes o valores entre familiares, amigos o simplemente conocidos , comenzando una red de mercado (Mohammad, 1985).

Fue entonces que esta disciplina comenzó a realizarse con más formalidad, años más tarde otro suceso de relevancia internacional fue la Revolución Industrial en la segunda mitad del siglo XIX que dio pie al completo desarrollo de la mercadotecnia gracias a la alta demanda por parte de las empresas que intentaban satisfacer las

necesidades de la población. A partir de ahí es que se han ido desarrollando diferentes conceptos y definiciones de la mercadotecnia como ciencia.

Estados Unidos es considerado la cuna del marketing como ciencia ya que los primeros pasos formales para su conformación sucedieron en dicha nación, en primer lugar fue Lewis Weld (1914), quien presentó a la Asociación Económica Americana su investigación sobre la “Distribución de mercado”, considerada la primera investigación científica del marketing, años más tarde en 1915 se publica el siguiente trabajo sobre el marketing: “Algunos Problemas de la Distribución”, obra escrita por Shaw, es considerada el primer libro sobre la disciplina (Carasila, 2008).

Otro acontecimiento importante para el desarrollo del marketing fue la creación de la “American Marketing Association” (AMA) en 1937, esta asociación se ha encargado de promover las investigaciones científicas sobre el conocimiento del marketing, en 1960 la asociación daría a conocer la primera definición oficial del concepto marketing: “La realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el productor al consumidor o usuario” (García, 2014). Este hecho resultó ser piedra angular en la consolidación de la disciplina, desde ese momento se han multiplicado las investigaciones y aportaciones al concepto para ampliar sus límites sobre el contenido.

Hay un hecho que sin duda marcó un punto importante en el desarrollo del marketing, las encuestas de consumo realizadas por Nielsen y Gallup (Parra & Echeverry, 2007), donde se podía observar una rústica, pero bien lograda investigación de mercados para esa época, fue a través de los años y gracias a los estudios hechos por varios apasionados por el marketing que el término fue evolucionando.

### 1.3 Antecedentes y evolución del Marketing Social

El marketing social es una disciplina dentro de la mercadotecnia que comenzó su desarrollo en la década de los 70's, su aplicación especialmente se concentró en los ámbitos de salud pública, protección del medio ambiente, derechos humanos, prevención de delitos, nutrición, cuidado de las personas de la tercera edad, promoción de la cultura del reciclaje, etcétera.

El concepto de marketing social fue utilizado por primera vez en el año 1971, con la publicación de un número especial del *Journal of Marketing*, en donde Kotler y Zaltman, proponían seguir los postulados del marketing comercial en áreas sociales, evidenciando el gran alcance que podía tener el concepto en organizaciones sin ánimo de lucro, para la difusión de ideas y comportamientos beneficiosos para la sociedad (Roche, 1991).

El marketing va más allá de satisfacer las necesidades de consumo y uso de bienes, ya que detecta las necesidades de tipo social, humanitarias y también espirituales que muchas veces están en el olvido. Las técnicas y herramientas del marketing convencional han demostrado ser muy eficientes a la hora de lograr sus objetivos, es por ello que en un afán de aportar bienestar a la sociedad se desarrolló el marketing social.

Dicho en palabras de los máximos representantes del marketing moderno, el marketing social es: “[...] el diseño, implementación, y control de programas pensados para influir en la adaptación de ideas sociales e implicando consideraciones de planificación de producto, precio, comunicación, distribución, e investigación de marketing” (Kloter & Zaltman, 1971).

El campo de acción de este tipo de marketing es más amplio ya que se extiende a organizaciones sin fines de lucro, fundaciones e inclusive al servicio del Estado, las empresas no quedan fuera ya que a pesar de perseguir ganancias ven en el marketing social una oportunidad para demostrar a sus clientes que ellas mismas están comprometidas con la sociedad y la ecología.



La estrategia del marketing social comienza centrándose en su público objetivo, en conocer sus características, necesidades y deseos, por esta razón es indispensable la realización de una investigación a profundidad del segmento de población a los cuales vaya a enfocarse una campaña de este tipo.

### 1.3.1 Marketing Social hoy en día

Philip Kotler y Eduardo L. Roberto (1992), grandes exponentes del marketing, consideran que el marketing social es llevado a cabo cuando una organización conduce todos sus esfuerzos hacia un grupo (agente de cambio), el cual intenta persuadir a otros (adoptadores o mercados meta) a que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y comportamientos (Kotler & Roberto, 1992).

Hoy en día muchas marcas utilizan estas estrategias para volverse más humanas y empatizar con los públicos. Principalmente en la actualidad con el tema de las bolsas de plástico muchas marcas se han dedicado a la conservación del medio ambiente, creando conciencia en sus consumidores para que utilicen una bolsa reciclable de su casa y así evitar seguir consumiendo de forma desmedida las bolsas de plástico.

La Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA) ha realizado campañas de marketing social de alto impacto para frenar el problema del racismo especialmente en el mundo futbolístico. Otra campaña de esta organización que ha sido catalogada como una de las más emotivas de la historia del marketing social, fue la campaña que tuvo como uno de sus principales elementos un cortometraje narrado por los campeones mundiales de fútbol, quienes leían cartas escritas por soldados que vivieron en la primera guerra mundial y que fueron testigos de un acontecimiento inspirador, una tregua en plena guerra entre Francia y Reino Unido con el objetivo de estar en paz esa noche buena de 1914 (Neetwork Business School, s.f.).

Este tipo de campañas nos da una lección, cuando el mensaje es emotivo y claro el impacto positivo es casi garantizado porque somos humanos y somos emocionales.

Otro ejemplo de empresa que se ha apoyado de estas estrategias de marketing social ha sido la famosa marca Coca Cola, sus campañas han abordado temas como el deporte, la lucha contra el bullying, la discriminación, no por nada Coca-Cola ha sido reconocida en muchas ocasiones como expertos en realizar cualquier tipo de marketing.

La Federación Internacional de Automóvil (FIA), no se ha quedado atrás en el desarrollo de campañas de marketing social con el propósito de hacer conciencia sobre los accidentes de tránsito a nivel mundial. Una de las características especiales de estas campañas es que utilizan figuras importantes y reconocidas a nivel internacional del mundo automovilístico para promover la importancia de la seguridad vial.

Una organización que se ha destacado en promover campañas de marketing social es Greenpeace, en específico algunas de ellas se han enfocado en combatir la caza indiscriminada de ballenas logrando resultados positivos mediante este tipo de iniciativas.

El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) también ha optado por apoyarse en estrategias del marketing social para reducir la contaminación ambiental que provocan en gran parte el deshielo del círculo polar ártico.

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), es una de las organizaciones más grandes del mundo que tiene como misión principal trabajar en pro de los niños más necesitados a nivel mundial, sus campañas de marketing social son reconocidas por su impacto positivo. De las iniciativas más recientes ha sido reubicar a niños que se encuentran en zonas de peligro debido a la guerra de Siria.

One World ha sido una de las campañas de marketing social que más repercusiones ha tenido en Estados Unidos, promoviendo la donación de órganos como una

oportunidad de vida, a partir de estas iniciativas en Estados Unidos el porcentaje donante ascendió a un 1.2%, la cifra más alta en los últimos 30 años.

Amnistía Internacional, cada año se da a la tarea de crear campañas de marketing social en contra de los regímenes que oprimen a poblaciones enteras y violan sus derechos como seres humanos.

Stonewall es una ONG británica, que en el 2016 lanzó una campaña enfocada en deshacerse de las terminologías despectivas hacia el mundo gay, el público inglés no solo aceptó estas iniciativas sino que las vieron con una actitud muy positiva para contribuir.

Guns with stories lanza iniciativas para hacer conciencia sobre el uso de armas como una conducta que ha lastimado a miles de personas.

En conclusión el marketing social ha evolucionado a través de los años, gracias a las aportaciones y mejoras que han realizado en el campo, vivimos en la era de la tecnología donde el apogeo de esta ciencia se encuentra en constante evolución, inclusive el internet ha funcionado como aliados y difusores de las mismas.

### **1.3.2 Marketing social como agente de transformación social**

El Marketing Social a la par de su evolución ha ganado un papel más protagónico a la hora de beneficiar a la gente al promover soluciones a problemas sociales. Podemos observar que a través de los años se han desarrollado campañas que buscan reducir el consumo de tabaco, alcohol o diferentes estupefacientes para mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Los primeros proyectos de estrategias de marketing social a nivel internacional se diseñaron para luchar contra hábitos de consumo de drogas, luego de comprobar el efecto positivo que tenían, se implementó en otros campos relacionados con: la

nutrición, planificación familiar, prevención de violencia y de discriminación, etcétera (Lugo, 2015).

En la actualidad ante la preocupación de la sociedad por hacerse más responsable de sus actos se han abordado problemáticas sociales que anteriormente no se tenía contempladas, esto se entiende porque al paso de los años las necesidades evolucionan, nuevas problemáticas surgen o aumentan.

Temas nuevos en el marketing social pueden ser enfermedades emergentes, la huella del hombre en el medio ambiente, extinción de animales, pérdida de culturas y lenguas indígenas y muchos tópicos más que así lo requieran.

La planificación y el desarrollo de estrategias de mercadotecnia diseñadas para lograr concientización y disminución de consumo de drogas constituye uno de los más grandes retos no sólo de México sino del mundo entero, ya influir en el cambio del comportamiento es una tarea muy compleja ya que un hábito (aunque sea nocivo) persiste de forma automática, los hábitos tienen un gran poder a nivel cerebral, además el individuo cree que hace lo correcto (Mayasari, 2012), o probablemente lo ve como un problema sin importancia que no tiene graves consecuencias, como lo es el consumo de drogas por parte de los jóvenes.

Las campañas de marketing social están diseñadas para que la ciudadanía se active en el ejercicio de sus derechos humanos como consumidores (salud, seguridad, medio ambiente libre contaminantes, a la información, a la libertad de elección, a vivir en paz, intimidad personal, etcétera) (Álvarez, 2015).

Aunque se han reconocido las bondades del marketing social no deja de ser un hecho la complejidad que existe para implementar sus estrategias, lo que lleva a que este proceso a diferencia del marketing comercial requiera de más tiempo y análisis a profundidad.

**Ventajas del marketing social ideales para el desarrollo de una campaña:**

El marketing social tiene estrategias y herramientas que pueden ayudarnos a contribuir al bienestar social, ya sea respaldados por organismos públicos, privados o en la comunidad en general.

El objetivo primordial del marketing social es influir en la conducta de las personas para lograr un bien social, es parte del conjunto de ventajas que nos ofrece tipología del marketing, además muchas veces promueve la reflexión sobre problemáticas convocando la participación de varios sectores y disciplinas para lograr los objetivos sociales que nos competen a todos.

Las investigaciones que se han realizan previamente al desarrollo de una propuesta de marketing social pueden aportar conocimientos en el área estudiada, es por ello que el marketing social es idóneo y aplicable en cualquier campo donde se pretenda influir en la conducta de las personas, específicamente en el sector salud que es el correspondiente a nuestro tema de estudio.

### 1.3.3 Diferencias y semejanzas del Marketing comercial con el Marketing Social.

El marketing social como ya lo mencionamos en el apartado anterior corresponde a tipología del marketing en general, tiene características muy específicas que lo diferencian de cualquier otro tipo del marketing como es el marketing comercial, conocido por gran parte de la sociedad, por ello a continuación recordamos en donde radican las principales diferencias y semejanzas entre el marketing social y el marketing comercial.

El enfoque principal del marketing social es promover comportamientos que favorezcan el desarrollo de la sociedad, por otra parte el marketing comercial está enfocado en la venta de productos o servicios.

El objetivo principal del marketing utilizado en esta tesis fue buscar el bienestar individual y colectivo, mientras que las empresas que se dedican a aplicar el marketing comercial en sus campañas ven como objetivo principal lucrar con las necesidades y deseos de los clientes para obtener un beneficio monetario, y hablando de necesidades público es importante señalar que el marketing social busca satisfacer necesidades sociales y no necesidades individuales como lo hace el comercial.

Al momento de seleccionar el segmento objetivo (target) de cada uno de los tipos de marketing, el social se basa en criterios que le indiquen cuales son las necesidades sociales que hay que atender, dirigiéndose a un grupo social mucho más amplio y homogéneo, mientras el comercial por su parte elige un sector de la sociedad más reducido, que le produzca beneficios económicos y que sea acorde con el producto ofrecido.

Para el marketing comercial su competencia está formada por otras empresas que venden productos o servicios igual o similares que satisfagan la misma necesidad, pero para el marketing social la competencia no son las organizaciones que se dedican a desarrollar campañas con sus mismos objetivos sino todo lo contrario, su

competencia directa son aquellas empresas que están interesadas en mantener las conductas no deseadas.

Hablando del financiamiento de las campañas de marketing social, los promotores de ellas buscan patrocinadores que colaboren sin esperar remuneración alguna, solo impulsados por la motivación social o la construcción de una imagen de marca relacionada, caso contrario es la financiación para el marketing comercial que es constituida por empresarios que invierten su dinero esperando resultado en bienes materiales.

Para un buen desarrollo de propuestas de iniciativas de marketing social es importante que quienes trabajen en el desarrollo de las mismas se identifiquen con las ideas y comportamientos que se busca promover, esto no siempre sucede en las campañas comerciales ya que lo único importante de ellas es que el producto o servicio genere las máximas ventas posibles.

Otro elemento importante que representa una diferencia entre el marketing social y el comercial radica en el seguimiento de resultados, una vez aplicada la campaña de marketing social, los creadores de dicha iniciativa tienen que evaluar los resultados mediante índices de aceptación, eficacia, cobertura e impacto que tuvo la campaña para examinar si se lograron los objetivos previamente establecidos, como vemos es muy complejo el procesos de análisis de resultados , no se compara con la forma de estudiar los resultados de una campaña de marketing comercial donde el indicador más importante es la cifra que se obtuvo mediante la venta de productos a los clientes.

Todo lo anterior constituyen las diferencias que consideramos las más importantes entre esos tipos de marketing, sin embargo, también existen ciertas semejanzas que son importante destacar:

En ambos tipos de marketing es necesario definir un público objetivo en el cual enfocarán sus esfuerzos para seducir. La segmentación de audiencias resulta de un paso clave para tener éxito en las campañas de marketing, existen varios tipos

de segmentación: Geográficos, demográficos, socioeconómicos, conductuales y por actividades.

Para llegar realmente a las fibras más profundas del corazón es necesario conectarse emocionalmente con nuestro público objetivo, esto es posible mediante un storytelling o narrativa con la cual sienta empatía nuestro target, pero para lograrlo es de vital importancia tener bien segmentado nuestro público y así conocer su comunicación, sus motivaciones más profundas que lo impulsan a la realización de determinado comportamiento.

Todas las tipologías dentro del marketing comparten la base teórica y pasos similares dentro de un proceso de elaboración de campañas, que podrían resumirse en los siguientes puntos: hacer un análisis del micro y macro ambiente para después planificar, ejecutar y evaluar las campañas diseñadas para la venta de productos ya sea dentro del campo comercial o social

Por muchas razones, es probable que el marketing social sea más complejo que el marketing comercial , ya que trata de modificar el comportamiento humano para promover beneficios que no siempre se logra que todos lo vean de esa forma y lo compartan, todo esto por la complejidad que radica en entender, cambiar y mejorar el comportamiento humano.



#### 1.3.4 Objetivos de Marketing social

Hablar de metas y objetivos son dos conceptos diferentes, un objetivo es algo que quiere alcanzarse en determinado período mientras que metas por su parte son fragmentos de un objetivo, tanto en términos como en plazos de realización.

Los objetivos se traducen como los compromisos de una organización en cuanto al producto o servicio que está ofreciendo a su público objetivo. Un objetivo en marketing es algo que se quiere alcanzar en determinado tiempo, este puede tomar diferentes formas, como el querer obtener un volumen físico de ventas, ganancias, porcentaje de participación de mercado o porcentaje de personas que asocian imagen del producto y atributos de comportamiento.

La principal tarea del marketing social es:

Identificar la necesidad social: el punto de partida es la identificación de la problemática social en un grupo de individuos, familias o comunidades, para después, mediante técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, determinar la necesidad social y el grupo de personas que requieren de una oferta social.

Actualmente cada vez es mayor el número de empresas y organizaciones no lucrativas que se interesan en hacer aportaciones a la sociedad por medio de los objetivos del marketing social.

### 1.3.5 Características del Marketing social

El marketing social es una subdivisión del marketing que tiene una serie de características particulares que definen su esencia y lo diferencian del marketing comercial.

Sus principales características son:

- El objetivo fundamental del marketing social es influir en la conducta de la sociedad.
- Los comportamientos de los miembros de la sociedad son el foco principal de atención de la disciplina, lo primero que se hace es definir un objetivo concreto de cambio social que se pretende conseguir con el apoyo de las herramientas y principios del marketing social.
- El cambio que se busca motivar en el comportamiento de la sociedad tiene que perdurar por un largo plazo para considerar que la iniciativa de marketing social alcanzó sus objetivos.
- El producto o servicio resultado del marketing social posee características propias y no tiene un precio comercial, se construye identificando las necesidades principales del segmento de nuestros receptores. Este producto debe motivar a las personas a que abandonen hábitos nocivos (consumo de drogas).

Hay dos tipos de producto social el tangible y el intangible, en este caso se diseñó un producto social intangible, ya que nuestro principal propósito fue cambiar la forma de pensar en relación al consumo de drogas.

El marketing social aspira a influir en la audiencia meta, de forma que modifique su comportamiento o adopte uno nuevo que le resulte beneficioso para su salud, las campañas de marketing social tienen como objetivo principal promover mejores

estilos de vida, esto para reemplazar las conductas nocivas que ocasionan la problemática social que muchas veces está estrechamente con la salud pública.

#### 1.4 Plan de Marketing

*“Los planes no son nada: la planeación lo es todo”.*

-Dwight Eisenhower-

Para transformar el sueño en realidad, es fundamental elaborar un buen plan de marketing, detallado, perspicaz y formal. Un plan es una guía, un camino que nos lleva hacia el objetivo.

El Plan de marketing social que proponemos se enfocó en poner especial atención en las necesidades y pensamientos de nuestro público objetivo y lograr a través de las emociones conciencia sobre el consumo de drogas.

En el caso específico de un plan de marketing, es un documento que resume la planeación, éste, a su vez, es un proceso de intenso raciocinio y coordinación de personas, recursos financieros y materiales cuyo objetivo principal es la verdadera satisfacción del consumidor.

El plan de marketing social de acuerdo a Philip Kotler y Eduardo L. Roberto se puede estructurar de la siguiente forma (Kotler & Roberto, 1992):

- 1) Investigación y análisis de los posibles destinatarios del Programa.
- 2) Evaluación de la situación actual.
- 3) Análisis F.O.D.A
- 4) Objetivos y problemas del Programa de marketing social.
- 5) Evaluación de estrategias de marketing social

- 6) Diseño del programa.
- 7) Pruebas piloto de las estrategias.
- 8) Ejecución del plan de marketing social.
- 9) Control del programa de marketing social.
- 10) Evaluación del plan de marketing social.

La planeación es la principal actividad del profesional de marketing, para lograr su completa realización es indispensable tener dominio sobre el proceso, reduciendo incertidumbres y los riesgos, especialmente en costos e inversiones.

Todo profesional de marketing que pretende alcanzar el éxito debe planear de manera sistemática sus acciones, teniendo claro desde el principio de dónde viene, dónde está y para dónde va.

La planeación bien elaborada permite acciones rápidas y precisas y el plan de marketing nos orienta cuando aparecen obstáculos imprevistos.

Un Plan de Marketing social operativo, es un conjunto de decisiones que hacen uso de la mezcla de mercadotecnia social, a continuación, Kotler propone una lista de pasos que se deben seguir en un programa o Plan de Marketing social :

1. Definir los objetivos del cambio social
2. Analizar las actitudes, creencias, valores y conductas del grupo a quien se dirige el plan.
3. Analizar procedimientos de comunicación y distribución.
4. Elaborar un plan de marketing.
5. Construir una organización de marketing para que ejecute el plan.

6. Evaluar y ajustar el programa para que sea más eficaz en la elaboración del plan estratégico, es fundamental que la selección de los objetivos se efectúe de tal forma que se contemplen los intereses de la empresa.

#### 1.4.1 Producto Social

Una de las diferencias principales entre el marketing comercial y el social radica en el producto. En marketing social se denomina producto social o causa social. El concepto de producto social hace referencia al diseño de los programas, campañas y acciones que tienen como objetivo promover una idea en beneficio de la sociedad. El producto social es el resultado de una buena investigación y análisis del público meta.

Antes de brindar el producto social al público meta es necesario hacer pruebas de pilotaje para garantizar que ya es un producto apto para la sociedad.

Cada producto social responde a determinado tipo de demandas, Philip Kotler y Eduardo L. Roberto nos sugieren que existen los siguientes tipos de demanda (Kotler & Roberto, 1992):

- 1) Demanda latente
- 2) Demanda insatisfecha
- 3) **Demanda dañina**

Aquí es importante hablar ampliamente de este tipo de demanda, ya que es la que nosotros identificamos con la presente propuesta de marketing social. La demanda dañina es cuando el público meta tiene ideas perjudiciales como son el consumo de drogas o manejar con exceso de velocidad o haciendo caso omiso a los anuncios de no conducir en estado de ebriedad.

Para lograr que este grupo en específico abandone estas conductas nocivas, es necesario brindar un producto, idea o práctica que sustituya satisfactoriamente el motivo por el cual realizan acciones dañinas.

- 4) Demanda dual
- 5) Demanda abstracta
- 6) Demanda irregular
- 7) Demanda vacilante

El siguiente paso después de identificar el tipo de demanda de nuestro público objetivo, fue necesario realizar una segmentación de la misma para realmente concentrarnos en determinado segmento y diseñar un producto que cubriera la necesidad social.

Cuando pensamos en el diseño de dicho producto fue determinante que la idea fuera atractiva y deseable para los grupos en los cuales iba enfocada la propuesta.

Hablar de crear el deseo de obtener un producto social no hace referencia a la venta de un producto o servicio, pues no se trata del marketing comercial, sino provocar modificar comportamientos mediante el ya mencionado producto social.

#### 1.4.2 Identificación de público meta

Hay muchos problemas en el mundo, en el presente trabajo nos enfocamos en tan solo uno de ellos, la aplicación de una campaña no puede ir enfocada a una población en general, ya que esto disminuiría el nivel de eficacia, aplicando la frase, menos es más, si abarcamos un público meta bien definido podremos concentrar los esfuerzos en actuar sobre ellos.

En marketing social la selección de un grupo determinado de la sociedad se conoce como segmentación del adoptante objetivo, permite brindarle un producto pensando específicamente en satisfacer sus necesidades de manera más efectiva.

Para que un producto o servicio tenga éxito en el mercado es necesario previamente haber hecho una investigación que identifique el público meta, de igual forma en un programa de marketing social es fundamental previamente haber realizado una investigación sobre las motivaciones, deseos, creencias y actitudes de nuestro público objetivo.

Dentro del marketing social los segmentos responden a diferentes características de las cuales podemos resaltar cuatro variables. Las variables son las siguientes:

- Geográfica

Variables: Región, tamaño de la ciudad, densidad, clima.

- Demográfica

Variables: Edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo vital de la familia, ocupación, escolaridad, religión, raza y nacionalidad.

- Conductual

Variables: Ocasiones oportunas para realizar la campaña, beneficios, situación del adoptante, tasa de uso, situación de lealtad, disposición, actitud frente a la causa, conocimiento de la causa, influencias sociales.

- Psicosocial

Variables: Clase social, estilos de vida, personalidad.

Cabe destacar que dentro de cada variable se tiene que tener a consideración diferentes elementos de acuerdo a la categoría de la segmentación, esto se ve especialmente desarrollado en las influencias sociales dentro de las variables de la categoría conductual, en la cual es importante considerar la cultura, la subcultura grupos de referencia (familia, amigos, compañeros de trabajo, partidos políticos, iglesias, líderes de opinión).

## 1.5 Campañas sociales y su comunicación

En el libro *Social Marketing strategies for changing public behavior* (1989), Philip Kotler ; puntualiza en los antecedentes de campañas destinadas a producir un cambio dentro de la conducta social, haciendo énfasis en que no son iniciativas de reciente creación y uso, sino que su existencia data de varios siglos atrás, textualmente Philip Kotler lo dice con las siguientes palabras:

“En la antigua Grecia y Roma las campañas fueron creadas para promover la libertad de esclavos, mientras que en Inglaterra se utilizaron durante la Revolución Industrial para promover el voto de la mujer y para evitar los abusos a menores en el campo laboral” (Kotler & Roberto, 1992).

Estamos hablando de que las campañas sociales llevan ya un tiempo siendo usadas como un recurso clave para incitar cambios de conducta que puedan conducir a mejoras en la sociedad.

El presente proyecto es un claro ejemplo de una campaña social que fue pensada para promover un cambio positivo en la sociedad, en este caso en peculiar una mejora significativa en los jóvenes de México que consumen drogas.

Las características que poseen este tipo de iniciativas, autores como Charles T.Salmón las denominan como intervenciones sociales dentro de un contexto social que así lo necesite (Salmón, 1989: 20,21).

Una campaña social consiste en el conjunto de esfuerzos enfocados en generar un cambio, su objetivo principal independientemente del tema, es tratar de persuadir a los destinatarios para que accedan a modificar determinadas actitudes o conductas frente a una determinada situación que los ponga en vulnerabilidad. El cumplimiento de los objetivos se traduce idealmente como un bienestar para la sociedad.

Sin duda uno de los principales actores en la difusión de campañas sociales son los medios de comunicación masiva, hacer uso de ellos permite difundir las ideas principales de determinada propuesta y que además éstas promuevan alguna



alternativa al comportamiento que se pretenda cambiar y aunque esta respuesta no se refleje de inmediato si tenga cierto impacto positivo en el cambio de hábitos nocivos.

A lo largo de la historia los esfuerzos que se han dedicado al desarrollo y promoción de campañas de carácter social han sido muchos, pero dentro de ellos destacan algunos por sus resultados como lo son:

“Programa Stanford para la prevención de enfermedades cardíacas”, parte de su estrategia consistió en desarrollar el Proyecto “Ciudad-Cinco” (Five City Project), con el objetivo de motivar a los fumadores para que dejen el tabaco.

“Programa Nacional de Educación sobre alta presión sanguínea”. Sus siglas son NHBPEP, fue desarrollado en 1972 en los Estados Unidos, después de unos estudios que indicaron que la alta presión era un factor de riesgo para muertes repentinas o problemas del corazón, como esto no era información muy conocida por la población se creó ese programa para informar a la sociedad sobre las causas de la alta presión, así como un tratamiento oportuno.

Otros ejemplos son:

- La Acción mundial en contra del sida (noviembre, 1998).
- La prevención femenina (abril, 1997).
- El hombre Condón Látex (enero, 1999).

Es importante mencionar que Canadá destaca por ser uno de los países más involucrados en el marketing social, los programas sociales que más han tenido impacto en esta nación han sido:

- Realmente YO (1996), hablamos especialmente de esta campaña, ya que tenía como objetivo principal la prevención de abuso de alcohol y uso de drogas.
- CANDO (1997) Iniciativa que promovía un movimiento destinado a proteger el aire y el medio ambiente en general. El éxito de dicha campaña radica en su

imagen positiva y atractiva. El mensaje era claro y sencillo de poner en práctica, puesto que les mostraba que acciones podían hacer para aportar algo en la resolución de dicho problema como es la contaminación de aire, su mensaje principal era “Deseo respirar aire limpio”.

En relación con el marketing y la comunicación social hay elementos imprescindibles en el desarrollo de una campaña social:

- El primer punto es la relevancia de conocer a nuestro mercado, sus características, hábitos de consumo, preferencias, motivaciones, etcétera, estos datos pueden contribuir a la influencia que se puede lograr en el comportamiento de nuestro mercado.

Una vez que tenemos una síntesis de información sobre nuestro mercado es momento de desarrollar la propuesta del producto social, que consiste en las ideas y las conductas que deseamos implementar, lo que se propone es “vender” una conducta que aporte a la sociedad beneficios.

El contenido de los mensajes tiene que tener incentivos para que la persona afectada por el problema social objeto de la campaña se convenza de seguir las recomendaciones.

Además, es necesario facilitar alternativas a nuestro grupo social para que realmente crean que si invierten su tiempo y esfuerzo, nuevos y mejores caminos para su bienestar lo recompensará.

Los propósitos generales de una campaña social se pueden resumir en los siguientes:

- a) **Formar**, un criterio claro con datos e información veraz para que las personas tengan conocimientos confiables sobre el tema, en este caso son las drogas, esto nos ayuda principalmente como una forma de prevenir, ya que muchos jóvenes se encuentran en una postura neutra que los hace ser vulnerables ante

el consumo de sustancias nocivas para su salud, tan solo por probarlas y sentir lo que se siente.

El primer paso tiene la característica de ser informativo y educativo para que los individuos sepan cómo actuar frente a la problemática.

- b) **Cambiar**, muchas veces no contamos con la información básica de algún tema, hablando específicamente de las drogas con la información recolectada en las entrevistas de profundidad nos dimos cuenta, de que la mayoría de los jóvenes ha escuchado hablar de las drogas, pero no conocen por completo acerca de ellas.

Muchas veces comienzan su consumo nada más por experimentar algo que socialmente los hace sentir aceptados por su círculo cercano por ello uno de los propósitos más importantes dentro de una campaña social es brindar información clara y nueva, que los haga dudar de lo que se supone que saben, de forma que al ponerla en duda se ve motivada a saber más del asunto y generar un cambio.

- c) **Reforzar** mediante estímulos emocionales información de modo que creamos un vínculo de confianza y empatía entre nuestro público meta y el mensaje de nuestra campaña para motivarlos a realizar acciones que los beneficien.

### **Tipos de campañas sociales**

En el texto Marketing social de Philip Kotler y Eduardo L. Roberto (Kotler & Roberto, 1992), encontramos una propuesta de clasificación de tipos de campañas sociales de la cual hablaremos a continuación, pero antes cabe recalcar que la forma de realizar una determinada campaña depende de los objetivos previamente establecidos, así como de las necesidades que serán la nos clave para saber con qué intención comunicativa deben conformarse y anunciarse los mensajes, dicho esto las campañas sociales se clasifican en:

- **Campañas de educación pública**

El objetivo principal de esta campaña es promocionar un nuevo conocimiento a las personas, el cambio social beneficioso es que gracias a esa información las personas se vuelven más conscientes de cierto tipo de problemática.

- **Campañas orientadas a la acción**

Invitan a las personas a que realicen cierto acto en tiempo determinado. El primer paso de este tipo de campañas es informar a la audiencia sobre la importancia de la acción, de forma que se motiven para efectuar la acción que se propone, un ejemplo muy claro es donar sangre o donar dinero para una causa social.

- **Campañas de cambio conductual**

El objetivo principal es persuadir a la gente para que cambie una conducta por su propio bienestar. Estas campañas son de alto nivel de dificultad porque pretenden que sus receptores cambien hábitos, conductas, creencias y que adopte una nueva manera de pensar respecto a algún problema en específico, por lo cual la campaña tiene que ser constante, ya que un cambio es gradual y no siempre seguro, lo ideal sería promover este tipo de campañas de forma permanente en períodos de tiempo largos, que se enfoquen en cambiar los hábitos, por medio de recompensas o cambios en su entorno que los conducen a las conductas nocivas.

- **Campañas de cambio de creencia y valores**

Los valores son convicciones muy arraigadas de los seres humanos que determinan su forma de ser y actuar, por lo cual este tipo de campañas son ideales para desarrollarse a largo plazo, ya que promover cambios en los valores puede ser muy complicado porque forman parte de la identidad de las personas, involucran sus sentimientos y emociones.

### 1.5.1 Desarrollo del proceso comunicativo en Marketing social

*“La Mercadotecnia es la estructura, la Publicidad la fachada de un edificio que se llama Comunicación”.*

-Akmo

El ser humano es un ser social por naturaleza, busca establecer contacto con los demás a lo largo de toda su vida a través de la comunicación, esta se puede definir como el proceso mediante el cual un emisor, intercambian mensajes, ideas, creencias, pensamientos y conductas con la ayuda del uso de símbolos, palabras, figuras, gráficos a uno o más receptores (Fiske, 1984:112).

El área de comunicación en marketing tiene un papel relevante en la investigación, análisis, diseño de mensajes, y recolección de información. Dentro de las funciones del lenguaje, encontramos la función apelativa, mediante la cual el emisor pretende influir en el receptor para que proceda conforme a sus ideales de tal forma que el mismo receptor los acepte y adopte como suyos.

El marketing social se basa en comunicación y persuasión, por eso utiliza la persuasión dentro del discurso que contienen los mensajes, los mensajes diseñados deben contener un vocabulario apto para ser comprendidos por el público meta, si este no es adecuado ni transmite ninguna emoción, la campaña no logrará sus objetivos.

Si se cuenta con mensajes claros y oportunos dentro de una campaña de marketing social se podrán evitar problemas como la falta de comprensión por parte de nuestra audiencia, así como la falta de resultados positivos.

Daniel Mendieve, autor del libro de Marketing social (2000), dedica un espacio dentro de su obra para hablar de algunos elementos claves que comprenden una campaña social desde la perspectiva de los experimentados de expertos de la mercadotecnia Philip Kotler y Eduardo L. Roberto (Mendive, 2008): en primer lugar tenemos la causa, los agentes de cambio que participar en el desarrollo de la

campaña tienen que tener definidos los objetivos sociales a los cuales pretender brindar una respuesta; el agente de cambio como ya mencionamos, es el individuo u organización que lucha por generar un cambio social positivo; los destinatarios hace referencia a los individuos, grupos de la sociedad que son seleccionados de acuerdo a la necesidad que haya de intentar generar un cambio en ellos; los canales de comunicación y distribución en gran parte son un elemento primordial para que nuestro mensaje llegue a sus destinatarios, su importancia radica en saber qué medio o medios son los más frecuentados y favoritos de nuestra audiencia, y finalmente las estrategias que decidan utilizarse dentro de una campaña definirá la dirección y el impacto de las iniciativas sociales.

Las propuestas teóricas sobre el comportamiento de los individuos y sobre los medios y los procesos de comunicación nos sirven de base para actuar en el proceso de persuadir un cambio de actitudes. Es por ello que es de vital importancia conocer teorías que nos ayuden en la conformación de nuestra campaña social.

Dentro de la mercadotecnia se tiene bien estudiado que es fundamental conocer al mercado, inclusive más que ellos mismos, de esta forma se pueden detectar necesidades, así como los detonantes que hacen que el público objetivo tome ciertas conductas de compra.

Y aunque como ya lo mencionamos el cambio de conductas es algo complicado, porque duraderas, pero no es imposible, ya que son adquiridas, se aprende del ejemplo de las circunstancias sociales y mediante procesos intensos que pueden ser susceptibles a causa de influencias internas y externas.

Para Lasswell, la comunicación siempre persigue un fin y tiene una intención, propone una serie de preguntas que nos ayudan a desarrollar una forma adecuada de comunicación. El paradigma de Lasswell contiene las siguientes preguntas (Gilli, 1985): Las interrogantes ayudan a identificar ¿Quién emite el mensaje? ¿Qué dice el mensaje? ¿Por qué canal se transmite? ¿A quién? ¿Qué efecto se quiere lograr?, entre otras. Las bases de la comunicación publicitaria fueron propuestas por

Lasswell por eso dicho paradigma resultó no ser del todo aceptado y más en la actualidad cuando sabemos que el receptor no es un sujeto pasivo.

La industria de la comunicación dentro del marketing ha evolucionado en relación con las nuevas necesidades del mercado, considerando la publicidad como una herramienta de comunicación integral necesaria para el buen desarrollo de campañas.

La comunicación Integral consiste en el reto de poder tener una estrategia 360°, quiere decir que todas las partes involucradas en la campaña estén integradas, este tipo de comunicación tiene como filosofía la siguiente frase: Todo comunica.

En nuestro país las estrategias de comunicación dentro del marketing social no han sido lo suficientemente explotadas, los mensajes generalizados y reprobatorios de conductas como el consumo de drogas han provocado el público meta poco impacto haciendo nulos los esfuerzos que se realizaron para construir dichas iniciativas.

Recientemente, bajo el mandato del presidente Andrés Manuel López Obrador, en el 2019 se lanzó la campaña “Juntos por la Paz”, una iniciativa social que tenía como objetivo recuperar la sensibilidad de nuestra sociedad para escucharnos, comprendernos y cuidarnos, todos unidos en la búsqueda de una transformación común.

Los spots de radio así como los videos que se difundieron en televisión mostraron el interés que hay por parte del gobierno federal para ir frenando esta problemática que nos compete y perjudica a todos.

Aunque la comunicación es un pilar indispensable dentro de las campañas de marketing social no debemos olvidarnos de que para que un producto cause un verdadero cambio social tenemos que apoyarnos de recursos legales, informativos, educativos, tecnológicos, así como mercadológicos.

## 1.6 Técnicas de Persuasión para fortalecer la estrategia de comunicación

La comunicación es la pieza clave para vender un producto o servicio, hablando en la misma línea la persuasión es un tipo de comunicación que busca incitar, provocar o dar lugar que el receptor haga algo que beneficie a la campaña, lo anterior es la introducción sobre la comunicación persuasiva, mediante la cual se hace uso de la comunicación para cambiar, formar o reforzar los hábitos y conductas de nuestro público objetivo.

Pero antes de seguir hablando de la comunicación persuasiva es necesario hacer un paréntesis en el concepto de retórica como parte fundamental de la publicidad. La Real Academia Española la define como: “Arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado la eficacia necesaria para deleitar, persuadir o conmover al receptor”. Por lo anterior el tomar en cuenta la retórica para la construcción de un mensaje es una pieza clave que determina en gran medida el éxito que puede alcanzarse.

Un copy persuasivo puede ayudar a captar de forma más eficaz al usuario, por ello a continuación mencionamos algunas técnicas de persuasión propuestas por Alejandro Llantada en su obra “El libro negro de la persuasión” (Llantada, 2013), de ahí fueron tomadas en cuenta algunas estrategias de persuasión para la elaboración de la propuesta de campaña de la presente investigación:

**Ley de contraste:** El blanco lo es más en el fondo negro. Cuando dos cosas se comparan y son realmente diferentes, una mejor y otra peor, resulta más fácil notarlo y decidirse por la mejor.

Se puede emplear el contraste de situaciones para demostrar lo bueno que es estar en cierta posición, mostrar que bien se ve la luz en la oscuridad da ventaja a la misma gracias al evidente contraste. Aplicado a la vida moral el contraste entre el bien y mal nos hace preferir la positiva antes de sentir la culpa de haber elegido el lado culturalmente tachado de malo.



**Ley de reciprocidad:** Lo que da, recibe, es tan fácil comprender este principio si lo asociamos a las sabias palabras de Isaac Newton “A toda acción le corresponde una reacción de igual magnitud y en sentido contrario”, usualmente cuando alguien hace algo por nosotros tendemos a sentirnos comprometidos a regresar lo recibido, favor con favor se paga porque la reciprocidad es un principio que se enseña de forma natural en nuestra vida en sociedad.

No siempre somos conscientes, pero la reciprocidad está presente en muchas áreas de nuestra vida, en el mercado no es la excepción, a todos nos ha pasado alguna vez que vamos por los pasillos del supermercado y nos regalan muestras gratuitas de cierto producto y lo cierto es que a todos nos gustan las cosas gratis, pero de cierta forma al aceptarlas nos sentimos con la obligación de adquirirlas.

En la publicidad de los restaurantes de KFC encontramos el siguiente eslogan: “Lo hicimos para ti”, dicho eslogan fue diseñado pensando en el principio de la reciprocidad, ya que al decirle al público meta que ellos han trabajado y cocinado el plato para ti, el consumidor querrá hacer lo mismo y corresponder la intención comiéndose el plato.

**Ley de afinidad:** La afinidad es irresistible, si damos la impresión de que somos amigos en vez de enemigos esto puede causar un gran efecto para convencer de cierta recomendación o petición, la ley de afinidad crea vínculos entre el emisor y el receptor, el interés real en los demás nos permite ganarnos su confianza y preferencia.

**Ley de autoridad:** Lo hago porque el doctor me dijo, cuando se percibe a alguien como autoridad, se le obedece hasta límites insospechados. Creemos que seguir las recomendaciones de una figura que muestre tener autoridad es la mejor opción, sin embargo, esto no garantiza la total obediencia

**Ley de chantaje/coerción:** Si no lo hace, pagará las consecuencias. Cuando alguien amenaza o promete algo a cambio de que la otra persona haga o deje de hacer determinada cosa, condiciona apelando a sentimientos sabiendo que afectará

el comportamiento. El chantaje tiene su base en la culpa y el miedo, ya que el temor a las consecuencias siempre suele ser un arma muy persuasiva, aunque no suele ser la mejor de todas, porque trae consigo implicaciones negativas que hacen sentir mal o avergonzado al receptor cuestiones que en la presente propuesta de campaña queremos evitar, porque las adicciones por sí solas constituyen una enfermedad muy peligrosa que no debe agravar con este tiempo de sensaciones para el usuario.

**Mostrar al usuario lo que puede perderse:** Se basa en el miedo a perder algo, a nadie le gusta perder todo lo contrario a todo el mundo le gusta ganar, de hecho un artículo de The New York Times lo plasmó en su artículo llamado “Sentimos el dolor de la pérdida más fuertemente de lo que sentimos el placer de ganar”, aplicado a la estrategia de comunicación resulta ser bastante persuasivo decirle al usuario que va a perder muchas cosas para propiciar una reflexión positiva donde se muestre también un panorama de lo mucho que puede ganar nuestro target de cambiar ciertos hábitos a adquirir cierto producto o servicio.

**Ley de consistencia:** Si uno dice que hará algo y no lo hace carece de consistencia y eso genera una disonancia, aplicado en un ejemplo sencillo cuando una persona habla de querer cuidar su salud y fuma lo que aumenta sus posibilidades de tener cáncer causa una disonancia y para dejar de sentirlo el sujeto en cuestión puede considerar modificar ciertos hábitos que le generan el conflicto en cuestión.

**Ley de incentivo:** El ser humano actúa por estímulos, hará o aceptará cualquier cosa que crea que le conviene para realizar sus intereses particulares. Dar una recompensa o incentivo hará que los que lo reciban se esfuercen más de la cuenta.

**Ley del antagonismo:** Cuando existe un enemigo, real o imaginario, contra el cual luchar, las voluntades individuales se unen en lo colectivo y se enfocan en un fin común, estar en contra de algo influye a todos, es inclusive una ley para la sobrevivencia de especies. Aunque resulta contraproducente ponerse directamente en contra de algo por ello lo mejor resulta oponerse indirectamente.

**Ley de precedente:** Cuando hubo algo anteriormente que se creyó que funcionó, se percibirá como muy posible que vuelva a suceder. Muchas de las decisiones que tomamos son réplica de las que culturalmente hemos aprendido que son aceptadas.

**Ley de la fe:** La gente accede a mucho por fe. Puede hacer que la gente lo siga y obedezca si logra proyectar una esperanza en algo sublime. La fe contiene en sí misma una gran motivación, el ser humano por instinto necesita tener fe en algo en su vida, además como bien lo dice el refrán: “La fe mueve montañas”.

**Ley de la metáfora:** La realidad es dura y cruel, la idea indirecta (metáfora) es mucho más fácil de asimilar.

En ocasiones convencer mediante historias es una gran herramienta de persuasión, para realmente lograr el objetivo la narrativa debe componerse por los siguientes elementos (Guber, 2011):

**Motivación:** Si quieres conseguir que alguien haga algo todos los esfuerzos deben estar enfocados en lograrlo.

**Audiencia:** En múltiples ocasiones se ha destacado la importancia de ponerse en los zapatos de tu público objetivo, conocer su mundo y conectar con él.

**Meta:** Los objetivos claros les dan dirección a las acciones.

**Interacción:** Lograr que tu audiencia participe en la experiencia para que no represente para los mismos algo ajeno en donde no se sientan de cierta forma identificada.

**Contenidos:** Auténticos, creativos y memorables.

**Ley de sorpresa:** La sorpresa logra captar la atención de forma casi instantánea, el presentar estímulos mediante los factores sorpresa y contenido fuera de serie es una alternativa donde podría experimentar y arriesgarse más. Ante nuestro mundo actual saturado de anuncios y de información ofrecer algo diferente puede funcionar.

**Ley de prueba social:** El que más gente piense o haga algo en particular, influye para creer que algo es aceptable o bueno. No hay forma más contundente de enseñar algo que el ejemplo de aprender algo por imitación.

**Ley de simplicidad:** Si expresa algo de manera simple, agrada e influirá mejor, más no siempre es lo mejor, evitar sobresaturación de información puede disminuir la dificultad de que un mensaje sea descifrado, vale más poco, pero realmente está cargado de significado.

Otras consideraciones que se tienen que tomar en cuenta a la hora de elaborar un copy persuasivo son:

Dentro de la persuasión el lenguaje es un elemento que debe influir en las emociones del receptor, el decir las palabras que se van a utilizar en el mensaje publicitario de la campaña debe tener en cuenta en primer lugar el léxico del público objetivo así como otras características no menos importantes dentro de una campaña publicitaria.

**Intensidad:** Un lenguaje fuerte dentro del discurso de una campaña puede captar la atención de la gente, ya que esto ayuda a persuadir.

La imagen y el texto deben trabajar conjuntamente para reforzar el mensaje comunicativo dentro de una campaña, el mensaje debe ser sencillo para que no sea necesario de un gran esfuerzo de parte del receptor para interpretarlo.

**Para cerrar...**

Para Aristóteles, la comunicación era concebida como: La búsqueda de todos los medios posibles de persuasión, no estaba muy lejos de la realidad, ya que el lenguaje constituye el medio de comunicación humano interpersonal y social, dentro del cual resalta la persuasión como una de las herramientas más importantes dentro de la comunicación.

La persuasión muchas veces se ha relacionado con una carga negativa al pensar que persuadir es manipular, pero son dos términos completamente diferentes porque el primer concepto no te obliga aunque si te da razones para ponerte de su lado pero no por esto la persuasión es una herramienta perjudicial a la hora de buscar un cambio de comportamiento en la sociedad que nos beneficie a todos, desde hace cientos de años grandes líderes han utilizado técnicas de persuasión y aún en nuestros tiempos han evolucionado y siguen demostrando su gran efectividad.

Persuadir no es sinónimo de manipular, es seducir con mensajes, imágenes, colores, olores, diseños, formas, intenciones y música a nuestro target. Para persuadir necesitamos descubrir los motivos que nos ayuden a impulsar acciones benéficas para nuestro público meta, tener motivos es la única manera de que un individuo acepte una idea o cambio de conducta.

Construir un mensaje comunicativo en una campaña de marketing lleva consigo un proceso complejo donde se tienen que tener de antemano conocimiento del receptor, tener en claro el producto, servicio e idea que se busca vender y sobre todo paciencia para construir y destruir las veces que sean necesario hasta que logre causar un impacto emotivo y positivo en el usuario.

Además, el mensaje comunicativo dentro de la presente campaña buscó ser creativo para de esta forma poder destacar de los muchos anuncios y mensajes que ya existen en nuestra sociedad, el eje principal sin duda para lograr congeniar con los intereses del consumidor radica en tener como tarea principal conocerlos y comprender su mundo.

Existe una gran diferencia entre la publicidad comercial y la propaganda institucional, la primera tiene como objetivo principal vender un producto, en cambio, la propaganda institucional busca difundir y extender ideas así como crear conciencia en un público determinado sobre diversos temas como: accidentes de tráfico, drogas, violencia, educación, etc.

Un mensaje bien construido suele componerse de aspectos informativos y emotivos. Exponer a los jóvenes los efectos y propiedades de los estupefacientes fue otro punto a considerar para conseguir un cambio de conducta no mediante el miedo sino gracias a la información.

En esta propuesta de campaña uno de las metas principales fue lograr persuadir a los jóvenes de querer vivir y dejar las drogas.

Por ello se generaron mensajes que transmitieran emociones positivas resultado de dejar las drogas, porque el presentar directamente a las drogas como algo negativo representaba un riesgo y a la vez un incentivo en los jóvenes que por cuestiones características de la edad buscan rebelarse ante lo que se les impone como correcto.

## CAPÍTULO II

# Adicciones y drogas ilegales en México

“La adicción nunca debería ser tratada como un delito. Debe ser abordada como un problema de salud”.

-Joseph Priestly-

## Capítulo II

### Adicciones y drogas ilegales en México

*“La adicción nunca debería ser tratada como un delito. Debe ser abordada como un problema de salud”.*

-Joseph Priestly-

Es importante cambiar de chip sobre la perspectiva que se tiene sobre el consumo de drogas, es urgente dejar de ver y tratar al adicto como un criminal, se tiene que tomar en cuenta que el adicto se encuentra vulnerable en lo que respecta a sus capacidades mentales por el daño tan severo e irreversible que significa el consumo de drogas.

Hoy en día gracias a los avances de la ciencia sabemos que la adicción es una enfermedad, un trastorno que afecta al cerebro, principalmente a los ganglios basales, por ello un adicto tiene cambios drásticos inclusive en su comportamiento, que se ve influenciado en gran parte por la ansiedad que le generan las drogas. (Duhigg, 2012). Ahora la mayoría de países conocen la cruda verdad sobre las adicciones con lo cual hace más fácil enfocarse en las posibles soluciones para intervenir en este problema social que no distingue raza, edad, sexo, ni nivel socioeconómico.

En el presente capítulo se muestra la problemática que existe en relación con el consumo de drogas que a pesar de que los antecedentes constataron que es un fenómeno que ha estado presente desde hace miles de años, han sido las circunstancias de la actualidad que han detonado un aumento con graves consecuencias para la sociedad.

Asimismo abordaremos de forma breve cuáles son las principales drogas, sus efectos y consecuencias, el contexto actual del narcotráfico a nivel internacional, nacional y local de forma que entendamos cómo este problema ha evolucionado y por qué lo ha hecho.



## 2.1 Drogas

El Diccionario de la Real Academia Española menciona “droga” como un concepto que puede tener diversos sentidos, desde ser una sustancia medicinal, afición obsesiva hacia algo o hasta significar una deuda o engaño, de hecho la palabra “adicción”, es procedente del término latín *addictus*, era la forma en que los romanos llamaban a las personas que no podían pagar sus deudas.

De acuerdo con el Glosario de términos de alcohol y drogas de la Organización Mundial de la Salud (Organización Mundial de la Salud, 2018), “droga” es un término de uso variado, hablando desde el campo de la medicina, se refiere a: “Toda sustancia con potencial para prevenir o curar una enfermedad o aumentar la salud física o mental” pero ese significado difiere con la representación que se le dan a las drogas en un lenguaje más coloquial.

En esta investigación hacemos referencia a las drogas al hablar de cualquier sustancia que modifique el funcionamiento del sistema nervioso central, ya sea estimulando, deprimiendo o perturbando. Las drogas pueden ser legales (alcohol, cafeína y tabaco) o ilegales (cannabis, éxtasis, cocaína y heroína).

Los efectos de las drogas pueden variar, esto depende de cada persona, de su género, complexión, estado de ánimo, cantidad de droga ingerida, pureza, etcétera. Las drogas psicoactivas afectan el funcionamiento del sistema nervioso central (SNC), el estado de ánimo y el comportamiento de una persona.

Las drogas psicoactivas se pueden dividir en cuatro categorías: depresores, estimulantes, alucinógenos y otros, más adelante hablaremos con más detenimientos sobre cada uno de estos grupos.

Las drogas pueden usarse de diferentes formas, pueden ser ingeridas, inhaladas, inyectadas o fumadas, en parte de esto depende la rapidez con la cual la sustancia llegará a nuestro cerebro.

El consumo de drogas constante da como resultado la tolerancia y dependencia hacia estos estupefacientes. Al decir tolerancia nos referimos al hecho de que una persona necesite cada vez más sustancia para poder sentir los mismos efectos que experimentó con una menor cantidad en ocasiones pasadas, una vez desarrollada la dependencia el adicto ve a las drogas como algo necesario para poder estar bien, se vuelve una de sus necesidades principales a tal grado que siente que no puede funcionar correctamente sin ellas.

El Informe Mundial sobre las Drogas (2019), tiene como objetivo principal mejorar la comprensión del problema mundial del consumo de drogas, esto con el afán de fomentar la cooperación internacional en torno a la solución de este complejo problema que repercute en toda la humanidad, cada año redacta cinco informes que se resumen en diferentes folletos que muestran los hallazgos que han hecho respecto a las investigaciones del consumo de drogas (Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito, 2019).

En el primer folleto se resume la información de los cuatro folletos posteriores, el segundo folleto contiene una descripción global de las últimas estimaciones del consumo de drogas, el folleto tres analiza las tendencias respecto a los mercados de drogas pertenecientes a los depresivos, el folleto cuatro por su parte aborda las tendencias propias al mercado de los estimulantes y el folleto cinco revisa el mercado del cannabis y alucinógenos.

En resumen, el Informe Mundial sobre las Drogas 2019 arrojó los siguientes puntos clave:

- *En 2017, se estimó que 271 millones de personas, o sea el 5.5% de la población mundial que tiene entre 15 y 64 años, había usado drogas en el año anterior (2016), de ellos 35 millones padecen trastornos por consumo de drogas.*
- *53 millones de personas de todo el mundo habían empleado opioides en el 2016, las cifras muestran ser 56% más altas con relación a lo estimado previamente.*
- *Los opioides son el grupo de drogas que causan el mayor daño, ocasionando dos tercios de las muertes producto de trastornos por consumo de drogas.*
- *El estudio Global Burden of Disease Study 2017 estimó que, a nivel mundial en el 2017, hubo una cifra de 585 muertes a causa del consumo de drogas.*
- *Las personas que sufren trastornos por consumo de drogas no siempre tienen acceso a los servicios de tratamiento, a nivel mundial estas siguen siendo algunas de las limitaciones, solo una de cada siete personas recibe tratamiento al año.*
- *Una de las drogas más consumidas y rentables es la cocaína, es consumida principalmente en países desarrollados, en muchos de estos países más del 2% de los adultos aceptan haberla consumido en lo que va del último año (UNODC, 2018).*
- *La cantidad incautaciones de cocaína ha sido la más grande registrada, su producción mundial se encuentra en máximos históricos, con 1.976 toneladas en 2017, un 25% más que el año anterior, según el Informe Mundial sobre Drogas emitido por la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), lo más alarmante de esto es que el 90% de la cocaína incautada proviene del continente americano.*
- *El Fentanilo, ha ganado relevancia, formando parte del peligroso grupo de sustancias adictivas.*
- *El uso no médico de medicamentos recetados se está convirtiendo en una amenaza potencial, por su uso indebido de ellos, a tal grado que el tráfico de estos compuestos va en aumento. En América del Norte esto ha cobrado cifras históricas de muertes atribuidas a sobredosis principalmente de fentanilos.*
- *Las cantidades de metanfetaminas incautadas tanto en Asia oriental como en la región sudoriental aumentaron más de ocho veces entre 2007 y 2017 a 82 toneladas, lo que representa el 45% de las incautaciones mundiales.*

**Fuente:** World Drug Report 2019

### 2.1.1 Antecedentes generales

Un día Savater dijo: “La historia de las drogas es tan larga como la de la humanidad...” Yo comparto esa afirmación tras haber leído que el consumo de ciertas sustancias hoy conocidas como drogas data de miles de años atrás.

Desde hace miles de años las drogas se han utilizado con fines recreativos, sacramentales y hasta terapéuticos, de hecho, Antonio Escohotado en su libro *Historia de las drogas* habla sobre el olvido de las drogas descubiertas por diversas culturas como parte de la historia de la religión y la medicina (Escohotado, 1998), a continuación se menciona un breve resumen de lo referido por este autor.

Existen registros históricos sobre el uso del opio que se ubican en nuestra línea de tiempo a 5000 años A.C, específicamente en el papiro de Ebers, documento clásico de la farmacología egipcia, incluye al opio en 700 remedios y 800 recetas aproximadamente. Fueron los comerciantes árabes quienes a través de sus travesías por el mundo lograron llevar opio a India y a China donde más tarde se difundió de forma masiva gracias a sus propiedades para aliviar el dolor (Escohotado, 1998). Pese a que el opio era conocido desde la antigüedad fue que experimentó un gran crecimiento en los niveles de consumo a partir del Renacimiento.

Respecto al opio es curioso señalar que entre los siglos XVI y XVII su preparación y consumo se convirtió en solución medicinal para las clases sociales que tenían una mejor posición económica, por ejemplo hay registros históricos que mencionan al opio como solución medicinal del rey Carlos II y de Oliver Cromwell así como otras figuras importantes de la época.

Por su parte los sumerios importaron de la India por esa misma época el conocido cáñamo (variedades de la planta Cannabis) a comienzos del siglo II d.C Galeno de Pérgamo, quien es considerado uno de los investigadores médicos más completos de la historia, inclusive fue médico particular del Emperador Marco Aurelio señalaba que dicha planta tenía como uno de sus efectos secundarios la capacidad de dañar

el cerebro si uno se excede en su consumo. Otros médicos de la época utilizaron el opio y beleño como sedante para los pacientes que necesitaran alguna amputación.

En América, fue Colón en 1493 y sus acompañantes quienes dejaron testimonio escrito de haber sido testigos del consumo de drogas locales utilizadas en función al rito o clase social a la cual pertenecieran diferentes culturas precolombinas, dichas plantas con componentes psicoactivos eran utilizadas con fines religiosos como enlace entre el mundo terrenal y los Dioses.

En el caso específico de México hay referencias de varios cronistas que han relatado informes descriptivos sobre la biodiversidad psicoactiva conocida y utilizada por las culturas del México prehispánico.

Fray Bernardino de Sahagún, misionero franciscano autor de valiosos documentos que reconstruyen la historia del México antiguo, sostiene en sus informes que los chichimecas “descubrieron primero la raíz del peyote a la cual adoraban como una deidad y la empleaban en ritos religiosos como forma de sustitución del vino” de la misma forma comían los llamados nanacatl que son hongos que emborrachan al mismo grado que el vino; después de ingerir dichas plantas; se reunían en un llano donde bailaban y cantaban de noche y de día, al día siguiente lloraban, y decían que se limpiaban y lavaban los ojos y cara con sus lágrimas (Escohotado, 1998: 45).

De la misma forma que los chichimecas adoraban al peyote, los aztecas también veían esta raíz como un poderoso agente para aumentar el valor a la hora del combate. Cuando llegaron a América los evangelistas se referían a la raíz del peyote como “raíz o seta del diablo” (Núñez, 1998).

Aparte del uso de plantas psicoactivas en ceremonias religiosas, cada cultura las usaba también con fines medicinales, consideraban que estas herramientas y habilidades de curar eran dadas por los dioses, de igual forma creían que la ira de los dioses, era la causa principal de cualquier mal o enfermedad que sufrieran.

Aguirre Beltrán señala que: “para la mística indígena, esas plantas milagrosas eran también la personificación de los dioses, ellos mismos les daban el poder necesario

para conocer las cosas ocultas” (Beltrán, 1972). El curandero al comerse lo que ellos consideraban como dios (plantas psicoactivas) , se convertían momentáneamente en Dios mismo y justo en ese estado omnipotente es donde realizaban el diagnóstico y curación.

Precisamente la medicina tradicional o también llamada herbolaria es herencia del arte desarrollado por las culturas precolombinas de curar con plantas, que incluyen muchas veces drogas y sustancias psicoactivas.

Además de estas drogas alucinógenas, en Mesoamérica utilizaban el tabaco, así como bebida embriagantes que obtenían de la fermentación de la aguamiel extraída del maguey, práctica que perdura a través de los años y que aún es muy conocida en nuestros días: el pulque.

En ese entonces la población de Mesoamérica y del mundo en general era mucho más pequeña que en la actualidad y tenían acuerdos estrictos sobre el uso de estas bebidas o plantas psicoactivas, quizás por esta razón el consumo de drogas no era considerado como lo es ahora; un grave problema. La embriaguez en ese entonces estaba completamente prohibida, y su consumo solo le estaba permitido a los ancianos y a sacerdotes de cierto nivel social, además estos lo hacían de forma discreta y en cantidades pequeñas.

Cabe destacar que los indígenas, no solo de América, sino de otras partes del mundo muy separadas entre sí buscaron el placer proveniente de agentes psicoactivos de origen vegetal, si los estupefacientes o plantas alucinógenas eran consumidas de forma profana, la persona que cometía dicha falta, era sometida a una severa pena: ahorcamiento, pérdida de libertad etc.

Años más tarde el hombre civilizado perfeccionó los procedimientos para la obtención de dichas sustancias y pasaron de un consumo religioso a uno recreativo, por ende se convirtieron en objeto de estudio de empresas científicas y en un importante elemento en la economía internacional.

### 2.1.2 Las Drogas en el mundo

El consumo de drogas en la actualidad se ha expandido de forma exponencial en todo el mundo, ha llegado a ser catalogado por la Secretaría de Salud como un fenómeno global de grandes dimensiones y de numerosas causas y consecuencias.

De acuerdo a datos proporcionados por el Informe Mundial de Drogas 2019 (Gobierno de México, 2019); 271 millones de personas de entre 15 y 64 años, consumen algún tipo de droga, las drogas de origen vegetal (productos del cannabis) como la marihuana encabeza la lista como el enervante ilegal más consumido en el mundo con 192.2 millones de consumidores.

Hay países que por su nivel de consumo están más asociados al problema del consumo y abuso de drogas, pero también hay países que son focos de atención y alerta por ser productores y de tránsito, este es el caso de Latinoamérica que está catalogada como área de producción y tráfico de drogas (EOM, 2019).

De acuerdo con la ONU Colombia es uno de los países que encabeza la lista de productores de cocaína ya que sus tierras producen el 70% de la producción mundial, tan solo en el 2017 se tenía registro de que en la región andina había 245,000 hectáreas dedicadas a la plantación de cocaína, de esa cifra el 70% de los plantíos pertenecen a Colombia, el 20% a Perú y el 10% restante a Bolivia (Lorduy, 2019).

América del Norte es el lugar que ostenta la mayor tasa de consumo con un 18.1 millones de consumidores de cocaína, de esa cifra el 2.1% de la población tiene entre 15 y 64 años, solo después de esta región se encuentra Europa, que es el segundo mayor mercado para la cocaína, solo después de Estados Unidos (RTVE, 2019).

Hoy en día la división entre países productores y consumidores parece haber cambiado, ya que países que anteriormente se dedicaban principalmente a ser productores y exportar las drogas ahora comienzan a formar parte de los consumidores como es el caso de India y Nigeria que se han convertido en los

nuevos consumidores de opioides, gracias a ellos la suma total es de 53 millones, un 56% en comparación al año pasado, cabe mencionar que esto es muy alarmante, ya que los opioides y opiáceos, son consideradas las drogas más letales.

Casos como el de India, Nigeria y México donde los productores se convierten también en consumidores se debe en gran parte a que las organizaciones del narcotráfico se han multiplicado y diversificado de tal forma que el acceso a las drogas dentro de los mercados internos de estos países ha ido en aumento y viceversa los países que en el pasado solo consumían las drogas ahora se están uniendo al mercado de la producción de drogas.

A lo anterior hay que sumarle que las drogas sintéticas se encuentran en su auge. Asia es el continente más poblado, donde estimulantes sintéticos y ese tipo de drogas son las más consumidas. En el mundo se estima que hay 29 millones de consumidores de anfetaminas y estimulantes, por su parte son 21 millones los que toman éxtasis (RTVE, 2019).

El aumento del consumo de drogas tiene múltiples consecuencias una de ellas es que al mismo ritmo que ha aumentado los consumidores de drogas también se ha elevado la cantidad de 30.5 millones a 35 millones de personas con trastornos derivados del consumo de estupefacientes como lo son: Depresión, trastornos de ansiedad, esquizofrenia y trastornos de la personalidad (World Health Organization, 2019).



### 2.1.3 El consumo de drogas en México

Antes de que México tuviera un papel protagonista en el mercado del narcotráfico, los principales mercados de drogas se dedicaban a la producción de amapola y marihuana. La heroína se movilizaba principalmente en China, el mercado de narcóticos aún no contaba ni con una logística ni con una estructura. No obstante, los mexicanos en poco tiempo comenzaron a imponerse en el control del negocio de los estupefacientes (Ospina, Hernández Tinajero, & Jelsma, 2018), pero antes de seguir hablando del papel que desempeña actualmente México en el mercado de los narcóticos es fundamental conocer el origen del tráfico de drogas en dicha nación.

Fue durante la Segunda Guerra Mundial, cuando las fuentes tradicionales de abastecimiento del tráfico ilícito de drogas (Francia- Líbano y Asia Sur oriental) fueron obstruidas por los conflictos bélicos de ese momento, el crimen organizado seleccionó a México por sus condiciones geográficas principalmente, para el cultivo de *Papaver somniferum*, planta de la que se obtiene el opio. A partir de ese entonces México se convirtió en un lugar de tránsito internacional de las drogas.

México produce marihuana, goma de opio y heroína cruda. Las áreas de producción de amapola se encuentran en el litoral del pacífico en los sitios donde se alcanza la mayor altitud de la Sierra Madre Occidental.

El Informe Mundial de Drogas 2019 señala que la mayor fracción de heroína que se consume en Estados Unidos se produce en tierras mexicanas, haciendo del país vecino uno de los mercados de consumo más fuertes de todo el mundo, la cercanía con este país y su interacción sociopolítica pone a México en una posición geográfica muy vulnerable considerando las circunstancias desfavorables que hay en nuestro país como lo son: la pobreza y el desempleo por mencionar algunas, esto sumado a las condiciones geográficas y climáticas, el cultivo de drogas se ha abierto camino hasta posicionarse como fuente de subsistencia y de atractivas ganancias para quienes apuestan en el mercado de las drogas.

#### 2.1.4 Legislación en México

Los antecedentes de las culturas precolombinas dan testimonio del consumo de drogas como parte de sus rituales y su medicina, pero después de la llegada de los conquistadores y de haberse consumado la conquista por parte de España en el continente americano, medidas estrictas que se manejaban en Europa se adoptaron en los nuevos territorios descubiertos en referente a normas antidrogas, religión y formas de vivir.

Años más tarde en pleno siglo XX, las políticas prohibicionistas fueron impulsadas por Estados Unidos principalmente y enseguida, países latinoamericanos reprodujeron la misma postura de no tolerancia al consumo de drogas, y fue así que muchos países adoptaron lineamientos en materia de políticas antidrogas.

En los años veinte la ley prohibía en Estados Unidos la libre difusión del opio, la morfina, la cocaína y el alcohol. En contraste con la actualidad, son ahora un millar de sustancias las que se encuentran prohibidas en USA.

Hablando de México, un país que tiene ideales de una sociedad libre del consumo de drogas, por lo cual cada vez hay más leyes severas que reprimen a quienes utilizan este tipo de sustancias.

Las drogas ostentan el título de enemigo público, en México el consumo de ellas es manejado como delito, por consiguiente, los consumidores son tratados como delincuentes.

Hoy en día es común escuchar noticias sobre traficantes de drogas e incautaciones de las mismas en el afán del gobierno de erradicar la producción ilícita, pese a estos esfuerzos el uso de sustancias ilícitas ha aumentado en México.

En una reciente investigación de la Comisión Global sobre Políticas de Drogas, se realizó un análisis sobre los resultados que ha tenido el régimen internacional de control de drogas, todo indica que tomar como base un paradigma punitivo de aplicación de la ley, ha tenido como resultado más comportamientos de violencia,

más detenidos en prisiones, daños en la salud de los que consumen droga, así como los que se encuentran en su entorno, al parecer todo indica que la prohibición ha sido una estrategia muy deficiente en el afán de proteger la salud, generando problemas en todo el mundo.

El Informe de la Comisión Global sobre Política de Drogas del 2014 sostuvo que (Global Commission on drug policy, 2014): “Tras más de medio siglo este enfoque punitivo, pone en evidencia que el cumplimiento de sus objetivos es un fracaso que además genera graves problemas sociales y sanitarios”. Resulta ser que nos encontramos en un momento decisivo y esto representa una gran oportunidad para renovar las reformas sobre políticas de drogas no solo en México, sino a escala global para de esta forma diseñar un régimen que tenga resultados más positivos.

México está muy cerca de unirse a Estados Unidos, Canadá y Uruguay, en la legalización de drogas, y de acuerdo con un estudio de Euromonitor podría convertirse en líder de dicha industria, que tiene un valor de 150,000 millones de dólares, quizás en lo económico esto significa indicios alentadores, pero en cuestión a las vidas humanas el uso inadecuado de drogas sean o no lícitas siempre representará un problema que año tras año hace estragos fatales en la humanidad (Agencia EFE, 2021).

### 2.1.5 Consumo de Drogas en Michoacán

De acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco (Encodat) del 2018, Michoacán se ubica en la posición número 12 a nivel nacional en lo que respecta al consumo de estupefacientes (Irerí Piña, 2018).

La droga más consumida en el estado es la marihuana, pero las drogas sintéticas van ganando cada vez más terreno.

La misma encuesta reveló que desde los nueve años la población comienza el consumo de drogas y que la etapa más crítica de su ingesta está entre los 15 y 19 años.

### **Consumo de Drogas en Morelia**

Con base a un Trabajo-Encuesta de Campo de Adicciones la Coordinación del Programa de Prevención de Adicciones de Morelia se nos proporcionó los siguientes datos:

#### **El tabaquismo en Morelia 2018.**

- 38.7% de la población total del Municipio entre 12 y 17 años ha probado el tabaco al menos una vez en la vida (cerca de 844 mil personas) de los cuales el 57.4% son hombres y 22.7% mujeres.
- La edad promedio de inicio del consumo a nivel nacional es de 13.7 años, mientras que en Morelia es de 16.7 años, varones a los 16 y las mujeres a los 18 años.
- Las principales razones de inicio de consumo son la curiosidad y la convivencia con fumadores.
- 19% de la población en el Municipio reporta haber consumido más de 100 cigarrillos en la vida (prevalencia).

- Fumadores activos: el 18.9% de la población moreliana entre 12 y 65 años, mientras que el promedio nacional es de 20.6% (persona que ha fumado alguna vez en la vida y ha fumado durante el último año).
- Nunca ha fumado: El 61.3% de la población reporta no haber fumado nunca.
- El promedio de consumo entre los fumadores es de 7 cigarros al día.
- El 83.6% consume menos de 16 cigarros al día.
- 11.35% de 16 a 25 cigarrillos diarios.
- Y el 5.1% más de 26 cigarrillos.
- 24.7% de los encuestados que no han fumado reportan estar expuestos al humo de tabaco ambiental.

Fuente: Coordinación del Programa de  
Prevenición de Adicciones de Morelia.  
(Trabajo-Encuesta de Campo de Adicciones).

Lo anterior deja ver que casi la mitad de la población moreliana en su mayoría hombres han fumado en su vida, esto ha sucedido aproximadamente entre los 16 y 18 años, las razones principales que han tenido para comenzar el consumo de tabaco suelen las mismas por las que cualquier consumidor comienza a hacerlo (curiosidad y por seguir estilos de convivencia).

### **Alcoholismo en Morelia 2018**

- Del total de la población de 15 a 65 años en el municipio tenemos que el 1.7% bebe alcohol diariamente (consumo diario al menos de una copa).
- En cuanto a bebedores altos (consumo al menos una vez en su vida de 5 copas o más por ocasión en varones o 4 copas o más en mujeres) 33.4% de la población se encuentra entre los 12 y 65 años.
- El 5.7% son bebedores consuetudinarios mientras que el 7.8% muestra síntomas de abuso y dependencia. Ambas cifras están por encima de la media

nacional. A continuación la Tabla 2.1 muestra la comparación de porcentajes respecto al consumo de alcohol a nivel nacional vs municipal y clasifica el tipo de consumo en los siguientes: diario, alto, consuetudinarios y ya cuando es una dependencia.

**Tabla 2.1 Porcentajes de alcoholismo en Morelia, Michoacán.**

	Nacional	Morelia
Consumo diario	0.8 %	1.7 %
Consumo alto	26.6 %	33.4 %
Bebedores consuetudinarios	5.3 %	5.7 %
Abuso/dependencia	5.5 %	7.8%

*Nota.* \*La información fue extraída del Trabajo de Encuentra de Campo de Adicciones de la Coordinación del programa de Prevención de Adicciones de Morelia.

Aunque el total de consumidores en Morelia que ingieren alcohol diariamente parezca insignificante, esto podría significar una alarma de las consecuencias que se verán en algunos años cuando la dependencia se desarrolle.

## Drogadicción en Morelia 2018

· El orden de preferencia de las drogas en el Municipio de Morelia es: marihuana (5.9%), cocaína (5.0%), tranquilizantes (2.9%), anfetaminas o estimulantes (2.1%) y crack (1.8%).

· Uso de drogas alguna vez en la vida por edad y sexo:

**Tabla 2.2 Cifras drogadicción en Morelia por edad y por sexo.**

	Cualquier droga		Drogas médicas		Drogas ilegales	
	Morelia	Nacional	Morelia	Nacional	Morelia	Nacional
<b>Hombres</b>						
12-17 años	5.60%	3.7	2.7%	3.5	4.6%	0.4
18-34	9.90%	12.1	4.30%	11.8	9.20%	1.5
35-65	11.30%	8.6	4.90%	8.22	8.60%	1.4
Total	9.60%	9.1	4.20%	8.8	8.00%	1.3
<b>Mujeres</b>						
12-17 años	1.80%	2.1	----	1.6	1.80%	0.6
18-34	2.10%	3.3	0.70%	2.8	1.40%	0.7
35-65	2.10%	2.1	1.70%	1.2	0.50%	1

Total	2.00%	2.6	1.00%	1.9	1.10%	0.8
Total Morelia	5.60%	5.7	2.50%	5.2	4.30%	1

*Nota.* La información fue extraída del Trabajo de Encuentra de Campo de Adicciones de la Coordinación del programa de Prevención de Adicciones de Morelia.

Respecto al consumo de drogas generalizado en Morelia, gracias a las tablas podemos observar que estamos sobre la media nacional en relación con el consumo de “cualquier droga”, principalmente drogas ilegales.

#### 2.1.7 Factores de riesgo en consumo de drogas

Las circunstancias socioculturales determinan en gran parte, las actitudes y las conductas del individuo con relación a todos los ámbitos de su vida, como lo es el consumo de diversos productos.

Los factores de riesgo para el uso y consumo de drogas se constituyen con base en las circunstancias biológicas, psicológicas o sociales, el contar o carecer de dichos factores marca la diferencia de que se presente adicción a estupefacientes o no.

Primero se encuentran los factores de riesgo individuales que tienen que ver por completo con la personalidad, edad, actitudes, valores, autoestima del involucrado, entre otras virtudes o en su defecto carencias.

Hay otros que tienen que ver con las relaciones del sujeto, ya sea con su familia, amigos, el entorno escolar. Dentro de la familia los factores de riesgo están relacionados con la desorganización familiar, falta de comunicación, presencia de problemáticas, ausencia de reglas establecidas, manejo de sanciones, falta de



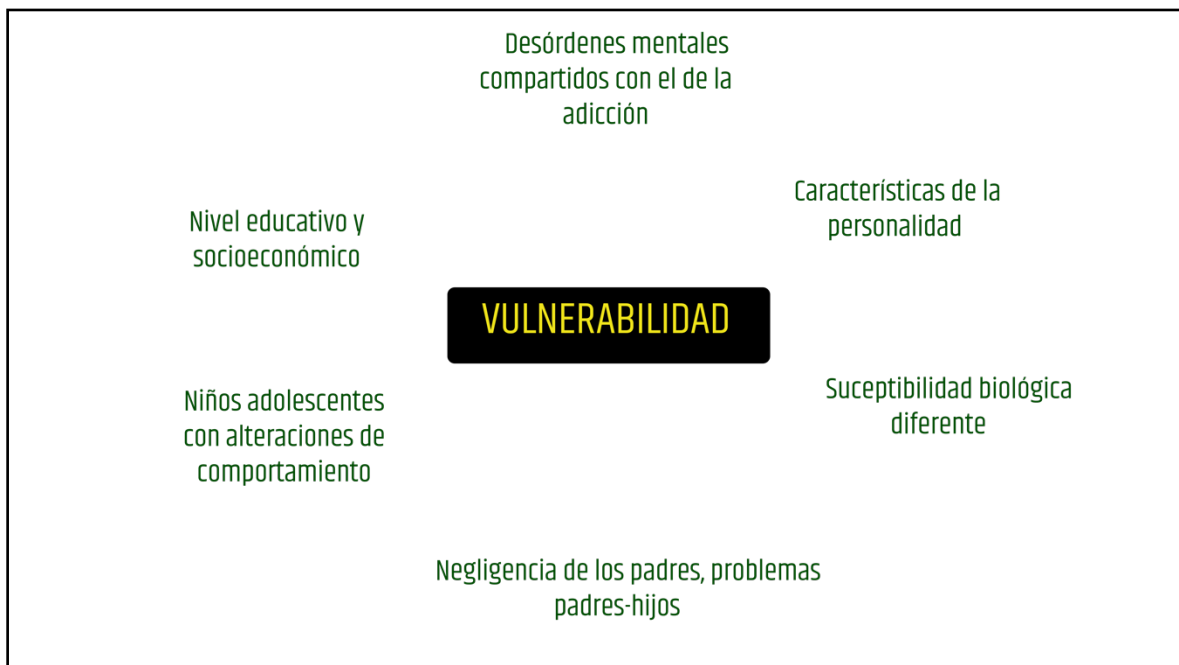
disciplina o simplemente conceptualización positiva del consumo de drogas lícitas como el alcohol, por ello que la mayor parte de la población apruebe su consumo.

Las amistades y sus hábitos de consumo también pueden llegar a influir como un factor de riesgo o protección en el comportamiento del individuo que lo que más quiere es sentirse parte de un grupo, en pocas palabras sentirse aceptado.

De igual forma el uso de drogas a temprana edad representa un importante factor de riesgo para el desarrollo de dependencias a sustancias psicoactivas, la adolescencia es una etapa crucial para prevenir el consumo de drogas, cada vez la población consume drogas por primera vez a una edad muy temprana.

A continuación, un mapa conceptual extraído del libro “La ciencia de la adicción” que nos muestra cuáles son los factores del entorno social que promueven la vulnerabilidad de que un sujeto consuma drogas.

**Ilustración 2.1 Factores de riesgo en el desarrollo de adicciones.**



*Nota.* La información fue extraída del artículo “La ciencia de la adicción” por National Institute on Drug Abuse (NIH, 2020).

- El nivel educativo y socioeconómico

- Niños adolescentes con alteraciones de comportamiento
- Desórdenes mentales compartidos con el de la adicción
- Negligencia de los padres, problemas padres-hijos (maltratos, abusos sexuales, actos de violencia, abandono, no querer hablar con sus hijos de ciertos temas “tabús” como las drogas y la sexualidad).
- Características de la personalidad (baja autoestima, problemas de ansiedad)
- Susceptibilidad biológica diferente (antecedentes de familia consumidora)

En términos generales creemos que los factores mencionados engloban resumen los principales factores de riesgo que hacen vulnerable a un joven al momento de tener algún contacto con los estupefacientes, ya mencionamos que tanto factores sociales como psicológicos contribuyen en el desarrollo de una adicción, sin embargo, también los factores genéticos tienen una contribución importante, es peculiar como desde los genes con los que nacemos podrían afectar y desarrollarse más adelante una adicción, no obstante, de ninguna manera estamos afirmando que nacer con antecedentes familiares asegure el desarrollo de una adicción, simplemente lo que queremos recalcar al tomar en cuenta este factor, es la importancia de conocer el historial familiar para así pensar un tratamiento más adecuado para cada persona y sobre todo entender que consumir drogas va mucho más allá de la voluntad de quien lo hace, ya que se trata de una enfermedad crónica que requiere un tratamiento clínico e integral para superarla.

Hablando de desórdenes mentales trastornos, hacemos referencia a la posibilidad de que el joven recaiga más fácil en las drogas si tiene alguna patología psiquiátrica como lo son la ansiedad y la depresión, los adictos que además de tener una adicción sufren algún síndrome de los ya mencionados deben ser atendidos con tratamientos especiales, ya que tiene un nivel mayor a tener recaídas y desenlaces fatales.

Otro aspecto que destaca en el esquema es la personalidad, poco parece tener relación la forma en la que nos comportamos con nuestras preferencias, sin embargo, todo cobra sentido cuando recordamos que al hablar de personalidad nos

referimos tanto a rasgos emocionales, conductas y formas de actuar ante determinada situación, sumado a esto hay trastornos de la personalidad que aumentan el riesgo o vulnerabilidad a desarrollar ciertos trastornos como la dependencia a las drogas.

El factor que consideramos podría tener más peso, sin duda es la familia, ya que esta es considerada el eje central en el desarrollo y estabilidad emocional desde las etapas iniciales de la vida, con ello de ninguna manera estamos responsabilizando de todo el problema a los padres, pero si hacemos énfasis en el importante rol que juegan en la estabilidad emocional de sus hijos y por consiguiente en factores de protección ante las drogas, como podría ser la comunicación y el establecimiento de reglas.

Basando en algunos de estos factores se formularon algunas preguntas para la construcción de una guía para la entrevista que se realizó a los jóvenes del CBTA 233 con la finalidad de comprender la realidad de los adolescentes.

#### 2.1.8 Normalización del consumo de drogas

Para algunos el consumo de drogas no es algo malo, es un derecho inalienable, mientras que para otros esto representa lo más abominable y la raíz de la mayoría de problemas. En este trabajo no pretendemos opinar sobre la moralidad o inmoralidad del asunto, en este apartado hablaremos de un factor que es muy importante a la hora de entender por qué en la cultura mexicana y en muchas otras del mundo el consumo de drogas es parte de la cultura.

El enfoque adoptado en algunos países sobre la clasificación de las drogas como blandas y duras ha dado como resultado una flexibilidad no deseada de las restricciones legales, como signo de tolerancia por parte de las autoridades en lo que concierne al abuso de drogas en forma global, así como un aumento en el abuso de drogas, blandas y duras (Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes., 1984).

Todas las drogas son parte de la cultura mexicana, un ejemplo coloquial es el ungüento de marihuana usado por sus propiedades antiinflamatorias para el alivio de lesiones, sin embargo, en la actualidad en el amplio mercado de fármacos ya hay analgésicos apropiados para desaparecer las mismas molestias.

Que la marihuana sea despenalizada representaría la ausencia de hacerse acreedor a una pena jurídica por su consumo, desde hace muchos años hay permiso para fumar marihuana (0.50 miligramos) eso es lo que está permitido por la Ley Mexicana de Salud, actualmente quieren aumentar esta cantidad a 75 miligramos.

Hay permisos para el consumo de estupefacientes, hay permisos para uso médico, uso lúdico, recreativo y uso inocuo pero... ¿Estará México preparado para despenalizarla?

“No hay médicos preparados para poder aplicar el uso médico”, así lo afirmó el Dr. Sergio Rojas Bautista, Coordinador del Centro Preventivo Municipal de Adicciones de Morelia, agregando que los que quieren que la marihuana sea despenalizada por completo es porque tienen intereses muy fuertes de beneficiarse con ello.

## 2.2 El Narcotráfico en México

Los antecedentes muestran que desde hace siglos las drogas comenzaron a tratarse como mercancías rentables en el mercado, razón por la cual las industrias de ese tipo hicieron su mayor esfuerzo por lograr su inclusión en el mercado global.

De acuerdo con datos históricos recolectados por Antonio Escohotado (1989), las principales sustancias psicoactivas que la industria introdujo en el mercado durante el siglo XIX fueron: morfina en 1805; codeína en 1832; cocaína en 1860; barbitúricos 1864; heroína en 1874; anfetaminas en 1887, esto muestra cómo la penetración de las drogas al mercado fue sucediendo gradualmente (Díaz & Yubero, 2001; 11-30).

Para muchos, los países de Latinoamérica incluyendo a México somos los villanos del sur, productores y jefes de todo el narcotráfico del mundo, culturalmente así estamos catalogados.

De acuerdo a versiones oficiales el origen del narcotráfico en México data de la llegada de una minoría china. La historia de la droga en México cuenta que Lai Chang Wong fue un inmigrante chino que llegó a México en 1911, brindó sus servicios al Ejército mexicano en plena revolución y tras recibir un balazo se dedicó por completo a la medicina natural en la sindicatura de Eldorado, Sinaloa, en Badiraguato donde por cierto se encuentra el Triángulo Dorado, lugar montañoso conformado por los estados de Sinaloa, Chihuahua y Durango, en dicho lugar un sacerdote lo bautizó como José Amarillas, gracias a sus conocimientos en medicina, José puso un consultorio en el pueblo de San José de la Puerta y se desempeñó como curandero (IEXE Universidad, 2019).

Sus remedios necesitaban diversos componentes y fue así que comenzó a cultivar tanto verduras como flores en ese entonces desconocidas; las amapolas. Años más tarde el opio empezó a ser muy demandado por las fuerzas militares que participaban en la Segunda Guerra Mundial, de acuerdo con el portal Unión Jalisco, un supuesto acuerdo entre Estados Unidos y México dio luz verde a la producción de estupefacientes para satisfacer las demandas del ejército estadounidense, lo que desembocaría en la creciente industria de la droga.

Tras la Segunda Guerra Mundial el mercado de estupefacientes se encontraba en un período de expansión y transición, del opio se pasó a otras drogas como la heroína, la marihuana y cocaína.

Para la década de los cuarenta, Pedro Avilés el “León de la Sierra” surgió como el primer jefe del narcotráfico en México, organizó los cultivos de amapola en la zona conocida como el triángulo dorado y conformada por los puntos de Culiacán, Durango y Chihuahua.

La primera campaña antinarcoóticos fue organizada por el gobierno Federal en los años 50, por iniciativa del entonces presidente Adolfo Ruiz Cortines quien le encargó la tarea al general Teófilo Álvarez Borboa, se dice que él mismo citó a algunos productores de drogas y les dio un ultimátum de no seguir con el negocio de las drogas, el cual no cumplieron y al pasar los años el consumo de drogas se volvió alarmante. Ante esta situación México bajo la presión del presidente Richard Nixon inició la guerra contra las drogas, un ejército fue enviado a los plantíos del norte del país para erradicarlos en una famosa operación llamada "Cóndor".

Tras la muerte de Pedro Avilés quedó en su lugar Miguel Ángel Félix Gallardo conocido como el "Jefe de Jefes" quien llegó a ser el narcotraficante más poderoso de México, en escala menor de encontraban: Ernesto Fonseca Carrillo, Manuel Salcido Uzeta, Pablo Acosta Villarreal, Juan José Esparragoza Moreno, Armando Carrillo "El señor de los cielos", Rafael Caro Quintero e Ismael Zambada García y en una escala menor se encontraban Héctor Palmas Salazar, Joaquín Guzmán Lora, Los hermanos Arellano Félix y los hermanos Beltrán Leyva.

Se sabe que en 1989 Félix Gallardo convocó a todos los capos para dividir el territorio nacional, divididos en cinco plazas, cada una de ellas asignadas a los allegados de Félix Gallardo. La ruta de Tijuana fue asignada los hermanos Arellano Félix, la ruta de Ciudad Juárez a la familia Carrillo Fuentes, el camino de Sonora a Miguel Caro Quintero, la Ciudad de Matamoros a Juan García Abrego y la Costa de Pacífico en manos de Joaquín Guzmán Loera e Ismael Zambada García (IEXE Universidad, 2019).

A partir de la caída de Félix Gallardo comenzó una nueva etapa del narcotráfico de México, una de sus características fue el reajuste de los pactos que se tenían entre políticos y narcotraficantes, también la falta de un cabecilla ocasionó una competencia salvaje entre las múltiples organizaciones en México.

En la actualidad los diferentes cárteles de drogas luchan entre ellos por el control de las rutas de ingreso hacia Estados Unidos perjudicando a la sociedad al no darle solución a esta problemática.

### 2.2.1 El Narcotráfico en Michoacán

En México, se conocen tres zonas históricas del cultivo de drogas: el Triángulo Dorado (la que mencionamos en el apartado anterior), la región de Michoacán-Guerrero conocida como la Cuenca del Balsas y en Oaxaca.

Michoacán se distingue por ser un estado abundante en recursos naturales, con extensos territorios fértiles para agricultura, también se distingue por ser uno de los mayores productores y exportadores de metanfetaminas y marihuana, ya que cuentan con sierras que tienen rasgos geográficos y climáticos parecidos a los del sur de Colombia, además de que estos lugares resultan ser el escondite perfecto para los plantíos ilegales.

Muchos catalogan a Michoacán como la cuna de la guerra mexicana contra el narcotráfico, es un estado clave para entender la historia del narcotráfico en México. En Lázaro Cárdenas se encuentra el puerto más importante de México, utilizado en muchas ocasiones como ruta estratégica del Pacífico para el tránsito de drogas de Sudamérica hacia Estados Unidos.

Zonas agrícolas de Michoacán en la década de los ochenta eran consideradas las más relevantes del país, pero tras una crisis bajaron los niveles de producción, lo cual tuvo un impacto negativo en la economía de los campesinos, muchos de ellos ni siquiera tenían acceso a los derechos básicos ni a ningún tipo de apoyo por parte del gobierno haciendo su situación aún más alarmante, al no tener muchas opciones de las cuales escoger, la única alternativa para muchos fue sembrar cultivos ilegales con el afán de cambiar de una vez por todas su vida y salir de la pobreza. Después de algunos años, a finales de la década de los 90's fue cuando Michoacán vio florecer la industria de estupefacientes de forma exponencial.

Para el año 2017 de acuerdo con un informe realizado por la Procuraduría General de Justicia del estado de Michoacán sobre el narcotráfico, eran siete los grupos criminales los que operaban la entidad: “La Nueva Familia Michoacana”, “El Grupo de Cenizo”, “El Grupo del Gallito”, “El Grupo de El Metro”, “ El Grupo de El Brazo de

Oro”, “Los Viagra” y el “Cártel Jalisco Nueva Generación”, eran quienes tenían el control de la compra-venta de la droga en Michoacán.

Dentro del estado de Michoacán los municipios catalogados como los más violentos son Morelia, Uruapan y Zamora quienes viven en carne propia la ola de violencia que ha dejado la disputa por los territorios y las plazas por parte de los cárteles de drogas.

De acuerdo con información de la publicación de Excelsior: *Michoacán, una tierra favorita para el narco* (Solera, 2013) Michoacán se encuentra dentro de los cinco lugares de mayor desplazamiento de México, según los datos del Centro de Monitoreo Noruego de Desplazamiento Forzado, esto debido al terror causado por el crimen organizado que no deja otra alternativa más que abandonar el lugar.



### 2.3 Consecuencias y manejo de las Adicciones

La adicción es un trastorno resultado del consumo incontrolado de determinadas sustancias psicoactivas, pero este concepto no solo se limita al consumo de estupefacientes, una adicción también es la práctica excesiva de ciertas actividades (como juegos de azar, nuevas tecnologías, compras, trabajo), sin embargo, la adicción más frecuente es el relacionado con el abuso de las drogas.

De acuerdo con un artículo publicado por National Geographic, el consumo constante de ciertas sustancias con propiedades psicoactivas llamadas drogas, cambia gradualmente la función normal de nuestro cerebro, llegando a producir en muchas ocasiones, cambios en el comportamiento. Una vez que se desarrolla un cambio gradual en la fisiología cerebral, la afectación de procesos motivacionales, emocionales, y cognitivos se refleja en la conducta de la persona consumidora (NIH, 2020).

No es fácil que una persona reconozca su adicción y es aún más difícil que tomen la decisión de someterse a un tratamiento, pero si hay casos donde tras verse afectado no solo la persona consumidora sino también su familia y su entorno, el consumidor se somete a tratamientos, no obstante nada les garantiza no tener recaídas, las cuales son también parte importante del proceso de recuperación, esto debido a que lleva tiempo cambiar la fisiología cerebral y acostumbrarse a vivir con la ausencia de las drogas en el organismo.

En sociedad, desafortunadamente muchos señalamos a los adictos como personas débiles, sin fuerza de voluntad, sin antes conocer la historia que hay detrás de sus adicciones, muchas veces son traumas, malos tratos, abusos sexuales, etc. Sin importar cuál hayan sido los motivos de iniciarse en el consumo de drogas es esencial que los adictos reciban ayuda para no seguirse haciendo daño con estos hábitos.

Para poder lograr un cambio de hábitos sobre el consumo de drogas es de suma importancia crear en los miembros de la sociedad una nueva forma de ver a los

adictos, no como delincuentes, sino como seres humanos que necesitan protección y sobre todo ayuda.

La conducta adictiva está compuesta por factores biológicos, psicológicos y sociales, pero el avance en la medicina nos permite contar con mejores herramientas provenientes de la neurociencia, genética molecular, electrofisiología, neuroimagen, inmunología, psicología experimental y social para lograr que las personas puedan modificar su comportamiento (NIH, 2020).

### **El cerebro en las adicciones**

Hay ciertas conexiones entre áreas cerebrales que son importantes a la hora de regular la conducta adictiva, especialmente las de la corteza prefrontal, el núcleo accumbens y el área tegmental y ventral (NIH, 2020).

Basado en un modelo animal y sus experimentos de estimulación eléctrica intracraneal, han descubierto que mediante corriente eléctrica directa al cuero cabelludo o en áreas específicas como el núcleo de accumbens se puede lograr un avance prometedor en el tratamiento contra el consumo de drogas (NIH, 2020).

Cuando el consumo de las drogas se convierte en un hábito crónico, las funciones cognitivas, emocionales y motivaciones de nuestro cerebro cambian, no hay interés en tener trabajo, estar bien con la familia, el único impulso en la vida de los adictos es consumir drogas a cualquier costo.

### 2.3.1 Dependencia

Tener una dependencia en sentido general es cuando necesitamos o dependemos de algo o alguien para poder funcionar o vivir, hablando específicamente de la dependencia a sustancias psicoactivas, el concepto implica la necesidad de consumo de dicho elemento en dosis constantes para poder estar en un estado de bienestar, inclusive aun cuando la persona que consume la droga se dé cuenta de que su consumo tiene consecuencias negativas para ella no estará dispuesta dejarla.

### 2.3.2 Tratamientos

Los estudios sobre las adicciones han demostrado que la conducta adictiva es un trastorno tratable, que con el apoyo de recursos farmacológicos, psicológicos y sociales puede lograrse la recuperación de personas adictas.

Retomando el hecho de que la adicción es una enfermedad crónica, no es posible que una persona de forma simple pueda dejarla en pocos días, la mayoría de los adictos necesitan atención a largo plazo y de forma constante para poder recuperarse.

No existe un tratamiento único que ayude a todos por igual, todos somos especiales en nuestra constitución, unos más vulnerables que otros.

Existen varias opciones de tratamientos, algunas de ellas, las que se han dado más resultados positivos son las siguientes:

- Orientación conductual
- Medicación, se utiliza para controlar los síntomas de abstinencia y evitar la recaída.
- Evaluación y tratamiento de problemas de salud mental
- Seguimiento a largo plazo para evitar la recaída, muchas veces estos incluyen sistemas de apoyo basados en familia (NIH, 2020).

En México hay instituciones especializadas en enfrentar el consumo de drogas, un ejemplo claro es la Comisión Nacional contra las Adicciones (Conadic), pertenece

a la Secretaría de Salud, tiene como objetivo principal prevenir y controlar adicciones, así como proponer políticas y estrategias en contra de ellas (CONADIC, 2020).

Conadic trabaja mediante Centros de Atención Primaria en Adicciones (CAPA), en zonas de mayor riesgo, dichos centros no brindan tratamiento permanente a los afectados, solamente se dedican a detectar las posibles adicciones para poder apoyar al afectado y a su familia con intervenciones breves.

Gady Zabicky Siroh, especialista en adicciones y titular de Conadic, ha señalado en conferencias de prensa que se pretende “Dar un giro de la criminalización y mano dura hacia la libertad, la ciencia y el libre desarrollo de la personalidad” y que uno de los principales retos de la Comisión Nacional contra las Adicciones (Conadic) es proteger especialmente a los niños y a los adolescentes para evitar que en un futuro cercano se conviertan en consumidores adictos.

Una de sus propuestas para conseguir dicho objetivo es trabajar en el contenido de los libros de texto y en la capacitación de familias y maestros (Gobierno de México, 2019), apostar por más estrategias educativas constituye un pilar decisivo en lograr desincentivar a los jóvenes sobre su consumo de drogas.

Conadic también cuenta con un centro de atención ciudadana contra las adicciones donde especialistas en dependencias brindan su apoyo; dicho centro funciona también como línea de denuncia ciudadana. Algunas de las denuncias que pueden presentarse van desde: venta de drogas, bares que no piden INE para entrar, establecimientos que no respetan los lugares libres de humo y centros de internamiento para la atención de drogas en malas condiciones (CONADIC, 2020).

La línea funciona las 24 horas los 365 días del año, esta información fue obtenida en la plataforma de YouTube gracias a un video informativo que la Comisión Nacional contra las Adicciones subió, sin embargo, pese a ser un mensaje claro no cuenta con el alcance que debería, tiene alrededor de 4,500 vistas un número que

no se compara para nada con los 2.2 millones de personas en México que consumen drogas, de los cuales 230 mil son niños, niñas y adolescentes.

## 2.4 Tipos de drogas y sus efectos

Dependiendo del efecto que causan las drogas sobre el organismo pueden ser de tres tipos: adictivas, sinérgicas o antagonistas.

Cabe aclarar que los efectos que a continuación mencionaremos propios de cada una de las drogas dependen de varios factores: dosis, presentación y pureza, así como las condiciones de la ingestión y expectativas del usuario.

El Acta de Sustancias Controladas de 1970 ordena, que se clasifiquen en cinco rangos de peligrosidad de acuerdo a su toxicidad, potencial de adicción y carencia de uso médico (U.S. Department of Justice , 2015).

El enfoque adoptado en algunos países, formulando una distinción entre drogas blandas y duras, ha tenido como resultado una flexibilidad no deseada de las restricciones legales, como signo de tolerancia por parte de las autoridades en lo que concierne al abuso de drogas en forma global así como un aumento en el abuso de drogas, blandas y duras (Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes., 1984).

### 2.4.1 Estimulantes

Dentro de la clase de los estimulantes, las drogas principales en relación con su relevancia clínica son la cocaína y las anfetaminas, incluyendo también las metanfetaminas.

#### **Cocaína**

La cocaína es el alcaloide mayoritario de las hojas de la planta de la coca (*Erythroxylon coca*). Es un potente estimulador del sistema nervioso, por lo tanto, es una de las drogas más adictivas y peligrosas.

Al ser parte del grupo de psicoestimulantes se caracteriza por causar euforia, hiperactividad, así como ansiedad, por eso los que consumen esta droga tienden a estar en estado de alerta, algunas señales importantes son la dilatación de las pupilas, presión arterial elevada, diaforesis y anorexia.

Su consumo puede causar daño cardio y cerebrovascular, pulmonar, digestivo y endocrino, entre otros.

#### **Efectos**

- La cocaína tiene propiedades anestésicas.
- En concentraciones altas acelera el latido del corazón, de este modo su consumo puede provocar arritmias y muertes súbitas.
- Disminuye el apetito
- Provoca estado de alerta
- Dilatación de pupilas
- Aumento de temperatura corporal

#### **Crack**

Se llama “crack” o “rock” al alcaloide de la cocaína a partir del hidrocloreuro de cocaína. Este peculiar nombre tiene su origen en el sonido que se escucha en el proceso de preparación.

Cuatro o seis segundos después de inhalar el crack, se experimenta un “subidón”, una sensación inmediata de euforia, la Organización Mundial de la Salud en su Glosario de términos de alcohol y drogas dice que esta sustancia provoca sentimientos exagerados de confianza y de autoestima, pero este estado de placer solo dura de 5 a 7 minutos, tras los cuales el estado de ánimo sufre un bajón.

### **Cafeína**

La cafeína no es considerada una droga de abuso debido a que es un estimulante socialmente aceptado y cotidianamente consumido. Sin embargo, esto no le quita su potencial para desarrollar una adicción hacia ella, esto se ha visto compensado por los efectos beneficiosos que también tiene en el organismo.

### **Anfetaminas**

Son aminas simpaticomiméticas de fórmula química estructural semejante a la adrenalina. En este grupo se encuentran la anfetamina, dexanfetamina y la metanfetamina. Son conocidas también como “anfetas” o “speed”.

Hay una serie de síntomas que indican una posible intoxicación por anfetaminas: taquicardia, dilatación de las pupilas, aumento de la tensión arterial, sudor, escalofríos, náuseas, insomnio y alteraciones en el comportamiento.

### **Metanfetaminas**

Derivada de las anfetaminas. Su consumo puede tener consecuencias negativas de tipo cerebro-vasculares, cardio, pulmonares, digestivas y endocrinas.

### **Éxtasis**

El éxtasis es una droga estimulante que puede provocar alucinaciones. Se considera una droga de diseño porque se fabrica con el objetivo de que a sus consumidores les dé subidones de adrenalina.

### 2.4.2 Alucinógenos

Los alucinógenos son un grupo de sustancias que tienen como principales efectos alteraciones de la experiencia y la percepción. Algunos alucinógenos son los siguientes: dietilamida de ácido lisérgico (LSD), la fenciclidina (PCP) y la ketamina. Los efectos empiezan a notarse de 20 a 30 minutos después de la ingestión que usualmente es por vía oral.

Su consumo causa efectos de tipo cardiovascular, respiratorio, circulatorio, digestivo, renal y sensorial. La principal consecuencia que tiene consumir este tipo de droga en el organismo y causar alteraciones psicóticas en relación a la percepción de la realidad.

#### **-LSD**

La dietilamida de ácido lisérgico (LSD) es un prototipo de sustancias que provocan alucinaciones. Popularmente, es conocido como ácido.

Los efectos son impredecibles, ya que depende la cantidad de sustancia tomada, la vulnerabilidad del consumidor, inclusive la situación emocional por la cual se encuentra en el momento de ingerir dicha sustancia.

Los **efectos fisiológicos** son:

- Pupilas dilatadas
- Aumento de la temperatura corporal
- Aumento en la frecuencia cardíaca y presión sanguínea
- Sudoración
- Pérdida de apetito
- Activación general
- Sequedad de la boca
- Temblores



## **Efectos psicológicos**

El sujeto puede experimentar varias sensaciones y sentimientos al mismo tiempo y puede pasar de un estado de ánimo a otro, mientras más alta sea la concentración esta puede producir alucinaciones.

Los consumidores de LSD experimentan también sintomatología psicótica que caracteriza trastornos como la esquizofrenia, alteraciones sensoriales y cognitivas

## **Inhalantes**

Los inhalantes son gases que se inhalan con la intención de lograr un subidón. Es una forma barata y fácil de drogarse. Los sujetos pueden encontrar este tipo de drogas en pinturas, barnices, gasolina, pegamentos, correctores, gases (butano, propano), éter, cloroformo, halotano, y óxido nítrico (gas de la risa), también en aerosoles como sprays para el cabello, desodorantes etc.

Dentro de los daños en el organismo encontramos los siguientes:

- Pérdida de audición
- Neuropatías periféricas
- Espasmos en extremidades
- Lesiones en el sistema nervioso central
- Lesiones en la médula espinal
- Daño hepático y renal
- Disminución de la oxigenación
- Si la concentración de lo inhalado es alta, puede causar un ataque cardíaco y la muerte.

### 2.4.3 Depresores

Son aquellas sustancias que suprimen, inhiben o reducen la actividad del sistema nervioso central (SNC). Los principales grupos de depresores del sistema nervioso central son los sedantes, los opiáceos y los neurolépticos.

Algunos ejemplos de depresores son:

#### **Alcohol**

Es una de las drogas más consumidas en todo el mundo, junto con el tabaco que es otra droga legal y permitida en la sociedad causan pérdidas tanto en recursos humanos como económicos.

El alcohol propicia un comportamiento desinhibido por sus propiedades farmacológicas y a la vez es una droga depresiva. La intoxicación alcohólica puede causar envenenamiento; su consumo prolongado origina dependencias, así como trastornos físicos, mentales y orgánicos (Organización Mundial de la Salud, 2018).

Es la sustancia adictiva más consumida por los jóvenes. Sus efectos producen:

- Embriaguez
- Pérdida de coordinación
- Aumento de violencia
- Trastornos en el aprendizaje y la memorización
- Irritabilidad.
- Dependencia, enfermedades (cirrosis de hígado)

Su consumo puede provocar complicaciones en el organismo ya sean cardiovasculares, digestivas, endocrinas y dermatológicas, posibilita el desarrollo de enfermedades infecciosas como la neumonía y la tuberculosis.

## **Barbitúricos**

Fármaco perteneciente al grupo de depresores del sistema nervioso central, es un derivado del ácido barbitúrico, se utilizan como anestésicos, sedantes e hipnóticos. Su consumo tiene deriva en efectos similares a los del alcohol.

## **Benzodiacepinas**

Son fármacos que han reemplazado a los barbitúricos como sedantes/hipnóticos. El organismo ante el consumo constante desarrolla rápidamente una dependencia.

## **Derivados del Opio**

El opio es el producto más preciado de la planta de la amapola (*Papaver somniferum*), es la sustancia natural más efectiva para disminuir el dolor. Sus dos derivados principales, la morfina y la codeína, sintetizados químicamente, han sido utilizados desde principios del siglo XIX.

El consumo de opioides puede tener como consecuencia enfermedades como hepatitis B, hepatitis C, infecciones, neumonía, etcétera.

Hay diferentes tipos de opioides:

- Opioides naturales: morfina y codeína
- Opioides semisintéticos: hidromorfona, hidrocodona, oximorfona, oxicodona, diacetilmorfina (heroína) y buprenorfina.
- Opioides sintéticos: metadona y fentanilo

## **Heroína**

La heroína es una droga muy adictiva, es además la más consumida de las del grupo de los opioides. Se obtiene a partir de la morfina, químicamente la heroína son dos moléculas de morfina unidas por grupos acetilo.

Es conocida como el prototipo de los opiáceos. Su consumo tiene efectos desfavorables de tipo cardiovascular, respiratorio, renal, digestivo, endocrino e inmunitario, entre otros, y puede causar diversas enfermedades infecciosas.

## 2.5 Otros

### **La Nicotina**

La Nicotina es un alcaloide que constituye la principal sustancia psicoactiva del tabaco, es altamente estimulante y adictiva. Es una droga estimulante como ya lo mencionamos, pero al mismo tiempo relajante. Su efecto depende de la reacción del organismo, ya que en cada persona es diferente, en algunas eleva su capacidad de concentración, mientras que en otras reduce su ansiedad, de hecho, investigaciones han demostrado que el estrés y la ansiedad influyen en el desarrollo de la tolerancia y dependencia hacia la nicotina.

La nicotina se consume en forma de humo de tabaco (cigarros), tabaco sin humo (mascar) y chicles de nicotina, este compuesto lo absorbe rápidamente el organismo por lo cual el fumador siente ganas de fumar otro cigarro.

La adicción a la nicotina produce los siguientes efectos y riesgos:

### **Efectos**

- Aumenta el ritmo cardiaco, estrecha los vasos sanguíneos y dificulta el funcionamiento del corazón.
- Debilita los dientes, perjudica las encías, causa manchas en los dientes y provoca la aparición de caries.
- Causa el mal aliento.
- Puede causar cáncer, enfermedades coronarias y hasta la muerte.

- Inhalar el humo de otra persona puede ser peligroso para su salud, este humo es conocido como “humo pasivo”, contamina el aire y algunos estudios sugieren que es tan dañino como el humo de un cigarro que estuviéramos fumando.

El tabaco es fácil de conseguir y altamente adictivo. La gente que empieza a fumar de joven desarrolla una mayor dependencia a la nicotina que la gente que empieza a fumar más tarde. Fumar es el primer paso, los jóvenes pueden pasar fácilmente de los cigarrillos a los porros, a fumar marihuana, y otras sustancias fáciles y peligrosas como la metanfetamina y la cocaína.

### **Marihuana**

De las hojas y las flores de la planta *Cannabis sativa*, se obtiene el preparado conocido como marihuana. El consumo de cannabis produce euforia causando alteración del sentido del tiempo e intensificación de las percepciones sensoriales.

El término Marihuana es de origen mexicano, en un principio se utilizaba para hacer referencia del tabaco barato, pero hoy en día representa una palabra con la cual muchos países se refieren a las hojas del cannabis.

El uso ocasional de cannabinoides produce efectos secundarios, como ansiedad y ataques de pánico. Su consumo tiene efectos adversos de tipo cardiovascular, endocrino, respiratorio e inmunológico, también se ve perjudicada la coordinación motora y provoca además la aparición de cuadro psicótico.

### **Esteroides**

Son hormonas naturales o sintéticas compuestas por lípidos complejos basados en la molécula del colesterol. Estos compuestos incrementan la masa muscular, algunos deportistas lo utilizan para aumentar su fuerza y rendimiento, sin embargo, pero están prohibidas en los principales deportes profesionales.

A continuación información proporcionada por la Coordinación del Programa de Prevención de Adicciones de Morelia, para conocer por cuáles vías de administración utilizan los adictos para ingerir ciertas drogas.

**Tabla 2.3 Vía de administración de las principales drogas en Morelia.**

Droga	Respiratoria	Oral	Inyección
Heroína			x
Morfina			x
Codeína		x	x
HIPNÓTICOS Y SEDANTES			
Barbitúricos		x	x
Metacualona		x	x
Meprobamatos		x	
ESTIMULANTES			
Anfetaminas	x	x	x
ALUCINANTES			

Hongos		x	
L.S.D.	x	x	
Peyote	x		x
Marihuana	x	x	x
SOLVENTES			
Pegamentos	x		
Thinner	x		
Cemento	x		

*Nota.* La información fue extraída del Trabajo de Encuentra de Campo de Adicciones de la Coordinación del programa de Prevención de Adicciones de Morelia.

Como se puede observar en la tabla anterior existen diferentes formas de administrarse las drogas, las principales son: Oral, de esta forma tardan un tiempo en hacer efecto, ya que primero tienen que ser absorbidas por el estómago; Fumada/inhalada; Intranasal (la droga se ingiere a través de las fosas nasales; Inyectada (la droga llega al cerebro mediante la corriente sanguínea), lo que asegura que los efectos serán inmediatos.

**Para cerrar...**

El consumo de estupefacientes ha existido desde hace miles de años en diversas partes del mundo, las culturas prehispánicas mesoamericanas son un ejemplo de esto, donde eran utilizadas para alcanzar un estado más consciente de la mente y aumentar el nivel de percepción del entorno.

Existen vestigios arqueológicos que demuestran que desde el origen de la humanidad y a lo largo de la historia, las culturas prehispánicas usaron sustancias alucinógenas para fines recreativos, terapéuticos y religiosos.

Años más tarde el hombre civilizado perfeccionó los procedimientos para la obtención de dichas sustancias y pasaron de un consumo religioso a uno recreativo que más tarde se convirtió en adicciones que hoy en día causan un sinnúmero de problemáticas.

México cuenta con tierras fértiles y las condiciones geográficas necesarias para el cultivo de diversas drogas, esto sumado a la pobreza y la alta tasa de desempleos han propiciado que desde el siglo pasado campesinos se dediquen a la siembra de estupefacientes para superar sus condiciones deplorables.

Actualmente, la oferta y demanda relacionada con la droga ha experimentado máximos históricos, México ya no solo es un país productor y de tránsito, sino también es un país consumidor.

Uno de los segmentos que más consumen drogas a nivel nacional son los adolescentes que se encuentran entre los 12 y 17 años, ellos constituyen uno de los grupos más vulnerable de la sociedad, esto se debe a que la adolescencia es una etapa muy difícil, se caracteriza por el anhelo de los jóvenes de independizarse, experimentar y hacer lo que los adultos les prohíben, además el consumo de sustancias psicoactivas en los jóvenes se ha vuelto una ventana de escape para situaciones que les causan malestar



Los adolescentes se encuentran en una etapa donde buscan descubrir su identidad, lograr su independencia, y dejar de depender de las reglas de sus padres, muchos jóvenes ven como algo normal experimentar el consumo de drogas para formar parte de un grupo, sentirse más grandes, es una situación alarmante, ya que el uso de drogas a temprana edad representa un importante factor de riesgo para el desarrollo de fuertes adicciones a sustancias psicoactivas.

En México el consumo de drogas ha sido considerado como un problema de salud, un problema de seguridad e inclusive un asunto militar, una pelea de cárteles, mientras que para algunos el consumo de drogas no es algo malo, mientras que para otros representa lo más abominable, causa principal de muchos problemas, en el presente trabajo respetamos el criterio de cada quien y evitamos señalar a los adictos como culpables, lejos de lo moralmente correcto o incorrecto lo primordial en este problema social fue darnos cuenta de que de no tratar detenerlo puede consumir no solo a nuestros jóvenes que son el presente y el futuro de México, sino a todos los miembros que conformamos la sociedad, ya que hemos creado una cultura donde es socialmente correcto observar a jóvenes consumiendo alcohol o tabaco en fiestas desde temprana edad sin tomar en cuenta las dimensiones fatales que esto puede traer consigo.

## CAPÍTULO III

### Diagnóstico del CBTA 233 Tarímbaro

*“Aunque nadie puede volver atrás y comenzar de cero, cualquiera puede comenzar a partir de ahora y llegar a un nuevo final”.*

*-Carl Bard-*

## CAPÍTULO III

### Diagnóstico del CBTA 233 Tarímbaro

*“Aunque nadie puede volver atrás y comenzar de cero, cualquiera puede comenzar a partir de ahora y llegar a un nuevo final”.*

-Carl Bard-

En este capítulo se expone una valoración realizada sobre la situación actual del Centro Bachillerato Tecnológico Agropecuario 233, Unidad Tarímbaro, esto con el objetivo de establecer una conexión con la comunidad estudiantil para asimismo conocer sus necesidades, intereses y motivaciones de tal forma que gracias al cúmulo de información obtenida se pudieran construir las bases de la propuesta de campaña de marketing social para desincentivar el consumo de drogas que proponemos en el presente proyecto.

El primer paso para realizar una campaña es conocer el contexto situacional, delimitar el espacio donde se llevarán a cabo las acciones que conforman la campaña. Para entender el entorno social de nuestros sujetos de estudio, fue necesario investigar factores que conforman su ambiente como: economía, nivel de ingresos, nivel educativo, cultura, edad, etcétera.

El CBTA 233 se encuentra en una región que pertenece a la Zona Metropolitana de Morelia que en los últimos años han presentado una conurbación que se caracteriza principalmente por el aumento de la población, en consiguiente las necesidades de los habitantes han aumentado, es por ello que el municipio de Tarímbaro necesita propuestas que mejoren la calidad de vida de los pobladores, específicamente hablando del problema del uso y abuso de drogas, ya que son pocos los registros encontrados sobre campañas que combatan este problema de salud pública.

Ante este panorama las instituciones educativas en colaboración con los padres de familia tienen que sugerir y respaldar propuestas que brinden información y apoyo a sus hijos.

### 3.1 Fundación histórica

Tarímbaro se encuentra habitado desde la época prehispánica, se dice que los primeros pobladores fueron de origen chichimeca-pirinda, fueron ellos quienes llamaron al territorio en honor a la palabra de origen chichimeca: Tarimu que significa “lugar de sauces”, evidentemente por ser un lugar con sauces (Bolaños, 2015).

El valle donde se ubica Tarímbaro, perteneció antes de la conquista española a la princesa tarasca Beatriz de Castillejo, hermana de Tangáxoan II, último Caltzontzi de los tarascos. Tras la llegada de los españoles al territorio mexicano, en 1524 se creó la encomienda de Tarímbaro, la cual se le encargó a Cristóbal de Valderrama. Después de la conquista la propiedad le fue confinada por orden real expedida por Carlos V en 1545.

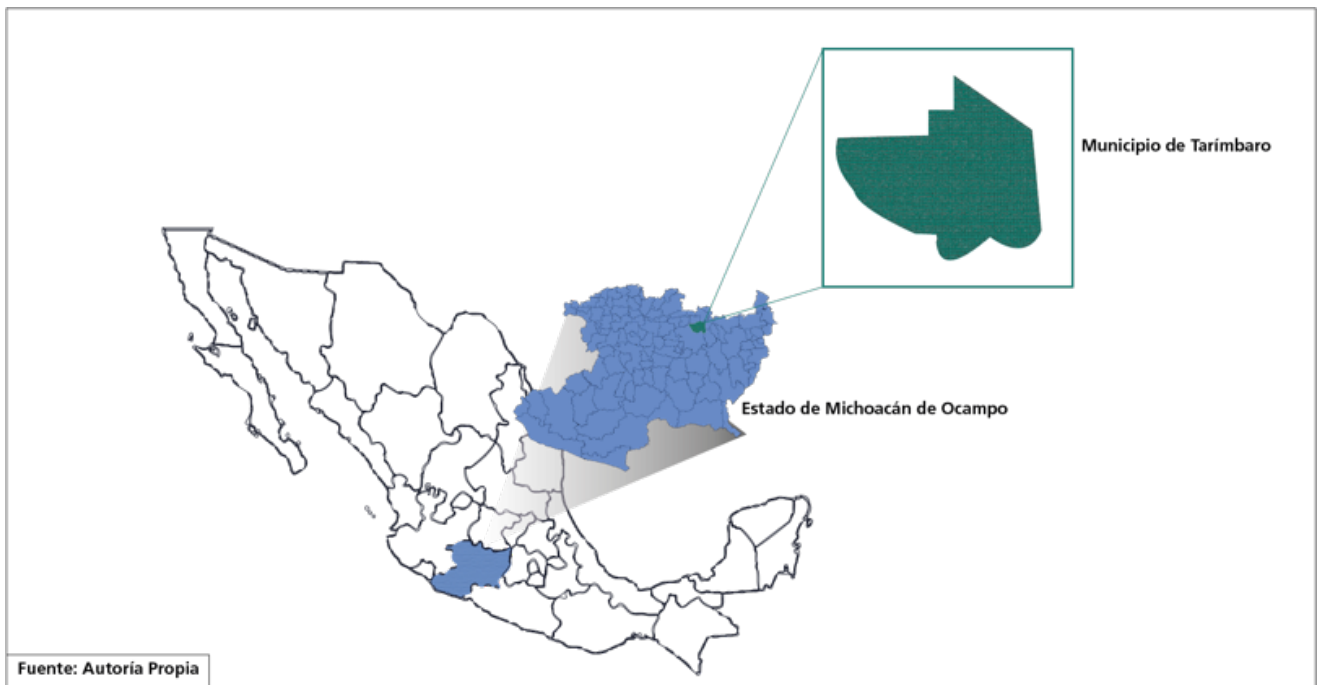
El nombre original que recibió el poblado fue San Miguel Tarímbaro, evidentemente por la presencia católica de los evangelizadores.

En la historia de Tarímbaro y su fundación primero como tenencia y luego como municipio, cabe destacar que en el año de 1864, Maximiliano y Carlota, los últimos emperadores de México llegaron a Tarímbaro con rumbo a Morelia, pero al no recibir los honores esperados, despreciaron a Tarímbaro y lo nombraron solo como una tenencia de Morelia y no con el grado de municipio.

El municipio se constituyó el 10 de diciembre de 1831, en 1894, se le otorgó la categoría de tenencia perteneciente al municipio de Morelia y fue hasta el 26 de febrero de 1930 que por decreto del Gral. Lázaro Cárdenas del Río, el entonces gobernador del estado, fue que se le dio nuevamente la categoría de municipio (INAFED, 2021).

### 3.1.1 Delimitación del municipio

La región objeto de nuestro estudio, geográficamente es una planicie que se encuentra al norte del Estado de Michoacán (Figura 1), en las coordenadas  $1^{\circ} 48''$  de longitud norte y  $19^{\circ} 49''$  de latitud oeste a 1875 metros sobre el nivel del mar, cuenta con una superficie de 258.57 kilómetros cuadrados, porción que representa el 0.38% del total del territorio estatal (Figura 3.1).



**Ilustración 3.1** Delimitación geográfica del municipio de Tarímbaro (INEGI, 2021).

Colinda al norte con Copándaro, Cuitzeo, al este con el municipio Álvaro de Obregón, al sur con Morelia y Charo, al oeste con Chiquimitio y el cerro de Quinceo (Bolaños, 2015).

### 3.2 Cultura

Hablando de la cultura, Tarímbaro cuenta con patrimonio cultural tangible e intangible. Su riqueza cultural, se basa principalmente en espacios arquitectónicos que forman parte de su patrimonio y que hoy en día son considerados como centros turísticos:

- La Zona Arqueológica “El Cerro de La Mesa”.
- El Templo de San Miguel Arcángel, Ex Convento Franciscano, que data del siglo XVI.
- La Ex hacienda de Guadalupe (1536)
- El Santuario de la Virgen de la Escalera (1571)

Las manifestaciones culturales, fiestas y tradiciones que tienen lugar en el municipio son:

**Fiestas:** En enero tiene lugar la Celebración en honor del Santo Niño de Chiquimitio, Semana Santa, en mayo la Fiesta de la Santa cruz, en junio la Celebración a San Pedro y San Pablo, en septiembre la Celebración en honor a San Miguel, en noviembre la Fiesta de Santa Cecilia y en diciembre la Celebración en honor a la Virgen de Guadalupe y la Fiesta de Takari, en la cual la gente danza y recoge heno para elaborar el lecho del Niño Dios.

**Danzas:** El baile de los famosos “Toritos de Petate”.

**Artesanías:** Los toritos de petate a base de papel que son representaciones religiosas de la vida y muerte de Jesús en Semana Santa, Tarímbaro incluso es considerado como la cuna de los toritos de petate.

**Gastronomía:** La comida típica del municipio es: Mole estilo Tarímbaro, tamales con pulque, guajolote, conejo y ardillas emborrachas con pulque, de hecho Tarímbaro es uno de los municipios de Michoacán que mantiene viva la práctica ancestral de raspado del maguey para la elaboración del pulque, considerado por las culturas ancestrales “néctar de los dioses”.

### 3.3 Demografía

Dentro del territorio municipal, se identifican un total de 100 localidades: 91 de ellas con menos de 2,500 habitantes y 9 urbanas con más de 2,500 habitantes, además de la cabecera municipal; 3 tenencias: Cuto del Porvenir; Téjaro de los Izquierdo; y Uruétaro.

Tarímbaro es el municipio de Michoacán que mayor tasa de crecimiento ha presentado en los últimos 15 años, debido a la cercanía que tiene con la capital del Estado, junto con este municipio otros dos forman la denominada Zona Metropolitana de Morelia, reconocida a nivel nacional desde el año 2000, pese a la urbanización que ha experimentado en el municipio de Tarímbaro aún se ven rasgos propios de localidades rurales, dentro del sistema urbano estatal de centros de población Tarímbaro es clasificado como centro de nivel intermedio.

De acuerdo con las cifras del año 2020, publicadas por el Consejo Estatal de Población de Michoacán, la población total de Tarímbaro es de 119,932, de la cual la población femenina es mayor que la masculina, distribuyéndose en una proporción de 51.93% y 48.06% respectivamente, con un total de 61,819 mujeres y 57,213 hombres.

De la población total hay 35,898 niños de 0 a 14 años, 30,444 jóvenes de 15 a 29 años, 43,637 adultos de 30 a 59 y 9,053 de adultos mayores de 60 y más años. En relación con las cifras anteriores la población juvenil de 15 a 29 años representa el 25.58%.

El proceso de conurbación que vive Morelia ha convertido a Tarímbaro en un receptor de población, de acuerdo con la información obtenida en registros de INEGI, en el año 2010, los residentes no nacidos en la entidad eran un total de 8,564 habitantes (10.89% del total).

### 3.3.1 Educación

Uno de los indicadores socio demográficos más relevantes es el grado promedio de escolaridad de la población, el cual corresponde a los habitantes de 15 y más años los cuales tienen en promedio 9 años de escolaridad.

Hasta el año 2010 se tenía registro de 116 instituciones educativas reconocidas por la Secretaría de Educación del Estado; 45 escuelas preescolares, 49 primarias y 20 secundarias. Además, el municipio cuenta con dos bachilleratos y una escuela de formación para el trabajo; el CBTA 233, único plantel de su tipo que ofrece a los jóvenes la formación de técnicos al egresar del nivel medio superior.

El **Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario N°233** pertenece al padrón de escuelas de calidad del Sistema Nacional de Bachillerato, fue creado el 18 de marzo del 2010, se encuentra ubicado en la localidad “La Magdalena” (Ex hacienda de la Magdalena) situado a 3.9 kilómetros del municipio de Tarímbaro, Michoacán. La ubicación geográfica fue un aspecto determinante a la hora de establecer un cbta en la región, debido en gran parte a la alta demanda de actividades agrícolas que hay en el municipio.

Actualmente, la matrícula se constituye aproximadamente por 900 alumnos, 750 son los que conforman la modalidad escolarizada y 140 están inscritos en la modalidad autoplaneada del SAETA.

El porcentaje de deserción escolar es un problema educativo que se da principalmente por recursos económicos pero también puede ser consecuencia de problemas con adicciones, embarazos no planeados, etcétera. En el 2019 en el CBTA se contabilizó un 7% de deserción escolar en el total de la matrícula (45 bajas), los motivos son diversos, por lo general gran parte del porcentaje es representado por casos de reprobación o por ausentismo. En esta tesis relacionamos el desaprovechamiento escolar con la tendencia al consumo de drogas y que dicho consumo se intensifica durante el tránsito de los jóvenes por el nivel medio superior.



### 3.3.2 Aspectos económicos

De acuerdo con información del Censo Intercensal, realizado por el INEGI en el año 2015, el 36.07% de la población municipal es considerada económicamente activa (P. E. A.), lo que corresponde a 38,022 habitantes.

Esa misma fuente, reporta que las actividades económicas que concentran mayor población trabajando en ellas son las relacionadas con el sector terciario de la economía, es decir la prestación de servicios y el comercio, juntos dan trabajo al 68.91% de la Población Económicamente Activa que reside en el territorio municipal.

De acuerdo a la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (Conasami), Michoacán y los municipios que lo conforman, se encuentran por debajo de la media nacional (\$5,000) considerando el salario mínimo del 2020; \$123.22 por día o bien \$3,696.6 mensuales (Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, 2021).

#### **Actividades económicas**

Su principal actividad económica es la agricultura tanto de temporal como de riego, así como actividades pecuarias.

Dentro del territorio municipal, el 58 % (75 hectáreas) de la superficie es destinada para el desarrollo de actividades agrícolas, ya que la región se encuentra en la zona centro-oriente, abastecida por sistema de canales que facilitan las actividades de este tipo.

Tarímbaro tiene sembradíos de alfalfa, maíz, sorgo, cebolla, frijol, coliflor, brócoli, rábano, pepino, lechuga, repollo y tomate.

También en temporadas específicas se dedican a la siembra de la flor de Cempasúchil, así como la flor de terciopelo o mano de león y la nube, de las flores más populares durante la Celebración del Día de Muertos. Además, Tarímbaro se dedica a la producción de leche, se destaca por ser de los principales productores a nivel estado.

### 3.3.3 Marginación

De acuerdo a los estudios realizados por el Consejo Nacional de Población, el municipio de Tarímbaro presenta un grado de marginación considerado “bajo” tomando en cuenta los recientes desarrollos habitacionales, en contraparte, las localidades que se ubican dentro de ese municipio presentan índices altos y muy altos de marginación.

### 3.3.4 Pobreza

La Comisión Nacional de Evaluación de la Política Social (Coneval), a partir de la información registrada en el censo del 2010, presentó indicadores de pobreza dentro del territorio municipal de Tarímbaro que incluye la tenencia de Téjaro de los Izquierdos, determinando que dicha región presenta un grado bajo y medio de rezago social.

De acuerdo a los datos obtenidos de la base de información del INEGI y CONEVAL en el año 2015 a nivel municipal, el 27.7 por ciento de la población se encontraba en situación de pobreza y el 4.4 por ciento en pobreza extrema.

### 3.4 Tendencia a la drogadicción en el CBTA 233

El Centro Bachillerato Tecnológico Agropecuario 233 ha sido testigo de que el consumo de drogas afecta a cientos de jóvenes que pasan por sus aulas, no obstante el abuso de estupefacientes es una situación demasiado complicada que supera sus facultades como autoridades educativas.

Una forma en la cual los docentes y autoridades educativas han identificado casos de abuso de estupefacientes es en el desaprovechamiento escolar por ausentismo y en el peor de los casos de deserción escolar.

Cuando en la institución los maestros detectan un caso de abuso de drogas por parte de algún alumno lo primero que hacen es tratar de hablar con los padres acerca de esto, sin embargo, no está dentro de sus capacidades el señalar a uno de sus alumnos como un adicto, es por ello que después de platicar con los padres buscan canalizar a los jóvenes que sufren de adicciones con profesionales del tema para que reciban el tratamiento adecuado sin afectar la situación académica del estudiante, para el bien de la escuela y de los demás alumnos se les pide a los padres que su hijo o hija se atienda lo más pronto posible, sin descartar la posibilidad de que una vez rehabilitado vuelva a las aulas del plantel.

De acuerdo a testimonios de los mismos alumnos y del director del plantel, existe cierta tendencia del consumo de drogas en los alumnos que trabajan el campo, los jóvenes que normalmente eligen esa carrera regularmente lo hacen por herencia familiar, son pocos los casos que lo hacen por un gusto propio, la mayoría son varones que sienten curiosidad por la producción de la tierra y que tienen cierta construcción social que enaltece a los narcos y a las drogas.

En el CBTA a lo largo de sus diez años de funcionamiento se han presentado lamentablemente tres casos de suicidios de alumnos que consumían drogas.

A continuación el Director del plantel nos brindó la siguiente información sobre algunos antecedentes sobre el consumo de drogas que se ha presentado en la institución.

### 3.4.1 Casos suicidios alumnos adictos

#### Testimonio del Director del Centro Bachillerato Tecnológico Agropecuario

En mi trayectoria en el plantel, he sido testigo de tres casos graves de consumo de drogas, el primer caso se registró hace seis años, fue una chica llamada Katia la que se quitó la vida, sus amigos más cercanos después del suicidio comentaron que su compañera se inyectaba ciertas drogas, el segundo fue hace 3 años, por parte del alumno Daniel que iba en el último semestre de la Carrera Técnica Agrícola y el último año caso fue el año pasado, el muchacho se llamaba Alexander Rey Órnelas, él también estaba en la Carrera Técnica Agrícola, cursaba el último semestre, era repetidor, ya que previamente había perdido un año por las problemáticas que tenía relacionadas con el consumo de drogas, él tenía una novia que esta a punto de egresar, su nombre es Jocelyn, todo fue muy extraño, porque este joven se suicidó un fin de semana, se colgó en su casa, la actitud que se percibió en el plantel fue hasta cierto punto “normal”, los maestros del área de agrícola no habían percibido ningún comportamiento alarmante por parte del joven, lo único de lo que se percataron fue que antes de suicidarse subió un estado en el Facebook, expresando de cierta forma que tenía problemas y que se sentía triste, dicen que él consumía marihuana...



**Ilustración 3.2** Ofrenda Día de Muertos para el alumno del CBTA 233 Alexander Rey Ornelas.

Lo anterior deja en evidencia que hay una relación estrecha entre el uso de drogas y el suicidio, podríamos inclusive situar el consumo de sustancias como un factor

de riesgo que combinado conductas suicidas derivadas de trastornos mentales o problemáticas sociales tiene un final fatal.

### 3.5 Análisis situacional mediante un FODA

Creímos pertinente realizar el análisis situacional mediante un FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), es una herramienta o técnica de planificación estratégica que nos permite crear líneas de solución y planes a partir del análisis de factores internos y externos de una escuela, empresa o cualquier tipo de organización.

Al realizar un análisis FODA primero se deben realizar dos análisis esenciales: Análisis interno y externo, posteriormente presentaremos el FODA.

#### **Microambiente escolar**

Para que los alumnos se desarrollen en un ambiente adecuado son necesarias las condiciones pertinentes para que esto suceda, ¿A qué nos referimos? Para que exista un microambiente escolar beneficioso en el cual los estudiantes se desenvuelven, sea el nivel escolar que sea, deben existir dos elementos básicos: una buena y constante comunicación entre docentes-padres de familia, así como una adecuada relación entre todas autoridades escolares, si esta es armoniosa y funcional los alumnos tienden a seguir ese ejemplo.

La figura de la dirección y subsecuentes representan la autoridad del plantel, fue en el año 2019 cuando después de diez años de permanencia de un mismo director se tomó la decisión de hacer un cambio y darle el puesto a alguien más, entonces comenzó en cierta forma un conflicto, ya que padres de familia y mismos estudiantes ante esta situación tomaron una actitud de rebeldía, algunos por lealtad al director pasado y por intereses personales.

En este caso lo que observamos fue que a partir de un conflicto político interno se detonaron ciertas condiciones desfavorables como incertidumbre y malos

entendidos dentro de la institución así como suspensión de clases, esto en cierta manera afectó a los alumnos de forma directa, ya que al no tener respeto por las autoridades escolares rompen reglas ya establecidas con más facilidad como faltar a clases o cometer faltas en el comportamiento.

Otro aspecto importante es que este tipo de instituciones públicas cuentan con un presupuesto limitado, por lo cual es difícil hacer constantes mejoras en lo que respecta a la infraestructura pero... ¿Qué tiene que ver esto con el consumo de drogas por parte de los jóvenes? Fue curioso observar y escuchar de los mismos docentes que la falta de una buena delimitación del plantel da cabida a que los alumnos vean más fácil volarse las clases, además el tener ciertas áreas descuidadas dentro del plantel promueve que los jóvenes las adopten y destinen para el consumo de drogas; como lo era la cancha, por ello uno de las últimas mejoras que se decidieron hacer de forma estratégica fue la renovación de dicho espacio para que más jóvenes la frecuentan de forma constante y dejará de ser un lugar abandonado ideal para consumir drogas.



***Ilustración 3.3*** Cancha del CBTA 233 antes de ser remodelada



**Ilustración 3.4** Cancha del CBTA 233 después de ser remodelada

### **Macroambiente en el CBTA 233**

La vulnerabilidad de un individuo frente a las drogas depende de muchos factores, independientemente de los elementos biológicos o de los desórdenes psicológicos, el entorno social juega un papel muy importante.

Los jóvenes en general, y los estudiantes de nivel medio superior en especial, inician el consumo de drogas por diversas razones: curiosidad, presión social, falta de comunicación con sus padres, problemas de autoestima, búsqueda de independencia, depresión, anhelo por escapar de sus problemas, entre otras, pero sin duda el entorno social funciona como detonador de las adicciones.

Tarímbaro se encuentra en una zona de riesgo por el tráfico de drogas, expertos han catalogado al estado como una tierra con las condiciones favorables para que esto suceda, sumado a ello la cultura permisiva que se ha desarrollado hacia las drogas, inclusive existe cierta admiración hacia los narcotraficantes.

Además, hay que considerar también que la publicidad juega un papel muy importante en el desarrollo de hábitos de consumo para vender ciertos productos, hablando específicamente de las drogas diariamente la sociedad en general se ve expuesta a anuncios muy atractivos que promueven el consumo de alcohol y cigarros, en su defensa las empresas que hacen esto justifican que su publicidad

es precisamente destinada a los jóvenes, algunos anuncios incluyen en letras pequeñas frases como: Disfruta de un consumo responsable, beber con moderación, prohibida su venta a menores de 18 años, además en la mayoría de los comerciales asocian la presencia de alcohol con una buena convivencia, haciendo que pensemos que un elemento esencial para tener una buena fiesta hablese de la índole que sea es la presencia de productos de este tipo.

Y bueno si existiera todo lo anterior, pero a la vez constantes intervenciones y apoyo para que los jóvenes a pesar de las amenazas externas se mantuvieran firmes a cuidar su salud la historia sería quizás diferentes, pero lo cierto es que no ven este tipo iniciativas como prioridad hablando de un presupuesto.



**Tabla 3.1 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del CBTA 233**

<b>FODA</b>	
<b>CENTRO BACHILLERATO TECNOLÓGICO AGROPECUARIO #233 TARÍMBARO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Los alumnos muestran ser empáticos y tener un gran compañerismo.</li> <li>● Se promueven actividades extracurriculares.</li> <li>● Posee instalaciones tanto para realizar actividades recreativas como prácticas agropecuarias y deportivas.</li> <li>● Se promueve la multiculturalidad a través de maestros extranjeros que imparten diferentes materias entre ellas inglés.</li> <li>● Renovación espacios que lo requieren.</li> <li>● Biblioteca con equipo de cómputo y laboratorio exclusivo de computación.</li> <li>● Sensibilidad al cuidado y protección del medio ambiente.</li> <li>● Tienen áreas verdes, invernadero, vivero y un área destinada a la producción de composta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La población de Tarímbaro esta en crecimiento.</li> <li>● Acceso a becas y apoyos económicos.</li> <li>● Entre compañeros puede crearse un grupo de apoyo para situaciones complicadas.</li> <li>● En los talleres que ofrece el plantel se perfeccionan talentos y habilidades de los jóvenes lo que les permite entrar a concursos y obtener recompensas.</li> <li>● Los alumnos establecen relaciones con maestros extranjeros lo que le hace tener un panorama global.</li> <li>● Impusan el emprendurismo, los alumnos hacen desde mermeladas, conservas, dulces, quesos y otros productos hortofrutícolas, lácteos y cárnicos.</li> <li>● Al renovar espacios como las canchas de futbol y basquetbol se organizan torneos deportivos.</li> <li>● Se capacita a los alumnos para tener un grado de técnico en diferentes áreas.</li> <li>● Venta de composta, plantas, frutas y verduras.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hay conflictos entre los docentes y autoridades escolares.</li> <li>● Hay poca cultura respecto al cuidado de las instalaciones.</li> <li>● Falta de acción frente al abandono y descuido de zonas de riesgo en el plantel.</li> <li>● A los alumnos se les facilita saltarse clases e irse de la escuela por falta de límites físicos.</li> <li>● Carencia en educación sexual.</li> <li>● No hay un plan de acción interno para darle apoyo a los alumnos que tienen adicciones.</li> <li>● Hace falta mejorar las instalaciones donde se vende la comida.</li> <li>● Falta de infraestructura en los talleres y materiales e inmuebles.</li> <li>● Falta de motivación por parte de los docentes para impulsar a sus alumnos a dejar malos hábitos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Suspensión de clases por conflictos gremiales.</li> <li>● Falta de reconocimiento y respeto de parte de los padres de familia y alumnos hacia las autoridades.</li> <li>● Faltan intervenciones constantes por parte de centros de salud en materia de planificación familiar y drogadicción.</li> <li>● No se realizan campañas de reciclaje.</li> <li>● Hace falta apoyo económico para la escuela.</li> <li>● Deserción escolar a causa de ausentismo por adicciones o embarazos no planeados.</li> <li>● Plagas en el invernadero por falta de apoyo económico para adquirir abono.</li> <li>● Abandono familiar a causa de condiciones económicas complicadas, motivo por lo que los hijos dejan la escuela.</li> <li>● Entorno social con problemas de tráfico de drogas, cultura permisiva y publicidad su consumo.</li> <li>● No hay vigilancia policial que brinde seguridad.</li> </ul>

Fuente: Autoría propia

El FODA realizado nos permitió analizar de forma general el entorno micro y macro del CBTA 233, hay puntos clave que se pueden desarrollar a parte de los incluidos en la tabla, empezando por las oportunidades podemos apreciar que el Centro de Bachillerato Tecnológico agropecuario posee características y cualidades que lo hacen destacar como una institución pública de educación media superior en la zona, el contar con estos diferenciadores como promover la multiculturalidad a través de maestros extranjeros, brindar herramientas y conocimientos prácticos que permitan al egresado tener mejores oportunidades laborales al tener competencias técnicas de diferentes áreas.

Hablando de las oportunidades, anteriormente ya hablamos de que Tarímbaro se encuentra en crecimiento lo que se traduce como una mayor demanda en servicios básicos como es la educación, si vemos esto como un área de oportunidad para apoyarnos en las instituciones educativas como canales mediante los cuales podríamos transmitir ciertos mensajes que sean parte de una campaña bien pensada diseñada para combatir ciertas problemáticas. Además, otro aspecto importante que existe en el área de oportunidad y el cual podría reforzarse para que los jóvenes sientan que pueden tener un mejor futuro en que la escuela promueve el emprendimiento al enseñarles a sus alumnos como ganarse la vida mediante ciertos oficios que están relacionados directamente con la generación de productos hortofrutícolas, lácteos y cárnicos.

Por su parte dentro de las debilidades y amenazas tenemos la constante presencia de conflictos por parte de las autoridades escolares, así como la suspensión de clases por los mismos motivos. También se tienen muchas zonas de riesgo, algunas de ellas son las partes más alejadas del plantel donde inclusive los jóvenes tienen algunas plantas de marihuana.

Cabe destacar que las principales causas de deserción escolar son el abuso de drogas y falta de educación sexual que desemboca en embarazos no planeados, así como el abandono de los padres en busca de mejores oportunidades.

## **Ley General de Educación**

Para poder atender la problemática de las adicciones es fundamental contar con diversas políticas públicas y campañas preventivas, por ello es que la Ley General de Educación establece que la autoridad educativa tiene la obligación de promover campañas preventivas que son diseñadas de forma estandarizada y proporcionadas por la Secretaría de Educación Pública.

Las campañas que son distribuidas en cientos de instituciones educativas se promueven principalmente en fechas especiales y no permanentes, justo lo contrario a lo que necesitamos; campañas permanentes y vivenciales de muy alto impacto para lograr reflexión y cambios en los comportamientos de los estudiantes adictos.

Una de las ventajas que tienen las instituciones educativas es que pueden fomentar los canales de comunicación y distribuir los contenidos necesarios para educar a los jóvenes, situación que se complicaría de forma abismal si el joven no tuviera acceso a las aulas, este tipo de información tiene que ser confiable y constante para que se pueda influir en la mejora de hábitos y estilos de vida.

Sin embargo, con lo anterior no estamos afirmando que la presencia de campañas comunicativas o de marketing social son la solución por completo, hay que tener en cuenta que muchos de los comportamientos asociados a una adicción están motivados por los hábitos, más adelante abordaremos el concepto de motivación y el rol de los hábitos en una adicción.

### 3.6 Motivaciones en los jóvenes para consumir drogas

La palabra motivación proviene del latín motus, que significa “movimiento”, el origen de las ideas alrededor de este concepto data desde los antiguos griegos. La motivación puede entenderse como la razón por la cual una persona se siente impulsada a realizar determinada acción o caso contrario dejar de hacerlo, también es importante tener en cuenta que las motivaciones no son las mismas para cada individuo, a cada persona la mueven diferentes cosas.

Marshall Jones (1955) afirmaba que la motivación está relacionada con “la forma en que la conducta se inicia, es activada, mantenida, dirigida e interrumpida”, podemos observar que la motivación es entendida entonces como la fuerza capaz de darle impulso al deseo de conseguir ciertos objetivos, pero también la motivación puede interrumpir ciertos comportamientos o acciones.

Para Santrock (2002), la motivación es “el conjunto de razones por las que las personas se comportan de las formas en que lo hacen”. Por su parte Ajello (2003) afirma que la motivación debe entenderse como el sustento para desarrollar actividades que son relevantes para la persona en cuestión, con ello podemos establecer que la motivación es el ingrediente clave que impulsa y sostiene el proceso por el cual una persona cree que alcanzará los objetivos que le retribuyan cierta recompensa emocional.

Los antecedentes de investigaciones de la motivación nos dejan claro la importancia que tiene tanto en el ámbito laboral como educativo, al ser un elemento que detona cambios en la conducta humana.

En la psicología se define la motivación como los estímulos que componen procesos psíquicos necesarios para inducir algún comportamiento. La psicología de la motivación tiene como objetivo encontrar las posibles causas que intervienen en las conductas humanas, ha sido un tema profundamente abordado por investigadores justificando que la motivación es un principio básico en la conducta de los humanos.

Hay distintos tipos de motivación, a continuación mencionaremos las más utilizadas, la primera clasificación es: motivación intrínseca y Motivación extrínseca, la primera se refiere a la parte interna que impulsa al individuo a tomar determinadas acciones que lo lleven al cumplimiento de un fin, este tipo de motivación está dirigida principalmente por la curiosidad, la experimentación, la exploración, etcétera.

Por otro lado, la motivación extrínseca tiene que ver con los factores externos de una persona (los estímulos del entorno) o quizás un premio que proviene del exterior. Al hablar de este tipo de motivaciones no podemos afirmar que una es mejor que la otras, sin embargo, diversas investigaciones han demostrado que los cambios que perduran más son aquellos que han sido producidos por una motivación intrínseca (CONACE, 2008).

Respecto a la afirmación de los investigadores respecto a la motivación intrínseca estamos de acuerdo, ya que los factores externos no depende 100% de nosotros mismos, las recompensas físicas pueden no existir pero en cambio cuando nos motivamos con el poder de nuestros pensamientos la situación cambia, ya que si es algo que depende totalmente de uno mismo.

Otra división de la motivación es: motivación positiva y negativa, hablando de la motivación positiva como su nombre lo indica es cuando el sujeto se ve motivado por una gratificación que sus acciones le aportan, puede ser interna o externa.

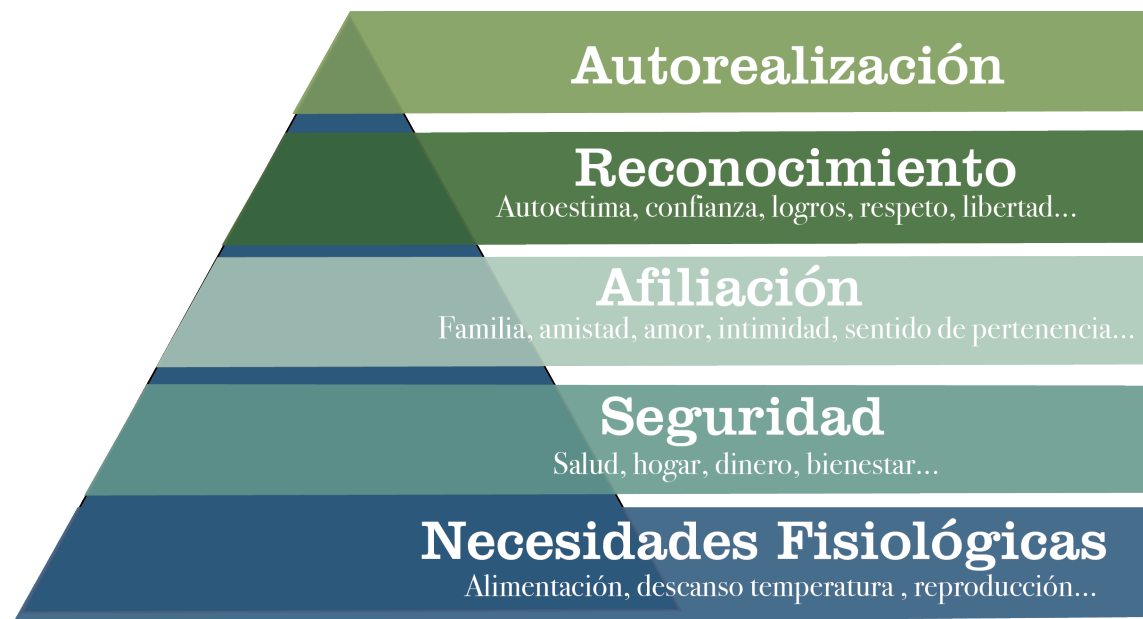
Caso contrario tenemos la motivación negativa que es cuando la conducta humana se ve negativamente influenciada por las consecuencias desagradables que puede tener cierta acción, igual que en la motivación positiva puede darse de forma interna (frustración) o externa (castigo, o ser la burla de un grupo de personas).

Hay ciertos conceptos que son afines a la motivación, algunos de ellos son la curiosidad, interés, y necesidades, estas últimas junto a los motivos constituyen el núcleo principal que mueve a todo ser humano a continuación explicaremos las necesidades de acuerdo a un esquema internacionalmente conocido y aceptado para la explicación de las mismas.

## Teoría de Maslow

En 1954 Abraham Maslow, psicólogo humanista creó una pirámide que ordenaba las necesidades humanas según la importancia que tienen para nuestro bienestar, una vez satisfechos los primeros niveles de la pirámide, los seres humanos tenemos necesidades y deseos más complejos, en total esta pirámide se compone de cinco niveles, las necesidades básicas se encuentran en la base, a medida que asciende como ya lo mencionamos se encuentran las necesidades más complejas (Maslow, 1954).

Las cinco categorías de necesidades de la Pirámide de Maslow son: fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización.



**Ilustración 3.5 Pirámide de Maslow: jerarquía de las necesidades humanas**

*Nota:* Elaboración propia a partir de internet

**Necesidades Fisiológicas:** La base de la pirámide contiene necesidades vitales, incluyen los procesos que hacen posible la existencia del ser humano, hablando en temas biológicos-fisiológicos (respiración, alimento, descanso, regulación de

temperatura, reproducción, etc.) este tipo de necesidades tienen la característica de conocerse como las imprescindibles.

**Necesidades de Seguridad:** Después de satisfacer las necesidades básicas (fisiológicas) surgen las necesidades de seguridad personal (seguridad, estabilidad, protección, orden, bienestar, contar con un hogar, dinero, etc.), depende la etapa de vida en la que nos encontremos la satisfacción de este tipo de necesidades cambia relativamente poco, por ejemplo, cuando somos niños el tener las necesidades de seguridad satisfechas depende en gran parte de nuestros padres, por otra parte, si hablamos de un adulto este tipo de necesidades buscan satisfacerse mediante la búsqueda de un puesto de trabajo seguro, la obtención de diferentes tipos de seguros (médico, contra robo del auto, etc.).

**Necesidades de Afiliación:** También son conocidas como las necesidades de pertenencia y de amor (amor, amistad, familia, sentido de pertenencia), el ser humano en su afán de no estar solo busca tener ciertos vínculos afectivos con su entorno social. Este tipo de necesidades se ven plasmadas en muchas situaciones de la vida cotidiana como el querer pertenecer a un grupo, club, casarse, asistir a un grupo de determinada religión, pertenecer a un colectivo de determinada causa, entre otras.

**Necesidades de Reconocimiento:** Son conocidas también como necesidades de estima, están relacionadas con la forma en que nos aceptamos y valoramos nosotros mismos y los demás integrantes de la sociedad, este nivel de la pirámide puede componerse de los siguientes elementos: confianza, respeto, éxito, autorreconocimiento, en el caso de no satisfacerlas es posible que la persona en cuestión se sienta no valorada y hasta cierto punto inferior en la sociedad.

**Necesidades de Autorrealización:** Para finalizar en la parte más alta de la pirámide está la autorrealización, este tipo de necesidades que suelen ser más complejas de describir, ya que dependen de cada individuo y el cómo percibe su autorrealización, dependiendo de cada individuo y su forma de ver la vida esto puede entenderse como un crecimiento laboral, también para otros significa estar

en buenos términos consigo mismo, tener una identidad sólida, capacidad de resolución de problemas.

La adolescencia se caracteriza por ser una etapa de la vida complicada, nos encontramos buscando nuestra propia identidad e independencia, muchos se ven tentados a comenzar a consumir drogas viendo esto como un rito social que demuestra que dejaron de ser niños.

Si hablamos de las necesidades que los jóvenes buscan satisfacer por testimonios y experiencias podríamos mencionar en primera instancia la necesidad de pertenecer a un grupo, el sentido de pertenencia es parte de las necesidades de afiliación de la pirámide de Maslow.

También es posible que acceder a consumir drogas sea con el afán de ganarse el respeto de los demás, demostrar la valentía que uno tiene al consumir algo que hasta cierto punto está prohibido a los menores de edad, cuantas veces se ve como el bicho raro a aquel joven que no ha tenido mucho contacto con los estupefacientes.

Los motivos de consumo en los adolescentes suelen ser los mismos: divertirse, evasión de problemas, convivir, relajarse... la cuestión es que haciéndolo de esta forma perjudican su salud además de que existen otras formas de conseguirlo.

También podríamos decir algunas personas tienen hábitos de consumo de drogas para relajarse y combatir el estrés, o simplemente como una escapatoria de los problemas de la vida, o como sinónimo de que consumir alcohol o tabaco es compañía o porque necesitan liberar sus emociones y solamente se atreven a hacerlo bajos los efectos de algún estupefaciente.



## Otras motivaciones

- Sentido de pertenencia
- Curiosidad/ diversión por experimentar que se siente
- Por rebeldía e independencia
- Presión grupal
- Imitación colectiva de comportamientos sociales
- Experimentación con amigos

### 3.7 Síndrome Amotivacional

El sistema motivacional de los individuos que consumen estupefacientes cambia, cuando la necesidad principal del sujeto es escapar del estrés y conseguir en recompensa una sensación de placer a través de las drogas (Levounis, 2017). El consumo habitual de la marihuana en dosis regulares en un período mayor a seis meses, provoca en los jóvenes una sintomatología caracterizada por pasividad, apatía, aislamiento, pérdida de los ideales y de las ambiciones personales, falta de emociones, a esto se le conoce como Síndrome Amotivacional.

Los síntomas más distintivos del Síndrome Amotivacional son:

- *Reducción de la voluntad propia para realizar acciones*
- *Incapacidad para terminar tareas o actividades*
- *Inhabilidad de evaluar las consecuencias de los actos*
- *Pasividad*
- *Desinterés*
- *Dificultad para mantener la concentración*
- *Alteraciones en la memoria*
- *Indiferencia*
- *Despreocupación por el futuro*
- *Baja motivación en la escuela o en el trabajo*
- *Falta de atención en arreglo personal*
- *Disminución de reflejos*
- *Poca tolerancia a los fracasos*
- *Lentitud en los movimientos y por consiguiente en las acciones*

Fuente: [La mente es maravillosa.com](http://La.mente.es.maravillosa.com)

Que los padres de familia y los docentes conozcan los síntomas de este síndrome que está estrechamente relacionado con el consumo de drogas puede marcar un antes y un después. Capacitar a los profesores sobre cómo actuar y aplicar programas de prevención de consumo de drogas tendrían que normalizarse, muchas veces los docentes carecen de información relacionada con las drogas, lo que los incapacita a la hora de orientar a los jóvenes en situaciones de este tipo que ponen en riesgo su salud física y mental.

### **Para cerrar...**

Las escuelas son instituciones de formación que pueden influir en el comportamiento de sus estudiantes. La educación es la base para la prevención del abuso de drogas, pero esto requiere tiempo y esfuerzos prolongados, así como el respaldo por parte de los padres de familia y los docentes.

A pesar de que el CBTA 233 ha dado buenos resultados en cuestión académica, no podemos perder de vista que es una institución pública a la cual cada año se incorporan centenares de jóvenes del municipio de Tarímbaro y sus alrededores, controlar y orientar una matrícula superior a 900 estudiantes resulta ser una tarea muy difícil, ya que los jóvenes a esa edad son vulnerables a muchas situaciones problemáticas y aunque la institución no puede hacerse cargo de todas si puede tomar cartas en los asuntos que considere prioritarios.

En esta tesis nos enfocamos en el consumo de drogas ya que debería ser un tema prioritario a tratar en las escuelas desde el nivel básico hasta el nivel superior. El CBTA 233 constantemente es visitado por representantes de un centro de rehabilitación del municipio, no obstante, esto no ha bastado para cubrir la demanda.

En este contexto creemos que es importante promover ambientes educativos estables donde las autoridades estudiantiles eviten el estrés, el aburrimiento, con actividades extracurriculares que les permitan a los jóvenes tener una alternativa saludables para liberar sus emociones, también es muy importante que se destinen

los recursos necesarios a la creación de espacios destinados a brindar atención personalizada siempre tomando al estudiante de la forma más humana.

Tras ver las debilidades del plantel creemos que es necesario fomentar una buena comunicación entre las autoridades educativas y los padres de familia es un factor clave, existen diversas teorías pedagógicas que lo respaldan, así como impartir de forma frecuente distintos talleres de acuerdo a las necesidades y demandas de los estudiantes, por ejemplo, un taller dedicado a la resolución de problemáticas comunes de esa etapa.

Estamos seguros de que campañas educativas de concientización son la clave para abordar a los jóvenes y sensibilizarnos respecto al consumo de drogas, sumado esto con el apoyo de las autoridades escolares, una buena comunicación entre la escuela, padres y alumnos y por supuesto políticas preventivas que lejos criminalizar a los adictos que buscan de todas las formas posibles ayudarlos a superar los obstáculos a los que se tengan que enfrentar, protegiendo siempre sus derechos y garantías y recordando que las adicciones son una enfermedad que puede y debe ser curada.

Para finalizar el capítulo dejamos el tema de la motivación, ya que será uno de los principales ejes en nuestra campaña. Conocer las motivaciones humanas y el proceso de motivación que cada una trae consigo es pieza clave a la hora de diseñar un mensaje en la campaña que logre despertar esos interruptores que los haga ponerse en determinada acción.

La importancia de la motivación para nuestro desarrollo vital, es el impulso necesario para realizar o abandonar cierta conducta, pero es una tarea compleja saber qué le motiva a cada persona, eso se logra mediante el autoconocimiento personal, o en el caso de esta tesis el conocer a nuestro público meta y descubrir en el transcurso sus motivaciones es un gran eslabón en la elaboración de estrategias que incentiven el crecimiento y el cambio de ciertos hábitos que son nocivos para su salud como el uso y abuso de drogas.

Tras años de investigaciones hoy en día se reconoce la motivación como un elemento que puede usarse en un tratamiento de rehabilitación de adicciones, sin embargo la motivación es solamente una parte del proceso que implicaría cambiar un hábito tan complejo como es una adicción, un cambio auténtico requiere de mucho trabajo, conocer lo detonantes y las motivaciones que causan la necesidad de consumir drogas y encontrar alternativas que logren reemplazar esas conductas.

## CAPÍTULO IV

### Marco Metodológico

*“No podemos ayudar a todos, pero todos podemos ayudar a alguien”.*

*-Ronald Reagan-*

## Capítulo IV

### Marco Metodológico

*“No podemos ayudar a todos, pero todos podemos ayudar a alguien”*

-Ronald Reagan-

#### 4.1 Nivel de investigación

En el presente capítulo se muestran las características de nuestra investigación, el diseño de la misma, así como el desarrollo del trabajo de campo. La lógica de investigación que estuvimos utilizando fue Cualitativa, ya que no buscamos cantidad sino la cualidad dentro de nuestra investigación.

#### 4.2 Enfoque

Para la investigación se empleó un estudio de **enfoque cualitativo**, de tipo **descriptivo y transversal**, ya que los sujetos del estudio fueron evaluados una única vez, en total fueron 12 los entrevistados, estudiantes del Centro Bachillerato Tecnológico Agropecuario 233, que tenían entre 15 y 18 años, la intención fue encontrar factores de riesgo que han provocado en los jóvenes de ese rango de edad el consumo de drogas y así como descubrir cuáles eran las raíces del consumo de estupefacientes, la percepción que tiene sobre las drogas y motivaciones para renunciar a las mismas.

El enfoque que usamos en el presente estudio fue el **fenomenológico**, ya que nos permitió entender cómo se sienten los individuos porque la fenomenología nos enfocó en la experiencia personal de nuestros sujetos de estudio. Solamente es posible conocer a los sujetos de estudio si el investigador logra ponerse en su lugar, de esta forma fue posible darnos una idea de cómo ven el mundo tanto los jóvenes que consumen drogas como los que no y así resulta más fácil tratar de comprender su forma de ver la vida y por consiguiente su forma de actuar.

### 4.3 Tipo de investigación

Una investigación cualitativa como la presente prioriza el estudio del comportamiento y los sentimientos de las personas que son parte del estudio. Los métodos cualitativos nos ofrecen una amplia gama de opciones para recolectar la información deseada, podemos hacerlo mediante la observación, entrevistas, historias de vida, análisis narrativo, grupos focales o investigación endógena, para este caso en especial optamos por hacerlo mediante **entrevistas a profundidad semi-estructuradas** las cuales se realizaron en mayo del 2020; fueron grabadas y posteriormente transcritas. El objetivo principal de las interrogantes fue explorar el significado que tiene cierta experiencia como lo es el consumo de drogas para cada individuo.

En esta investigación fue importante siempre tratar a cada uno de los participantes con atención personalizada, en especial por tratarse de un tema tan delicado como lo es la drogadicción que tiene diversos orígenes y detonantes, puede producirse por el hecho de tener antecedentes familiares de consumo de drogas o haber vivido experiencias negativas como maltrato y abuso infantil o tal vez sea para los jóvenes una forma de llamar la atención de sus padres por la poca o mala comunicación que tengan entre ellos.

### 4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos es parte del proceso de una investigación, por ello el diseño de instrumentos es fundamental para obtener información necesaria. Santiago Zorrilla Arena, experto en metodologías de investigación reconoce las siguientes técnicas como favorables a la hora de recoger información: Observación, entrevista, cuestionario, los test, escalas de actitudes y opiniones y la recopilación documental (Zorrilla, 2010).

La selección de instrumentos depende de cual técnica se adapte más al problema social del cual estamos hablando y por supuesto nos acerque al logro de los objetivos de la tesis previamente establecidos.

#### 4.4.1 Entrevista a profundidad

Para la recolección de datos se utilizó como instrumento una **entrevista semi-estructurada a profundidad con un apartado socio-demográfico** para obtener datos como la edad, sexo, escolaridad, estado civil de los padres, también se hicieron preguntas abiertas para permitir que el joven pudiera expresarse como quisiera, en especial al tratarse de experiencias tan delicadas como el consumo de drogas.

¿Y por qué usamos las entrevistas a profundidad dentro de una investigación con enfoque fenomenológico?... La drogadicción en un problema complejo, multifactorial, un gran porcentaje de la juventud mundial consume drogas, en consecuencia, es necesaria una estrecha relación con los involucrados, por esa razón elegimos la entrevista como nuestro instrumento de investigación ya que es una forma de comunicación que logra establecer una relación íntima entre el investigador y los participantes del estudio.

Steinar Kvale, fue director del Centro de Investigación Cualitativa en la Universidad de Aarhus, Dinamarca, él mismo enfatizó en que el propósito principal de la entrevista radica en conseguir descripciones del entorno del entrevistado principalmente aquellas que tengan relación con el fenómeno protagonista de esta investigación “la drogadicción en jóvenes” (Jurgenson, 2014), específicamente la entrevista cualitativa se caracteriza por enfocarse en primer lugar en la vida del sujeto de estudio y la opinión que tiene en relación con el tópico de la investigación.

La entrevista semi-estructurada a profundidad es flexible, ya que le da la oportunidad al entrevistador de que formule preguntas espontáneas que tengan que ver con el tema y que considere oportunas para la investigación, pero no todas las preguntas se hacen de esta forma, es necesario previamente elaborar una guía de



las preguntas tomando en cuenta primero el tipo de lenguaje adecuado, esto para evitar demoras para explicar al entrevistado términos que desconozca, así ellos mismos se sientan cómodos en la entrevista.

El carácter cualitativo se ve presente en la entrevista cuando se le pide al entrevistado que explique cómo se siente respecto a un tema en particular, una vez introducido al entrevistado en el tema objeto de estudio se pasa a la segunda pregunta que tiene como objetivo que el entrevistado nos comparta una profunda reflexión sobre sus intereses y causas que le hicieron comenzar con el consumo de estupefacientes.

Otro punto válido de la entrevista semi-estructurada a profundidad es que puede adaptarse a cada participante de forma que la información sea enriquecedora para el investigador.

Una vez llevada a cabo la entrevista, el entrevistador mejor que nadie conoce cómo fueron las reacciones y el comportamiento frente a las preguntas previamente realizadas de modo que tiene la capacidad de interpretar el significado de las mismas de acuerdo a las observaciones que haya percibido.

#### 4.5 Tamaño de la muestra

Se tomaron en cuenta grupos de estudiantes del CBTA 233 de Tarímbaro, Michoacán, que tuvieran entre 15 y 18 años, esto debido en gran parte a la cercanía que se tenía con dicha institución que presentaba desde hace años atrás antecedentes de suicidios a causa del abuso de estupefacientes, señal claro de que es un punto que requiere mucho trabajo y esfuerzo por parte de las autoridades de escolares.

El tipo de muestreo que utilizamos en esta tesis fue muestreo no probabilístico, intencional ya que se hizo una selección de los 12 individuos que iban a ser entrevistados. Algunos de los criterios que se tomaron en cuenta para su selección fue ser estudiantes del CBTA 233 y tener de 15 a 18 años.

## 4.6 Sujetos del estudio

**Tabla 4.1 Características generales de los sujetos de estudio del proyecto:  
Propuesta campaña Marketing Social Resiliencia; Disfruta reiniciar.**

Participante	Edad	Sexo	Trabajo remunerado	Estado civil	Droga actual
P1	18	Masculino	No	Soltero	Alcohol, tabaco y marihuana
P2	17	Masculino	Si	Soltero	Alcohol y tabaco
P3	18	Femenino	Si	Soltero	Alcohol, tabaco y marihuana
P4	18	Femenino	No	Soltero	Alcohol (nunca se ha drogado)
P5	15	Masculino	Si	Soltero	Alcohol (No tabaco ni drogas)
P6	17	Femenino	No	Soltero	Alcohol (No tabaco ni drogas)
P7	17	Femenino	Si	Soltero	Alcohol (tabaco ni drogas)
P8	16	Femenino	No	soltero	No fuma, no toma ni se droga
P9	17	Femenino	No	soltero	<u>Toma</u> pero no fuma ni se droga
P10	17	Masculino	Si	soltero	Alcohol, tabaco y drogas
P11	17	Femenino	No	soltero	Alcohol, pero no fuma ni se droga
P12	18	Masculino	Si	Soltero	Rehabilitación

Nota: Fuente: Trabajo de campo-entrevista (2021). Elaborado por: Autor

Como se puede apreciar en la tabla anterior, se entrevistaron más mujeres que hombres, ya que ellas mostraron tener más accesibilidad para responder las preguntas de la entrevista. En su mayoría, los participantes ya han tenido su primer contacto con las drogas.

Es importante destacar que no solo buscamos como sujetos de estudio a jóvenes que ya han tenido algún acercamiento con las drogas, sino también chicos que nunca lo han hecho, tanto para conocer las respuestas de un público que ya está sumergido en las drogas como no los no tienen alguna dependencia, esto con el objetivo de más adelante tener la información necesaria para desarrollar piezas de comunicación diseñadas para cada uno de los segmentos.

#### 4.7 Prueba piloto

El pilotaje del trabajo de campo estaba programado para el día 18 de marzo del 2020 a las 10:00 am en el CBTA 233 de Tarímbaro, debido a que los sujetos de estudio son menores de edad fue necesaria la autorización por parte de sus padres, para ello se redactó el siguiente mensaje que a través de las autoridades del CBTA 233 fue transmitido:

***Estimado Padre o Madre de familia:***

*Le agradeceré mucho su colaboración para la presente investigación que nos permitirá desarrollar una propuesta de campaña de marketing social que desincentive el consumo de drogas en estudiantes del CBTA 233 por los ya conocidos efectos dañinos que esto produce, para esto se requiere su autorización en caso de que si su hijo sea seleccionado al azar como uno de los participantes de dicha investigación, no se requerirá su nombre, será una entrevista anónima con el fin de proteger sus datos.*

*Le agradezco mucho su tiempo.*

*Rebecca Velázquez González/Estudiante de Ciencias de la comunicación de la Universidad Vasco de Quiroga.*

La entrevista estuvo conformada, por una parte, dedicada al llenado de datos demográficos (edad, sexo, estado civil, etcétera), el único dato de no fue requerido de esta sección fue el nombre del entrevistado, esto se hizo pensando en proteger la privacidad de cada alumno, además al tratarse de una entrevista anónima los entrevistados sintieron la confianza de contarnos sobre sus experiencias de consumo de estupefacientes.

Las preguntas del instrumento se resumen en las siguientes categorías:

Preguntas de 1 al 7

**Núcleo familiar**

Abarcan temas que tienen relación directa con el núcleo familiar, cabe mencionar como observación especial que una de las preguntas interroga al sujeto de estudio sobre su autoestima ya que respaldados por diversos estudios consideramos que los padres influyen en la formación de la misma, se entiende por autoestima a la autovaloración de la imagen que y el concepto que tenemos de nosotros mismos, tener una buena autoestima es pilar fundamental para tener bienestar personal y emocional.

Preguntas del 8

**Entorno escolar**

Esta pregunta fue para conocer y conocer la perspectiva de los jóvenes respecto al estrés y las presiones dentro de la escuela, para comprobar si la hipótesis de que el estrés es causa en los adolescentes del consumo de drogas como un escape.

Preguntas del 9 al 17

**Causas y consecuencias**

Como el nombre de categoría lo indica las preguntas correspondientes a numeración buscaron conocer más sobre los antecedentes de los sujetos de estudio en relación a las causas que los llevaron al consumo y que consecuencias han tenido.

Preguntas de 18 a 20

**Motivaciones en los jóvenes**

Como su nombre lo indica este espacio fue destinado a descubrir y entender las diferentes motivaciones de los jóvenes de 15 a 18 años.

## 4.8 Recopilación de información

Después del pilotaje de las encuestas se llevó a cabo el trabajo de campo el cual se inició el 1 de mayo y concluyó el 15 del mismo mes.

### **SUJETO 1**

#### **Transcripción respuestas**

**Sexo:** Masculino

**Edad:** 18 años

**Escolaridad:** 6 Semestre

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Universitario, es maestro.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Universitario, es maestra.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Nada más vivo yo con mis papás, si tengo hermanos, pero ya son independientes por eso no viven en casa, soy el más pequeño de mi casa.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Es buena, porque les cuento muchas cosas, pero no necesariamente hablamos de todo.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-Ningún problema que resalte, no ha habido ningún problema grave.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-Son reglas bien fundamentadas, me han hecho ver que las reglas que ponen en la casa me benefician a mí y a ellos también, algunas de ellas son que no tome, que no llegue tarde a casa y que cumpla con mis deberes.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Si me considero alguien con buena autoestima, he aprendido a admirarme a mí mismo, aprender de mis errores, no me afecta lo que haya hecho en el pasado, me perdono.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-No he tenido ningún problema con la escuela, la presión es baja, se me han cargado un poco los trabajos, pero sé que en este nivel es buena porque me están preparando para lo que verdaderamente será una presión escolar en la universidad.*

**9. ¿Ha fumado cigarrillos?**

*-Sí, primero empecé a consumirlo por una moda, por la sociedad, tenía 14 años, iba en la secundaria, posteriormente comencé a consumirlo porque lo necesito, no fumo diario, pero si constantemente (5 cigarros a la semana). En mi escuela se empezó a poner de moda entre mis amigos el fumar un cigarro, lo hice porque yo lo veía como algo coloquial que la gente lo hacía y no pasaba nada, así es como fue que empecé a experimentar, quería ver que se sentía, y ya lo comprobé por mí mismo. Fumar cigarros no me genera ningún sentimiento simplemente placer por estarlo haciendo. Los fines fumo, lo veo como una rutina y no tengo problema por ello. Yo pienso que el cigarro no es un desestresante, muchos piensan lo contrario, pero yo pienso que no. Mis papás tienen un conflicto conmigo por mis hábitos de consumo, mi papá antes fumaba, por eso él dice que ese es un hábito malo para mí, porque no me llevará a ningún lado. Ahorita estoy en una edad donde todo me parece bien, espero un día poder dejarlo.*

**10. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

**Tranquilizantes y sedantes:** *Si*

**Marihuana:** *Si la conozco, pero he tenido muy poco contacto con ella, tenía 16 años cuando lo hice por primera vez, pero no me gustó, no le encontré ningún beneficio, algunos dicen que les da para arriba, otros que les da para abajo, me puse estúpido, por eso no me gusto. Muchos dicen que no*

*es malo consumir marihuana porque es algo natural, todo lo que sea ajeno va a tener alguna afectación, la marihuana es natural, sin embargo, a mí no me gustó y por eso no lo he vuelto a hacer.*

**Éxtasis:** *La conozco pero no he tenido contacto con esta droga.*

**Heroína:** *La conozco, le tengo un chingo de miedo y me alejo de ella.*

**LSD:** *Lo conozco muy bien por mis amigos, he visto como lo ingieren pero a mí me da miedo que pueda pasarme a mí.*

**Anfetaminas:** *La conozco, pero no he tenido contacto con ella*

**Crack:** *Lo conozco, pero no lo he consumido.*

**Cocaína:** *La conozco, estuve a punto de consumirla, pero no lo hice, estaba muy borracho y recordé algo me había dicho una persona muy cercana a mí, que si realmente quería emborracharme no tenía por qué bajarla con otras cosas que pudieran afectar mi cuerpo.*

**11. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-Mi primer contacto con el alcohol fue a los 12, cuando tenía 14 años fue cuando mi consumo comenzó a ser más frecuente. Lo hice por algo social, cerca de donde vivo hay una tienda, aquí se ponen a beber y digo ¿Por qué no voy a beber?*

*Mi consumo de bebidas alcohólicas si es muy rutinario, tengo hasta mi horario, de lunes a martes son cervezas de media, de miércoles a viernes empiezo una caguama, dos caguamas y de sábado a domingo botellas, en mi vida el alcohol si es constante.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?**

**¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-12 años y fue alcohol.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-No jamás, mis amigos respetan, cuando me puse mal con la marihuana un verdadero amigo me cuido, intentó bajarla y me dijo que jamás de los jamases vuelvas a consumir esa chingadera, a ese amigo si lo consideraré un verdadero amigo.*

*Conozco a un joven que se tiró a la perdición, en la primaria lo veías gordito, feliz, pero comenzó a consumir cristal y ahora parece un palo por consumir eso, la separación de sus papás fue el detonante para que esto pasará, su papá también lo inició en eso.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-Si me ha pasado, por andar en el desmadre he descuidado la escuela y tuve malas notas, mis papás me lo echaron en cara, y reflexioné que eso que estaba haciendo estaba mal.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-Sí y espero jamás tenerlos*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-Si me interesa, lo he tratado de hacer, he bajado en mi consumo, he tratado de dejarlo, pero pedirles ayuda a mis padres estaría canijo porque estaría revelando mis secretos, pero serían los únicos que realmente me pudieran ayudar. Las personas de la escuela que apoyan en esos temas, no los considero de ayuda, en mi escuela no confío en esa persona, no me inspira confianza así que no sabría con quién acudir para pedir ayuda.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas de tu futuro?**

*-A mí me encantan los animales, por eso voy a estudiar veterinaria, quiero salir adelante, pero no te voy a decir que quiero ser alguien en la vida porque ya lo soy.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Yo perdí a mi abuelo por el cigarro por un problema pulmonar, él podría ser una motivación para dejarlo, por el alcohol he tenido algunos problemas familiares, también eso sería una motivación, no para dejarlo pero si para bajar mi consumo.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*No me interesan folletos informativos que le dicen a uno que no tienes que hacerlo, me gustaría más explicaciones por parte de expertos que me hablen de lo positivo y lo negativo, me interesa muchísimas cosas que tenga que ver con esto. Cuando escucho los spots en radio de personas que consumen drogas no tiene impacto en mí.*



## SUJETO 2

### Transcripción respuestas

**Sexo:** Masculino

**Edad:** 17 años

**Escolaridad:** 4 Semestre

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Secundaria completa*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Secundaria trunca.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Somos 3, mis papás y yo.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Es buena.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-Ninguna.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-Si (no tomar) y cumplir con los deberes.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Buena, no tengo problemas por lo que soy.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-No, bueno yo soy músico y a veces descuido la escuela porque eso me absorbe, pero de ahí en fuera no te exigen mucho.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**

*-Casi no fumo.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-Sí, la primera vez fue por curiosidad, por saber que te hacía o que efectos tenía, que te hace sentir. Tenía 14 años.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

*-Sí he oído hablar de la marihuana, la metanfetamina, la heroína.*

*Tengo alguna información sobre eso, son drogas muy peligrosas a lo que he leído, pueden causar muchos problemas. Si me han invitado drogas, me han dicho: Deberías probar esto, pero si no quieres no. Pero no lo hago porque hay un dicho que dice: la curiosidad mató al gato. De acuerdo a eso solo he probado alcohol y tabaco a pesar de que he tenido muchas oportunidades para consumir otro tipo de drogas, pero no he querido.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?  
¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-Sí, sí consideramos al alcohol y el tabaco como una droga, la primera vez fue por curiosidad, por saber que te hacía o qué efectos tenía, que te hace sentir. Tenía 14 años.*

**13. ¿Ha perdido amigos por no consumir drogas?**

*-Sí, me han dicho: es que tu no jalas, pero importa más lo tuyo, tu salud.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*- No*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-Sí de que causa problemas, causa problemas en la salud, porque al principio comienzan a consumirlo por curiosidad, después terminas en una adicción, depende de cada persona, cualquier droga te hace terminar mal. El cuerpo te va pidiendo más. Hepatitis y esquizofrenia.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*Sí, pediría ayuda, pero no sabría a quién. Muchas veces nosotros como jóvenes pensamos que no va a pasar nada, que podemos probarlo y cuando empecemos a madurar más ahora si será el momento de dejar los vicios, por lo menos hablando por mí creo que ahora es una etapa donde tenemos que disfrutar.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No, no, la verdad es que ni siquiera sabía que había tratamientos para eso, no estoy familiarizado con eso.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas de tu futuro?**

*- Yo creo que todos tenemos metas y sueños, y uno de esos es ser chef y licenciado en mercadotecnia, a base de esfuerzo creo que se puede lograr.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Dejar un vicio lo veo algo muy complicado, realmente te sientes bien así y te conformas con eso, no quieres un cambio, ni pedir ayuda. El cambio lo haces cuando te das cuenta que no estás haciendo bien, hasta ese momento es cuando lo quieres dejar.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*Para evitar el consumo de drogas, lo mejor sería que si conoces a alguien le comentas a tus papás para que se acerquen, o tú mismo tratar de brindarle ayuda, ya depende de cada persona, pero que se vea que tú quieres hacer el cambio una persona y asimismo esa persona quiera hacer un cambio en ella misma.*

## SUJETO 3

### Transcripción respuestas

**Sexo:** Femenino

**Edad:** 18

**Escolaridad:** Sexto semestre

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Primaria completa.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Primaria completa.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Vivo con mis papás, dos mayores y dos menores, pero la casa está un poco vacía porque mis hermanos mayores se van a la universidad y los menores trabajan.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Depende las circunstancias, a veces tenemos mucha comunicación, pero en general hablamos mucho y convivimos mucho, pero no somos muy abiertos a hablar temas privados.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-Mis papás han tenido problemas como cualquier matrimonio, pero nada grave, todos en la casa bebemos, mi hermano tiene 15, yo 18, 22 mi otro hermano, y 26 el otro todos bebemos y también mi papá, y los problemas surgen porque no sabemos controlarnos y el consumo desde corta edad lo vemos como algo natural, si hemos tenido pláticas sobre qué deberíamos dejar ese vicio que nos perjudica, gastar el dinero en ello está mal.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-Si salimos todos los hermanos tenemos que regresar a casa, nunca quedarse en un lugar ajeno, no llegar tan tarde, debemos procurar no llegar tan ebrios porque si llegamos así nos espera un castigo de semana. En general hay mucho respeto entre cada uno de los miembros de la familia.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Tengo una autoestima buena, tengo mis bajones también, nunca me ha gustado llevar por estereotipos, mis hermanos se portan muy bien conmigo, nunca me han faltado al respeto de mí, ellos me han dado mucha seguridad, mi papá también, mi mamá también pero más a su manera, a la antigua que a veces me hace sentir mal.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-No, a mí me gusta mucho la escuela, nunca lo he sentido como un problema, disfruto mucho ir a la escuela, estrés a veces porque a veces me gana la flojera, porque dejo todo al final.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**

*-También lo he hecho, pero no es como de todos los días, lo hago cuando estoy con amigos que lo hacen, de repente se me antoja un cigarrito, pero no es algo que esté en mis gustos. En mi grupo de amigas algunas fuman, dicen que las relaja, algunas no, los que más fuman son mis amigos hombres.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*Sí, es lo más usual, bebo cuando salgo, es lo que más me gusta, tenía como catorce años cuando comencé el consumo.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

*-Si he escuchado de los tranquilizantes, LSD, marihuana y ya no estoy muy familiarizada con las demás.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas? ¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-Solo he consumido alcohol, tabaco y marihuana fue a los 16, la marihuana la consigues con contactos, si yo tengo una amiga que la consume le pido que me consiga un poco (lo dijo como si fuera un secreto) pero no es tan fácil de que te la vendan a menos que ya te conozcan, para conseguir marihuana ya tienes que saber quién la vende.*

**13. ¿Has perdido amigos por uso/desuso de drogas?**

*-Los hombres son los que más consumen cualquier tipo de drogas, mis amigas son un grupo pequeño como cinco o seis amigas. Yo lo hago para relajarme del estrés o después de días muy pesados.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No, porque considero que son cosas muy privadas, por ejemplo, yo no fumo marihuana enfrente de muchas personas, eso lo hago sola, o si yo quiero conseguir lo hago con un amigo a quien le tenga confianza, no lo hago públicamente por que no me gusta exhibirme.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-Conozco algunas enfermedades, pero no tengo suficiente información sobre ello.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-Es muy complicado porque a esta edad, siento que nosotros nos cerramos mucho con los padres, nos abrimos más con los amigos, los problemas los contamos entre amigos y entre amigos nos damos cuenta de los problemas de todos, queremos ayudar, pero sabemos que no somos la persona correcta, creo que es complicado que alguien pueda confesar que tiene algún problema con las drogas o con adicciones, es muy complicado que alguien pida ayuda.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-Conozco a varios amigos, que después de fumar tanta marihuana experimentaban con consumir más alcohol para bajarle al otro consumo, otro decía que masticaba chicles o usaba bolitas de plástico para relajarse.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas de tu futuro?**

*-Espero haber terminado la universidad, tener mi licenciatura en administración de empresas, si consumo alcohol, tabaco y marihuana, pero yo creo que cada uno tenemos que centrarnos en lo que queremos, en una meta.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*Si tienes una meta bien definida lo demás te parece sin verdadera importancia, mis compañeros que consumen drogas creo que necesitan tener una motivación, rodearse de personas que tengan fe en sus metas y sueños y te apoyen para realizarlos.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*-Para dejar las drogas necesitaríamos estar en un entorno saludable, amistoso, donde tengas amigos, que, aunque si bebas, te digan: espérate no te excedas. Buscar ayuda y tratar de dejarla, de pequeños problemitas llega a un problemón, lo que los jóvenes que se exceden en el consumo de drogas, necesitan definirse una meta y enfocarse en ella, sé que nos es fácil, conozco personas que dicen: Es que mis papás no creen en mí, en ese sentido creo que sería de ayuda darle autoestima, paciencia y ofrecerles un entorno donde su meta sea realizable, rodearse de personas éticas, personas que les ayuden y motiven a ser mejores.*

## SUJETO 4

### Transcripción respuestas

**Sexo:** Femenino

**Edad:** 18 años

**Escolaridad:** Sexto semestre de preparatoria

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Educación Media Superior concluida.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Mi mamá terminó sus estudios universitarios, estudió veterinaria, aparte tiene una licenciatura en gastronomía y nutrición.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*Somos seis, mis papas, dos hermanos (mujer de 20 y hombre 22) y también vive con nosotros mi abuela.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-La comunicación con mi familia la calificaría como no muy buena, no me llevo muy bien con mis hermanos ya que son más grandes que yo y trabajan, ellos tienen sus grupos de amigos y salen, con mi mamá me llevo muy muy bien, con ella es con la que más converso, con mi padre no me llevo muy bien porque pues soy mujer, tengo más confianza con mi mamá.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-Sí, nos separamos de mi padre dos veces, una en el 2008 y otra en el 2017 porque mi padre bebía mucho y mi hermano en estos momentos es drogadicto.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-Si tenemos reglas en casa, depende si son para mí o mis hermanos, una general es que no podemos llegar después de las diez, siempre tengo que avisar ¿A dónde voy? Y ¿Con quién estoy?*



**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Me considero una persona con poca autoestima, tengo muchas inseguridades, con mi cuerpo, el hablar en público, casi no convivo mucho con la gente, hace como tres años tuve un novio que me decía cosas de mi cuerpo, críticas sobre mi aspecto, me insinuaba que subiera de peso, era una persona muy delgada, si tenía unos bajones muy feos y más que nada porque era mi pareja y me importaba su opinión, empecé a tomar pastillas, suplementos alimenticios, todavía tengo un trauma de eso.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-La escuela no me provoca una presión, siempre me ha ido perfectamente en mis calificaciones, primer y segundo año me la pasé muy mal porque no me gustaba mucho hablar con mis compañeros porque era muy penosa.*

**9. ¿Alguna vez has fumado cigarrillos? -Sí, pero no como un hábito, por curiosidad, no me agrada la idea de fumar, porque no me deja algo bueno.**

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-Si he tomado, con la primera persona que empecé a beber fue con mi hermana, yo tenía 15 años, salíamos a fiestas y como ella se juntaba con chavos más grandes que ya tomaban, esas fueron las primeras veces, y ahorita en la prepa tengo unas amigas que les gusta tomar, juntamos dinero para comprar alcohol. Una amiga terminó con su novio y salíamos muy seguido por ello. Bebemos todo el año.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

*-Conozco por mi hermano porque mi hermano es adicto, él consume cocaína, cristal, perico y pastillas de clonazepán.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas? ¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-Yo jamás me he drogado, no he hecho algo de esa altura, más que salir a beber pero no como adicción, en el CBTA los que más consumen son los que hacen lo de la tierra, nunca he llegado a ver algo alarmante, solo que sí sé que todos traen es marihuana, compañeros de mi salón llevan*

*cocaína o perico, en mi salón antes había un muchacho que se drogaba mucho, pero casi todos los días llegaba rojo, no entraba a las primeras horas y bien ido, algunos de sus amigos según se burlaban de él, él se juntaba con chicos de otro salón, un día nos contó que se le fue la onda, que se metió al baño de las mujeres y no se dio cuenta como quedó encerrado, entonces su mamá fue hablar a la dirección para que lo ayudarán pero él ya no quería, al último se salió.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*- Nunca he perdido amigos por decir que no quiero hacer algo. En la escuela los chicos y las chicas que salen a beber, son los más populares, que llaman más la atención, luego te invitan y si dices que no ya no encajas en el grupito, no te obligan, pero la misma presión social te orilla a hacerlo.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No, porque no lo tomo como hábito, yo creo que cualquier adicción es mala, te aísla de tu familia, de tus amigos, porque la droga te hace creer que eres independiente.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-No solo he escuchado qué efectos causa.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*- No lo sé, pienso que la gente que tiene una adicción es muy cerrada, porque piensa que lo que está haciendo está bien y creo que la gente que cambia de opinión es ya después de que pasaron muchos tragos amargos, la mayoría de los chicos que he conocido que se drogan, niegan la ayuda de sus padres a pesar de que están viendo que no progresan.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No, pero he visto un poco de ellos porque mi hermano es adicto como te comenté, pero no le dan tratamiento, se niega, nunca ha querido, solamente plática con mis padres.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Quiero terminar la universidad, tener un trabajo, tener esposo e hijos, una vida en general eso me gustaría.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Yo no consumo, creo que una forma de convencer a los jóvenes que las drogas son malas, tendrían que mostrarle a una persona que ya lo haya vivido. También tendrían que darle apoyo psicológico, porque muchas veces los chicos consumen drogas porque tienen en su entorno.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*Los chicos que van en la prepa y consumen alguna droga creen que es un juego, las drogas te hacen perder tu rumbo, mi hermano él comenzó muy joven él siempre decía que lo iba a dejar cuando él quisiera y creía que así era la vida y al último terminó perdiendo, su escuela, su trabajo, sus padres e incluso su esposa y su hija. Tú solito matarte pues no así que yo creo que una buena forma sería dar a conocer historias como las de mi hermano para que los que piensan consumir droga o ya lo hace vean los extremos tan lamentables que las drogas te provocan.*

## SUJETO 5

### Transcripción respuestas

**Sexo:** Masculino

**Edad:** 15

**Escolaridad:** Segundo semestre

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Hasta primaria, mi papá es el encargado de los invernaderos en el instituto tecnológico del Valle de Morelia.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Mi mamá es ama de casa, no terminó la primaria.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Somos cinco, mis papás, mis dos hermanos y yo.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Es muy poca, mis papás son muy cerrados a la hora de hablar, así que nosotros como hijos preferimos no hablar nada con ellos.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-No, no hemos tenido ningún problema*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan**

*-Sí y las respetamos, por ejemplo, si salgo tengo un cierto horario para llegar, ya que a mis papás no les gusta que estemos tan noche en la calle, siempre llegar temprano, respetar tiempos y formas.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Es muy buena, me acepto tal y como soy, no me importan los comentarios de los demás porque yo sé de lo que soy capaz.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-La presión de la escuela no es demasiada, pero en mi caso en específico yo si siento que es mucha presión ya que yo trabajo y me la paso ocupado, todavía tengo que llegar a hacer tareas, a veces se me complica demasiado, pero yo sé que la presión es muy poca, ya que a pesar de todo me da tiempo de hacer las actividades, me dan cierto tiempo para entregarlas y eso me parece muy bien, eso es muy bueno porque si no nos pusieran tiempo nosotros como estudiantes solemos ser muy irresponsables, nos vale y no lo hacemos.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**

*-Nunca he fumado cigarrillos porque no me llama la atención.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-Lo hice cuando tenía 13 años estaba con unos primos en una fiesta y pues ya vez que una cosa te lleva a la otra y terminas emborrachado, la verdad es que me dio curiosidad saber que se sentía.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

- (a) *Tranquilizantes o sedantes*
- (b) *Marihuana (hierba, María, etc.)*
- (c) *Anfetamina*
- (d) *Éxtasis*
- (e) *LSD*
- (g) *Crack*
- (h) *Cocaína*
- (i) *Heroína*

*-Todas las conozco, las he visto, sé cómo son pero yo no las consumo.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?  
¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-No, la realidad es que no, tengo un amigo que consume drogas, pero a mí no me gustaría experimentarlo. Nunca he probado ninguna de las sustancias.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-No*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No, pero considero que el consumo de drogas afecta tu vida, ya que dejas de ir a trabajar, quieres estar solo, ignoras a tu familia, no quieres que nadie te moleste, no quieres que nadie te diga nada.*

**15. ¿Ha tenido problemas médicos como resultado de su uso de drogas (por ejemplo: pérdida de memoria, ¿hepatitis, convulsiones, sangrados, etc.)?**

*-Las conozco, pero no las he experimentado yo, no me gustaría tener algo así, si me pasará eso me bajaría la autoestima.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-No he tenido necesidad, pero a los primeros que les pediría ayuda serían a mis padres.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Me gustaría ser militar y continuar con mis estudios y terminar la carrera de ingeniería mecánica automotriz.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-En caso de que llegara a pasar eso yo lo dejaría por mi familia para no afectarlos a ellos mismos, porque cuando ingieres drogas no solo te afectas a ti mismo sino a todos los que están a tu alrededor ya sea amigos, familia.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*–Apoyo moral y psicológico, ya que muchas veces nosotros no sabemos los problemas que tienen los que se drogan.*

**SUJETO 6**

**Transcripción respuestas**

**Sexo:** Mujer

**Edad:** 17

**Escolaridad:** 6 semestre de preparatoria

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Mi papá solo estudió hasta la primaria, en la actualidad trabaja en obras públicas.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Mi mamá acabó la secundaria y es ama de casa.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Mis papás y mis dos hermanos, soy la única mujer entre mis dos hermanos.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-La comunicación con mi familia es muy buena porque nos tenemos demasiada confianza y nos contamos todo, nos llevamos muy bien,*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-No, no hemos tenido ningún problema.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-No hay reglas establecidas como tal, pero si obedecemos a nuestros papás para que así funcione la comunicación y las cosas en casa.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Yo diría que buena, porque me considero una persona que le gusta ayudar a los demás y salir adelante de todas las cosas que le pasan a uno.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-Hay veces que sí, a veces nos dejan muchos trabajos y esos trabajos los tenemos que tener hechos en un cierto tiempo y si no los tenemos pues nos va mal porque nos ponen retardos, pero hay veces que uno como estudiante se estresan demasiado, yo he tenido problemas por eso, he tenido incluso una enfermedad por ello, bueno, no es en sí una enfermedad, pero es estrés y eso hace que me sienta mal.*

**9. ¿Alguna vez has fumado cigarrillos?**

*-Nunca lo he hecho y la verdad es que no me gustaría ni intentarlo, de hecho, hasta el olor del cigarro me da asco.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-Si he tomado y fue como a los 15 años cuando empecé, pero nunca en exceso, siempre me he medido, siempre ha sido porque yo he querido y pues estuve en presencia de mis padres y amigos, no me considero una persona adicta. Actualmente, tomo muy de vez en cuando casi no.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

a) *Tranquilizantes y sedantes*

b) *Marihuana*

c) *Éxtasis*

d) *Heroína*

e) *LSD*



f) *Anfetaminas*

g) *Crack*

h) *Cocaína*

*-Solamente he escuchado de la marihuana, la anfetamina y de los tranquilizantes.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?  
¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-No he consumido ninguna droga, no me gusta ni me gustaría intentarlo, no tolero el aroma del cigarro mucho menos otras cosas más grandes como eso.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-Si tengo amigos que consumen drogas y me han invitado, pero me he negado a hacerlo porque sé los riesgos que tienen y no he tenido ningún problema por decir que no o negarme a algo que no me gusta.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No he tenido ningún problema por eso.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-Solo conozco algunas y no he pasado por ninguna de esas enfermedades.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*- Por el momento no tengo ese problema y si lo tuviera no sabría a quién pedirle ayuda.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Me gustaría salir adelante y poner mi propio negocio.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-No he pasado por eso, por ello no sabría qué responder.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*-Información, conferencias con expertos en el tema que realmente sepan de lo que están hablando y que nos inspiren confianza, que realmente nos orienten sobre las decisiones que tomamos a esta edad.*

**SUJETO 7****Transcripción respuestas**

**Sexo:** Femenino

**Edad:** 17

**Escolaridad:** Sexto semestre

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Concluyó la primaria y en estos momentos trabaja en el campo.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Concluyó la secundaria y ahorita es ama de casa.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Somos siete, mis papás, tres hermanas y un hermano.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Buena*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*–No.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*–Reglas como tal no hay, pero para todo tenemos que pedir permiso a mis papás.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*–Buena.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*–No.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**

*–Nunca he consumido cigarros porque no me llama la atención.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*–La primera vez que consumí algún tipo de bebidas alcohólicas tenía 16 años y fue en el cumpleaños de una amiga, estaba con todas mis amigas de la escuela.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

a) *Tranquilizantes y sedantes*

b) *Marihuana*

c) *Éxtasis*

d) *Heroína*

e) *LSD*

f) *Anfetaminas*

g) *Crack*

h) *Cocaína*

*-Solo conozco la marihuana y la cocaína*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas? ¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-Nunca he consumido ningún tipo de drogas, aunque sí me han ofrecido, pero no fue de mi agrado.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-No he perdido amigos por no querer consumir alguna droga ni alcohol, mi grupo de amigos es bastante comprensivo. Si he tenido aproximadamente dos compañeros de la escuela que se salieron de estudiar por ese tipo de cosas.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No, pero pienso que eso depende del tipo de persona que seas y tu manera de pensar.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-Conozco las enfermedades, pero nunca he experimentado alguna.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-No porque no consumo drogas, pero en caso de que me pasará algo similar y quisiera salir de ello, si pediría ayuda a las personas más cercanas a mí como mis papás o mis hermanas.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Mis planes hasta ahora es poder ingresar en la universidad y concluir mi carrera y con mucho esfuerzo conseguir un trabajo el cual me de los ingresos necesarios para poder pagar mis gastos y en algún momento vivir con una pareja.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Mi familia*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*-Las campañas que más me llaman la atención creo que son en redes sociales, conferencias y talleres, ya que son más dinámicas y es algo a lo que ya he visto anteriormente.*

## SUJETO 8

### Transcripción respuestas

**Sexo:** Femenino

**Edad:** 16

**Escolaridad:** segundo semestre

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Mi papá estudió hasta la prepa, trabaja en una agencia de viajes.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Mi mamá terminó la secundaria y es empleada doméstica.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Somos cinco: mis papás y mis dos hermanos.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-La comunicación con mis padres siempre ha sido muy buena porque cualquier cosa que nos pase o si nos llegamos a sentir mal podemos contarlo y ellos nos apoyan de cualquier forma o nos ayudan a salir de eso en lo que estamos mal.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-En mi familia nunca he visto ningún problema, muchos menos problemas relacionados con el alcohol y las drogas, creo que somos una familia unida.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-En mi familia si hay reglas, pero yo creo que son muy simples, la primera regla que tenemos es: si utilizamos un traste tenemos que lavarlo y también tenemos hasta las diez de la noche para llegar a la casa más noche no nos dejan estar en la calle, esas serían las únicas reglas que tenemos en la casa.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Tengo una autoestima buena, me gusta mi cuerpo, pero me gustaría mejorarlo, pero creo que es el momento, así como estoy no me afecta ni me disgusta.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-No, es una presión normal, más bien creo que un problema hay en el CBTA es que todavía existe el bullying, las burlas entre compañeros y es triste saber que aún sigamos haciendo ese tipo de cosas sin pensar lo que a las otras personas podríamos provocarles o sin saber los problemas de las otras personas.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**

*-Fumé a la edad de catorce años, fue en la casa de un amigo, él me ofreció y pues yo le dije que sí, pero realmente no me gustó y desde ese día no lo he vuelto a hacer, lo hice por experimentar y gracias Dios no llegó a más y no me afectó en mi vida personal.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-La primera vez que yo tomé una bebida alcohólica fue a los trece años y fue con mis primos y mi hermana estábamos jugando jenga con shots yo perdí y pues fue la primera vez que tomé y no lo he vuelto a hacer porque no me gusta tampoco y no tengo ningún problema con eso.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

- a) *Tranquilizantes y sedantes*
- b) *Marihuana*
- c) *Éxtasis*
- d) *Heroína*
- e) *LSD*
- f) *Anfetaminas*
- g) *Crack*
- h) *Cocaína*

*-Si he escuchado hablar de todas esas drogas, pero nunca he consumido ninguna y no tengo ningún interés en hacerlo gracias a Dios.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas? ¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-Nunca he consumido ningún tipo de droga ni quiero hacerlo.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-No, los verdaderos amigos te respetan y te hacen ver cuando te estás haciendo daño.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-No, no he tenido ninguno de esos problemas y la verdad es que no los conozco muy bien, solo sé que pueden dañarte mucho las drogas.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-No he tenido ese problema, pero si lo tuviera me acercaría a mis papás porque sé que son los que más me quieren y podrían ayudarme.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-En carne propia no lo he vivido solo he escuchado hablar sobre centros de atención de este tipo de problemas.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Me gustaría que mi futuro fuera bueno, terminar la universidad y poder cumplir todas mis metas y sueños, tener mi propia casa, tener una familia, seguir siendo feliz, comprarle un coche a mi mamá, una casa, tengo muchas expectativas sobre mi futuro y voy a luchar porque así sea, las que te dije son algunas de las cosas que yo veo en mi futuro.*



**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Si yo tuviera una adicción o fuera adicta yo creo que lo que me motivaría a dejar de hacer eso y a recibir ayuda sería mi familia más que nada mi mamá que es mi vida entera.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*-Yo creo que una opción sería hablar con ellos, con las personas que tienen algún tipo de adicción y enseñarles más sobre lo malo que les hace y sobre lo bueno que sería ya no volverlo hacer o simplemente no hacerlo en exceso ya que eso tiene consecuencias, llevarlos a un centro de atención para que les enseñen cómo sería una vida sin eso, así como las oportunidades que podrían tener si pensarán mejor las cosas y no hicieran eso, porque el tomar, el drogarse en exceso siempre hace mal y siempre es malo para las personas que lo hacen en todo tipo de casos, con su familia, en el trabajo y que no les interesa nada y que solamente quieren estar consiguiendo dinero fácil para seguir tomando seguir consumiendo esas drogas o seguir con esa adicción que tienen normalmente, entonces para mí la mejor opción sería enseñarles que eso no es bueno, ayudarles a dejar a un lado eso les daría más oportunidades en la vida, porque al hacer esto alejan a las personas que los quieren porque piensan que solo ellos tienen la razón y que todos están mal.*

**SUJETO 9****Transcripción respuestas**

**Sexo:** Femenino

**Edad:** 17

No trabaja

**Escolaridad:** sexto semestre

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Tiene una carrera técnica, se encuentra como jefe de mantenimiento en maquinaria pesada.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Hasta la primaria, es ama de casa.*

**3. ¿Cuál de las siguientes personas vive en el mismo hogar que usted?**

*-Somos cinco incluyéndome: mis papás y mis dos hermanos, yo soy la mediana.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Muy buena, porque siempre nos damos el tiempo para platicar de nuestro día y cosas que nos pasan.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-No, hasta ahorita ninguno*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-Sí, cuando salgo siempre tengo que respetar la hora en que ellos me dan, ser ordenada con mis cosas y jamás faltarles el respeto.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Muy buena, porque me acepto tal cual soy y me siento súper bien conmigo misma.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-En este momento si bastante, nos están dejando demasiadas tareas, pero regularmente no, me gusta mucho estudiar la verdad.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**

*-Pues si lo llegué a probar, por curiosidad más que nada, fue con mis amigas de la secundaria, pero no me gustó, esa fue la única vez que lo consumí.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-La primera vez que consumí alcohol fue en mi fiesta de 15 años con mis amigos y mis amigas, en el relajo empezaron a dar y la verdad si me gustó, sé que no es sano para nuestro cuerpo, pero pienso que lo sé controlar, si tomo pero no muy seguido, pero nunca en exceso siempre he puesto límites.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

- a) *Tranquilizantes y sedantes*
- b) *Marihuana*
- c) *Éxtasis*
- d) *Heroína*
- e) *LSD*
- f) *Anfetaminas*
- g) *Crack*
- h) *Cocaína*

*-Si conozco varias porque he escuchado alguna vez de ellas.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?  
¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-No yo jamás he probado drogas y si, si tengo varios amigos que las consumen, pues la verdad siento muy feo por ellos porque a pesar de que yo los quiero ayudar para que salgan de eso no quieren y pues si ellos no quieren yo no puedo hacer nada.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-Si bastantes, porque dicen que soy muy mamona y que no quiero entrar en ambiente, pero yo mejor me alejo.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado al trabajo como consecuencia del uso de drogas?  
¿Ha tenido problemas en el trabajo o escuela debido al uso de drogas?**

*-No, pero yo digo que sí afectan, afecta tanto físicamente como mentalmente y supongo que a partir de esos daños es donde vienen los problemas familiares, en la escuela y el trabajo.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-No las conozco solo los efectos de algunas drogas.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-Yo no tengo problema con las drogas porque no las consumo, pero si he ofrecido mi ayuda, en caso de que yo fuera la afectada a los primeros que les pediría ayuda serían a sus padres.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No, porque hasta ahora no he estado en uno.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Pues tengo muchas metas por cumplir, una de ellas es terminar mi carrera, me lo imagino muy bonito, pero sé que se irá dando poco a poco con mucho esfuerzo y dedicación.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-No es mi caso, pero creo que algo que motivaría a dejar ese tipo de consumo sería fomentar el deporte o algún otro taller que atrape su atención.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*-En este momento los jóvenes estamos súper metidos en las redes sociales, entonces creo que sería más fácil por redes promover información, pero también me llamaría mucho la atención las conferencias más que nada para saber más del tema y poder ayudar a los que lo necesitan.*

**SUJETO 10**

**Transcripción respuestas**

**Sexo:** Masculino

**Edad:** 17

**Escolaridad:** sexto semestre

Trabaja, pero no por necesidad.

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Terminó la preparatoria y trabaja en un taller mecánico.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Mi mamá terminó la secundaria nada más y es ama de casa.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-Somos cuatro: mis papás y mi hermano de 11 años, yo soy el mayor.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Es buena, hablamos de todos los temas y hay respeto en mi casa, siempre hay tiempo para hablar.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática**

*-Actualmente no, en algún momento si se tuvo que ir mi papá a trabajar a otro estado, pero ya está de vuelta con nosotros, y pues mi mamá no ha tenido muchos problemas porque mi papá toma porque no lo hace muy seguido, cada quince días después del trabajo en el taller.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-Sí, todos debemos de ayudar con los deberes de la casa independientemente de las tareas y el trabajo, el respeto por mis papás y por mis deberes es algo que está bien establecido, también ponen hora de llegada cuando voy a alguna fiesta.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Si es buena, creo que no tengo problemas con aceptarme.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-No, me da tiempo para hacer mis tareas y hace mi trabajo, te cuento que me queda el resto del día para hacer varias actividades.*

**9. ¿Ha fumado cigarrillos?**

*-Sí, tenía 16 años, estaba con amigos más grandes, que conocí por el lugar donde vivía (una comunidad) ahora vivo en un fraccionamiento llamado "Metrópoli" y fue en una fiesta y después de la primera vez lo volví a hacer en varias ocasiones, pero no soy muy constante, la última vez que lo hice fue hace como medio año.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-A los 16, en la misma fiesta donde experimenté fumar por primera vez, la fiesta que te platico era el cumpleaños de un amigo, más que nada lo hice por curiosidad para experimentar.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

a) *Tranquilizantes y sedantes*

b) *Marihuana*

c) *Éxtasis*

- d) *Heroína*
- e) *LSD*
- f) *Anfetaminas*
- g) *Crack*
- h) *Cocaína*

*-No, sí, no, no, sí, no, sí, no*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas? ¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-Sí, con la cocaína, tenía 17 años, igual en una fiesta y después lo volví a hacer, fue algo muy raro, lo hice por experimentar pero yo sentí algo muy distinto a lo que había escuchado que eran los efectos de esta droga, me habían dicho que era una sustancia que alteraba todos tus sentidos literalmente pero a mí me dio sueño, hubo un momento de esa ocasión que tras sentir relajación, me dio un subidón y cumplió las expectativas, sentí las alteraciones que me habían dicho, no lo hice para relajarme sino para experimentar lo que me habían contado y porque fue fácil conseguirla.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-No nada de eso, no conozco amigos con esos problemas y cuando me ofrecen yo les digo a mis amigos que no cuando no quiero ellos lo entienden, saben que no es no.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No pero quizás sí afecta en todas las condiciones.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-Solo conozco los efectos del momento.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-Pienso que acudiría con algún compañero, de hecho en mi salón que tú conoces, él es una persona que tiene muchos consejos que darte respecto a este tipo de sustancias, no lo estoy juzgando ni muchos menos, pero él es una persona que ha estado anexado dos veces por problemas de drogadicción, él ahora en su presente es una persona con muchas ganas de cambiar y de salir*

*adelante, de verdad los consejos que él me ha dado han sido muy motivadores, si yo llegara a tener algún problema le pediría ayuda a él por su experiencia podríamos tener una poco de coincidencia, pero tampoco dudaría en contarles a mis papás respecto a lo sucedido, yo estoy seguro que se los haría saber. Muchas veces los que dicen querer ayudarte tienen a juzgar bastante y a lo mejor hay un poco de derecho, pero no hay como alguien que estás seguro que te va a entender, que no sea algo nuevo para él, una persona que sabes que tiene experiencia y conocimientos al respecto.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-Por lo que me ha platicado mi amigo que estuvo varias veces anexado sé que se tiene que tener mucho carácter para salir de lugares como esos, mi amigo que salió de lugares así nos contó su experiencia a algunos compañeros y fue que nos dimos cuenta de lo era una experiencia como esa, fueron impactantes las situaciones por las que él tuvo que pasar. Son muy difíciles esos tratamientos, si sirven, pero para quien realmente lo quiera, con esfuerzo y un poco de dedicación todo es posible, va a salir adelante quien realmente tenga ganas.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-No, sé quizás con mi carrera terminada, me gustaría tener un trabajo estable, aceptando lo que venga, es como todo siempre va haber altas y bajas, pero me gustaría verme fuerte siempre y las malas lecciones que pasarán tomarlas como enseñanzas, siempre mirando al frente, siempre aceptando las consecuencias que pueda haber en el camino.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Una de mis primeras motivaciones sería tener una buena salud, también mi familia, la motivación sería no querer afectarlos a ellos.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*-Depende de cada persona, pero puede ser desde lo más simple algún folleto mínimo con las palabras exactas, que no tenga muchas palabras, el contenido totalmente resumido con las palabras más exactas mensaje o también una conferencia, pero simplemente yo creo que lo va a tomar quien realmente tenga el interés, sea en la manera que sea si una persona tiene realmente el interés hasta lo más mínimo funciona, hoy en día lo que utilizamos más son las redes sociales, todos los días las revisamos.*



**SUJETO 11****Transcripción respuestas****Sexo: Femenino****Edad: 17****Escolaridad: 6 semestre**

- *¿Trabajas? No, por ahora no trabajo*

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

- *La primaria y trabaja en una ferretería*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

- *Secundaria y trabaja en perifonear*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

- *Somos cinco incluyéndome: mis padres, mi hermana y hermano.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

- *Muy buena porque siempre a la hora de la cena nos contamos todo lo que pasó durante el día.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

- *No ninguno*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

- *Si existen reglas pues una de las reglas que tenemos es que cuando comemos no tenemos permiso para apagar el celular, otra sería que de 2:30 a 3:00 comemos después de esa hora no podemos comer.*

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Poca, no he estado bien últimamente.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-Si la verdad más que nada con los horarios que ponen y el poco receso que dan, para mí en lo particular se me hace un poco pesado.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**

*-No nunca he fumado, me llama la atención, pero no.*

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-Si he tomado cerveza y vino pues mi primera vez que tomé fue cuando tenía 16 en una fiesta de una prima y si, si lo he seguido haciendo y pues más que nada creo que lo hago por diversión, aunque también cuando tomo me relajo bastante.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

a) *Tranquilizantes y sedantes*

b) *Marihuana*

c) *Éxtasis*

d) *Heroína*

e) *LSD*

f) *Anfetaminas*

g) *Crack*

h) *Cocaína*

*-Solo he escuchado de la marihuana y la cocaína.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?  
¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-No lo he hecho, pero si he sido testigo, me impactó ver a una amiga que estaba embarazada y aun así lo estaba haciendo eso fue muy fuerte.*

**13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-Sí, sí he perdido porque ellos me querían obligar y pues mejor me aleje de ellos.*

**14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-No, nunca he tenido problemas y pues mi idea sobre las drogas es que afectan demasiado a la familia, en la economía del que la consume, puede ser que en la escuela baje su rendimiento escolar, y pues son malas porque al fin de cuenta te irán acabando poco a poco y si a la mejor los jóvenes lo hacen por experimentar o por problemas familiares.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-No, nunca he tenido problemas de ese tipo.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-No, por lo mismo que no he tenido problemas relacionados al consumo de drogas no he tenido que pedir ayuda, pero si tuviera que hacer les pediría ayuda a mis padres.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-No, nunca he estado en alguno ni tengo conocimiento al respecto.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Siento que es algo se quedará solito, no tengo mucha certeza sobre lo que pueda venir.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Si yo tuviera ese problema pues me motivaría a no perjudicar a mi familia.*

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

*- Pues creo que a través de redes sociales, la sociedad está muy conectada hoy en día con las redes y sería mucho más fácil.*

## SUJETO 12

### Transcripción respuestas

**Sexo:** Masculino

**Edad:** 18

**Escolaridad:** Sexto semestre

Actualmente, trabajo para un sello discográfico llamado M443 produciendo bits

**1. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

*-Mi papá alcanzó hasta el segundo año de primaria y el día de hoy es taxista.*

**2. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

*-Mi mamá terminó hasta tercero de secundaria y al día de hoy es ama de casa.*

**3. ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar (incluyéndote)?**

*-En mi casa vive mi mamá, mi papá y mis cuatro hermanos, o sea que somos siete.*

**4. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena...**

**Justifica tu respuesta**

*-Yo creo que es buena porque no somos una familia alejada, si convivimos, nos reímos juntos, siempre estamos platicando, nos sentimos bien dentro de casa todos juntos.*

**5. Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?**

*-Pues sí hay momentos en los que hay crisis en lo económico, a veces mis papás se ven limitados hablando de recursos por la falta de preparación, pero pues a pesar de eso mi papá y todos hacemos lo posible para que eso se sobrelleve y podamos estar bien todos.*

**6. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

*-Pues como tal no porque a través del tiempo nosotros vamos adquiriendo educación y ese respeto hacia la familia no es como que tengamos algo muy bien establecido, pero sabemos las cosas que*

se tienen que respetar y cuál es límite o lo que debemos de hacer pues para que las cosas estén controladas.

**7. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**

*-Yo creo que tengo buena autoestima porque sé quién soy, sé lo que he hecho, sé lo que me ha pasado, sé lo que pienso, soy muy claro, soy muy certero, tal vez sea mi ego, pero siempre que quiero decaer hay algo que me hace pensar y ver las cosas con claridad y eso me ayuda bastante pues para no mantenerme en esa atmósfera de depresión, siempre es poco lo que me hace sentir mal, pero siempre llega el momento en que la idea llega clara y me hace cambiar el pensamiento y me cambia el ánimo.*

*Tengo una autoestima muy alta, altísima, neta que yo pues le doy gracias a Dios, no soy muy religioso, pero yo sé que hay algo, yo vi algo cuando estaba ya del otro lado y yo la verdad me siento tan bien, tan bien que estoy satisfecho de repente si llegan momento en que, si te sientes fatal de la mierda, pero cuando tú piensas en eso y sabes que finalmente eres un consentido de la vida, por eso tengo una autoestima alta porque he llegado muy alto a pesar de los caminos que he tomado.*

**8. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

*-Yo creo que no, porque siempre hay oportunidades de parte de los maestros y cada quien tiene su tiempo y cada quien tiene sus cosas que hacer, pero siempre existe el tiempo para poder resolver todo aquello que nos dejan en la escuela por eso creo que no es pesado.*

**9. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos? -Igual que el alcohol mi consumo comenzó alrededor de los doce, era un entorno de desmadre, una etapa donde uno llega con mucha rebeldía por muchas cosas que tiene uno en la mente, más que nada por experimentar, pero si a los doce años.**

**10. ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**

*-No me siento neta nada orgulloso pues con lo que he hecho conmigo, yo mismo me digo -Chale ¿Qué onda contigo? El alcohol lo probé aproximadamente a los doce años, fue con amigos y fue en unos quince años y pues los efectos fueron grandes porque no supe cómo controlarlo, al día siguiente la cruda y pues me sentí mal completamente, al día de hoy lo sigo consumiendo y hoy pues no lo consumo de forma tan frecuente, me gusta porque hasta el día de hoy sé cómo controlarme cuando tomo alcohol y pues sé que atmósfera llevar, con quien convivir y eso me hace sentir bien con las personas que están conmigo.*

**11. ¿Has oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**

- a) *Tranquilizantes y sedantes*
- b) *Marihuana*
- c) *Éxtasis*
- d) *Heroína*
- e) *LSD*
- f) *Anfetaminas*
- g) *Crack*
- h) *Cocaína*

*-Si he probado la marihuana, el resistol, el aerosol, la piedra, metanfetamina o cristal, la cocaína, el peyote, la salvia, los hongos, el rapé, éxtasis, el LSD y otros que no me acuerdo, pero no me siento orgulloso, es un poco vergonzoso, no es como algo que muchos lo pueden tomar a la ligera, es algo muy serio cuando de verdad te das cuenta de en qué estás metido, es algo muy fuerte, por eso digo que no me siento nada orgulloso.*

**12. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?  
¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

*-Pues obvio no me siento orgulloso porque eso me ha traído consecuencias muy severas de verdad créeme que han sido consecuencias de verdad muy muy fuertes hacia mi vida y no solo hacia mi vida sino hacia mi familia y hacia mis amigos, yo comencé con las drogas a los doce años de edad cuando iba en secundaria , iba en primer año y un amigo llegó y nos dijo; -Esta es marihuana ¿Quieren probarla? y ahí fue cuando la probé y pues desde ese momento empecé a consumirla con mucha frecuencia , llevo seis años que la consumo, entre otras sustancias, esto me cambió demasiado la perspectiva de la vida, desde el momento que la probé yo dije esto me late, mi consciencia está más clara, yo sé que como todo tiene sus pros y sus contras y los contras pues a veces son más grandes pero a través de eso me he dado cuenta de muchas cosas, no solo es la sustancia sino lo que te rodea, lo que está en tu entorno, yo era una persona de mente muy cerrada y con eso pues vi las cosas con mucha más claridad y me hizo darme cuenta de muchas cosas sobre mi persona, lo que soy, lo que tengo y lo que con certeza o con convicción puedo hacer, sé que esto trae muchas consecuencias y pues de alguna manera si te afecta, pero esto se sobrelleva,*

*cuando sabes cómo se mueven las piezas todo te va salir muy muy bien. El consumo de drogas me ha traído buenas y malas experiencias.*

### **13. ¿Ha perdido amigos por el uso/desuso de drogas?**

*-No amigos, conocidos, personas que por amigos conocí que decían- ¡Sobres! ¡Sobres! ¡Date! ¡Ponte! Y pues ahí llega un momento en el que tú te asqueas, tú te sientes mal, llega la cruda moral y ya no quieres nada, pero sin embargo ellos siguen insistiendo porque tienen otra idea, están mal centrados y sí también tuve amigos que se alejaron de mí, yo también me aleje de amigos por lo mismo en que yo también llegué a un punto en el que me perdí, me convertí en otra persona y pues todo lo hacía para mal y perjudique a muchos de mis amigos y eso me motivó a alejarme.*

*-Hace aproximadamente ocho meses perdí a mi mejor amigo por culpa de las drogas, él estaba completamente enterrado en adicciones y yo también, me tocó estar justo en el momento en que mataron a mi amigo, fue algo muy fuerte porque no nada más salió afectado él que murió a los tres días por una bala en la cabeza, a mí también me vinieron a perjudicar porque me dispararon dos veces y por suerte o bendición o por gracia de Dios o por obra del destino o porque así lo escribió el universo pues sigo aquí, porque donde me dispararon es algo increíble poder acéptalo. Estuve muerto por culpa de la adicción, literal porque yo vendía cristal yo estaba muy metido con personas del crimen organizado, a mi amigo lo mataron porque él cometió muchas cosas que lo llevaron hasta donde está ahorita, las cosas no te llegan nada porque sí, sino porque tú ya habías construido eso, yo perdí a mi amigo y pues a través de eso uno ya toma la experiencia, yo creo que no se ocupa tanto de un psicólogo, si te ayuda pero hay dentro de nosotros los adictos que es muy difícil de responder porque por eso somos adictos, yo creo que es a través de un momento muy fuerte que te cambie toda tu perspectiva de vida, que te haga que te den ganas de volver a vivir, apretar el botón de reinicio y de emprender un nuevo camino es muy fuerte.*

### **14. ¿Ha descuidado a su familia o faltado a la escuela como consecuencia del uso de drogas?**

*-Yo creo que es depende de la persona que lo utilice, la mente que tenga y el consumo que tenga, es obvio que cualquier droga en exceso y aún sin excederse, sino también depende de tu organismo, en la escuela si te afecta por la falta de concentración, porque te la pasas nada más consumiéndola y ya no te preocupa saltarte las clases o de plano ya no ir, en mi caso así me pasó, yo me perdí, me hice completamente adicto, ya no iba a la escuela, al principio no entregaba trabajos, ya no me concentraba y ya después deje de ir a la escuela, tuve problemas con mi familia, estuve encerrado (anexado) dos veces, con los amigos también tengo problemas porque ya no estás en tus cinco sentidos, ya no sabes lo que haces, lo que dices, te pierdes completamente, te vuelves otra persona, sino lo sabes utilizar es malo, sino tienes un límite o si lo haces por necesidad es muy malo, por recreación yo creo que está bien, la experimentación es para todos, todos tenemos esa curiosidad*

*de saber ¿Qué se sentirá? Todos tenemos la tentación de probarla y yo creo probarla tan sola una vez si es un poco bien y poco mal, ya depende de los prejuicios que tiene la persona en la mente y del por qué lo haga, pero pues sí, sí afecta, es algo obvio, no solo a ti como persona sino a las personas con las que te juntas. Las drogas te convierten en otra persona y te traen muchos problemas.*

**15. ¿Conoces problemas de salud causados por el consumo de drogas?**

*-Si porque he pasado por ellos, sufres muchos cambios, falta de concentración, ansiedad, depresión y confusión.*

**16. ¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

*-A mis papás, también he tenido amigos que me han pedido ayuda para salir en el estado en el que estaban mentalmente por las drogas y pues yo los ayude en el momento porque yo sabía con quién ir y cuál era el tratamiento.*

**17. ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?**

*-He estado encerrado dos veces, hace dos años y hace un año, en total fueron seis meses, el tratamiento que yo lleve fue duro, muy fuerte, no me ayudo en lo absoluto, no me ayudo en nada, porque solo era maltrato físico y maltrato verbal mientras yo estaba en una presión en mi mente y en una psicosis, mientras a mí me pasaba eso ellos me metían más cosas a la mente que me hacían enredarme más, yo creo que lo que realmente te puede ayudar y lo que realmente te puede sacar de una adicción sería la fuerza de voluntad y la convicción y algo muy fuerte que te cambie el pensamiento, yo creo que eso sería el mejor tratamiento la voluntad propia y la decisión propia.*

**18. ¿Cuáles son las expectativas que tienes de tu futuro?**

*-Tengo expectativas muy muy altas porque pues se lo que estoy haciendo ahora no solo en la escuela sino fuera de, de la escuela me emociona demasiado que ya voy a entrar, porque voy a estar aprendiendo más y enriqueciendo mi conocimiento me veo con más satisfacción personal y eso me da felicidad, me veo feliz, me veo tranquilo, con libertad financiera que eso es lo quiero por eso estoy creando demasiadas ideas y ahí tengo la semillita que solo hay que regarla y regarla.*

**19. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

*-Ya llevo demasiado meses que no estoy bajo el consumo de drogas, ahorita me limito demasiado, no tengo problemas, todo está bien por el momento, pero lo que me motivaría demasiado en caso de que estuviera consumiendo demasiado drogas sería firmar un contrato con el sello discográfico*



que admiro demasiado, esa sería mi motivación, pero primero que nada mi familia que es por lo que lo estoy haciendo ahorita, y antes de eso mi persona.

**20. ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?**

- En este momento muchos de los jóvenes a excepción de algunos están súper mega desviados no saben que show con nada de nada, yo lo que he visto y he pensado es que a veces no sabemos ni lo que queremos, estamos ahorita por ningún lado, todo está súper inestabilidad solo te cofunden demasiado, lo que yo recomendaría sería simplemente el apoyo moral real aquello que se siente que es verdadero , que sientes que es único, que te hace sentir que vales la pena y que no vale la pena aquello que tu consumes que te está destruyendo, a veces los psicólogos lo único que hacen es confundirte, son pocos los psicólogos que realmente entienden la problemática. Otra cosa que ayudaría sería apoyar los sueños de esas personas porque la adicción surge a través de una desilusión o traición y si le damos esa esperanza a la persona está ya no querrá llenar ese vacío con la droga, si nosotros los apoyamos en ese sentido créeme que todo sería muy distinto, encontrar aquella vibra que realmente te llena, todos necesitamos lo mismo que solo se puede lograr con el apoyo de los demás y también se necesita amor, muchísimo amor y apoyo real.

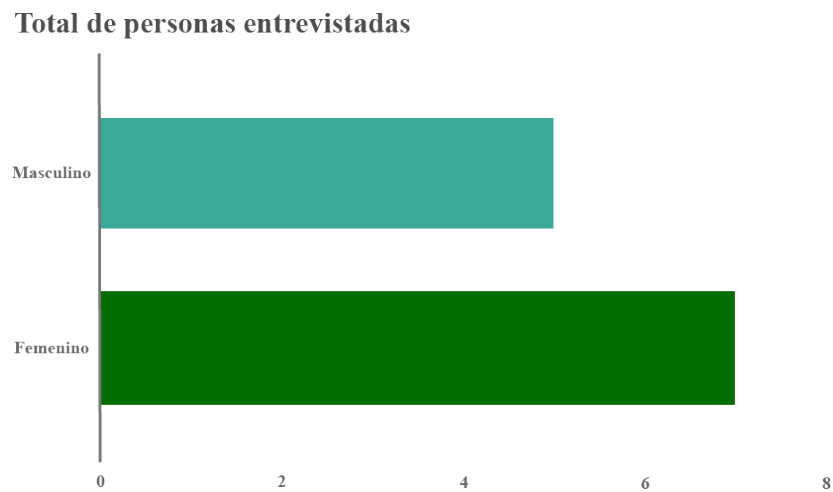
#### 4.9 Análisis e interpretación de datos

La última etapa del proceso de investigación es el análisis de la información obtenida, en dicha fase tras hacer un profundo estudio y síntesis de las respuestas es que se encuentra el sentido de la información recabada y elementos claves para desarrollar la propuesta inicialmente planteada.

**Tabla 4.2 Porcentajes de acuerdo al sexo de los participantes del proyecto.**

Sexo	# Personas	Porcentaje
Masculino	5	41.66%
Femenino	7	58.33%

**Nota: Información extraída del trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor**



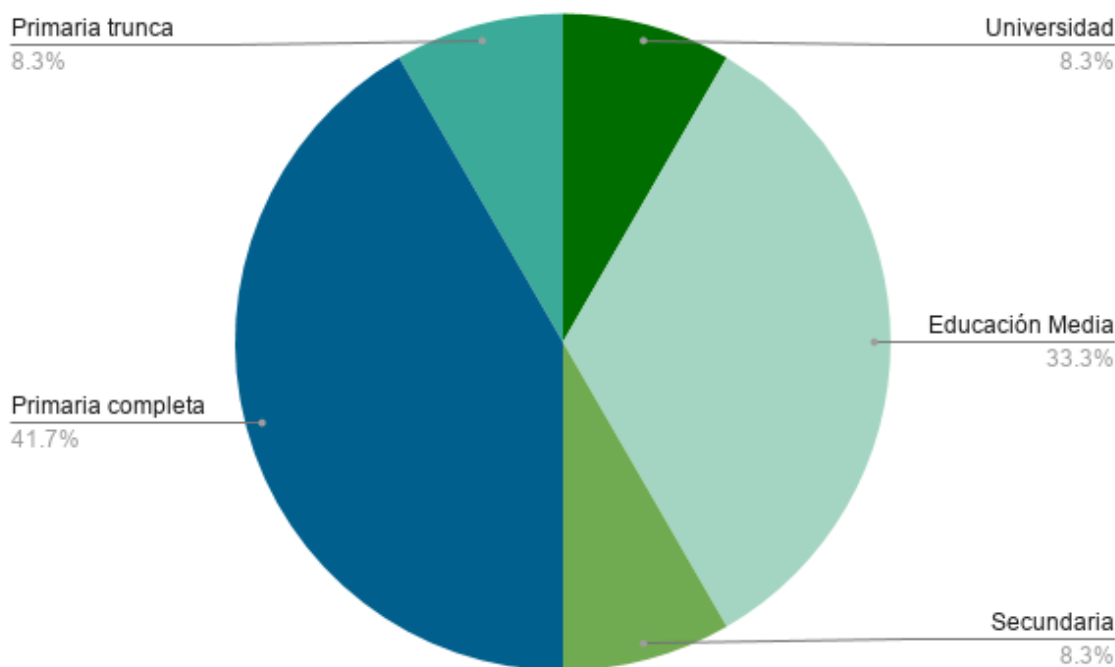
**Gráfico 4.3 Participación de acuerdo al sexo de los estudiantes del CBTA 233 en el proyecto.**

**Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.**

Análisis: Los porcentajes demuestran que la población del sexo femenino mostró más accesibilidad a la hora de responder entrevistas.

## Pregunta 1

¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?



**Gráfico 4.4** Nivel de enseñanza máximo culminado por los padres de los entrevistados.

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor

**Análisis:** En esta pregunta se observa que menos de la mitad los padres de los participantes (41.7%) concluyeron el Nivel Medio Superior de educación, de la mitad restante 33.3% llegaron a la secundaria a excepción de un padre de familia que no la terminó y otro que no tuvo las posibilidades para terminarla. Cabe destacar que únicamente un papá terminó una carrera universitaria (8.3%).

Aunque Tarímbaro ha experimentado un gran crecimiento poblacional en los últimos años aún conserva rasgos propios de las comunidades rurales como un nivel bajo de estudios.

–Mi papá terminó la universidad y es maestro.

*-Mi papá concluyó la Educación Media Superior y es el encargado de los invernaderos en el Instituto Tecnológico del Valle de Morelia.*

*-Mi papá tiene una carrera técnica, actualmente se encuentra como jefe de mantenimiento en maquinaria pesada.*

*-Concluyó la primaria y en estos momentos trabaja en el campo.*

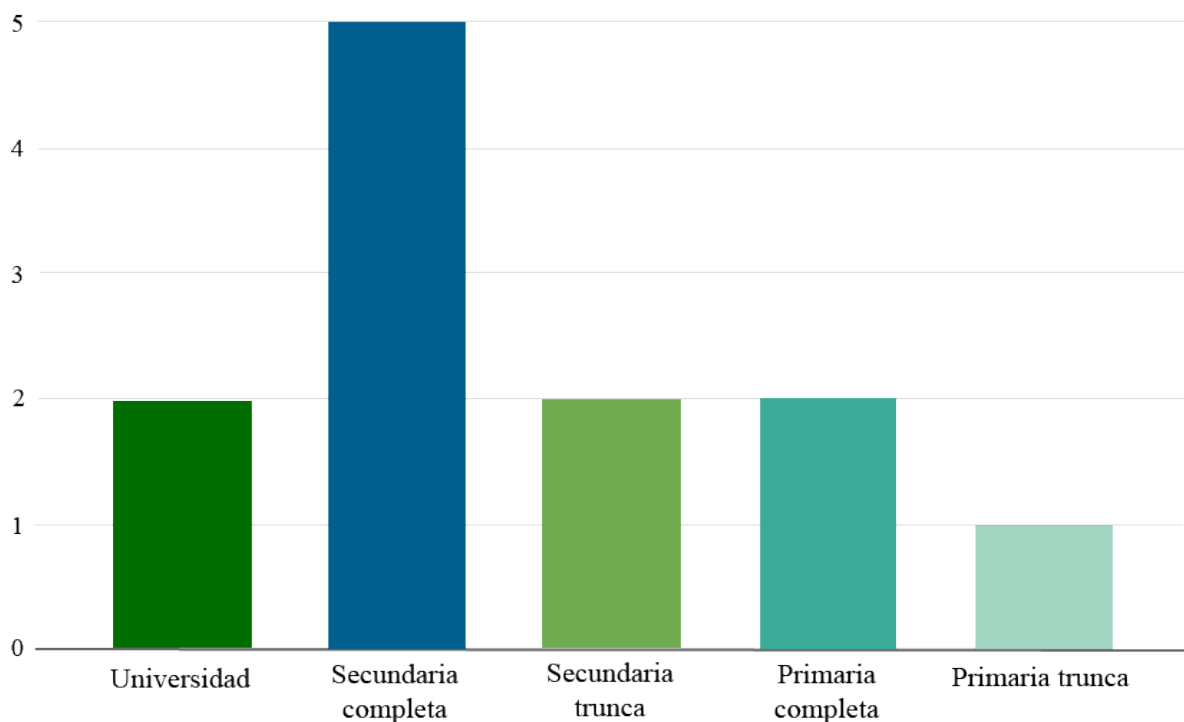
*-Mi papá alcanzó hasta el segundo año de primaria y el día de hoy es taxista.*

Esta pregunta también pone en evidencia el posible nivel de ingresos de acuerdo a los trabajos desempeñados por los padres. El nivel formativo de los progenitores constituye un factor clave que influye directamente el desarrollo académico y laboral de los hijos, tanto la figura paterna como materna son claves a la hora de ayudar a sus hijos a definir expectativas y la forma en la que seguirán un camino que los lleve a la realización de las mismas, así como en la prevención del abuso de drogas.

## Pregunta 2

### ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?

**Análisis:** En esta pregunta se observa que al sumar los porcentajes de las mamás que solo concluyeron la secundaria o un grado menor suma un total de 75% que a su vez rebasa significativamente a las madres de familia que lograron un nivel superior (25%). Cabe destacar que únicamente dos mamás terminaron una carrera universitaria (8.3%), a continuación en la gráfica 4.5 se puede apreciar.



**Gráfico 4.5 Nivel de enseñanza máximo alcanzado por las mamás de los entrevistados.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

Como se puede evidenciar, el nivel de educación en las madres de familia suele ser inferior al de los papás. En su mayoría eran amas de casa, pero también había algunas que trabajaban fuera de casa.

*-Mi mamá estudió hasta la primaria y es ama de casa.*

*-Mi mamá terminó la secundaria y es empleada doméstica.*

*- Mi mamá terminó y trabaja en perifonear.*

Las madres de familia que habían culminado su Educación Superior actualmente se encuentran ejerciendo su carrera.

*-Mi mamá culminó su grado universitario y es maestra.*

*-Mi mamá terminó sus estudios universitarios, estudió veterinaria, aparte tiene una licenciatura en gastronomía y nutrición.*

Percibimos que en promedio el nivel de educación no es tan alto entre los padres de familia de los participantes, no obstante, creemos que aunque es importante el nivel educativo alcanzado por los progenitores, lo más importante que necesita un hijo y en especial un adolescente es atención. Las mamás que son amas de casa tienen la ventaja de convivir más con los hijos y poder estar al pendiente de posibles comportamientos extraños, mal aspecto físico o disminución del nivel académico.

Muchas veces las mamás tienen una mejor relación con sus hijos, sus relaciones representan un vínculo muy valioso para ellos, esto es una ventaja para la mamá que sabe estar al pendiente de su hijo, al final siempre las mamás terminan dándose cuenta de todo, inclusive de los que minuciosamente se esconde.

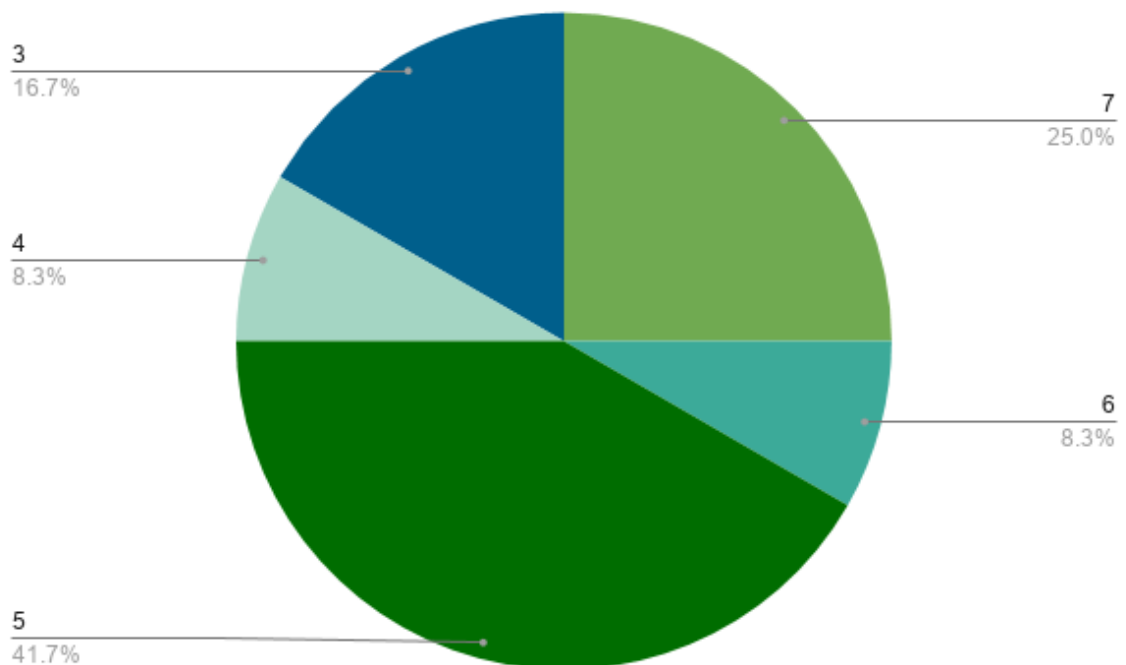
*–Con mi mamá me llevo muy muy bien, con ella es con la que más converso, con mi padre no me llevo muy bien porque pues soy mujer, tengo más confianza con mi mamá.*

La educación de los hijos es tarea tanto del papá como de la mamá, muchas veces los papás no pasan mucho tiempo en casa por estar trabajando, es por eso que las mamás que son amas de casa conviven con los hijos, lo mejor es que ambos padres estén de acuerdo y se respalden mutuamente.

### Pregunta 3

#### ¿Cuántos miembros de tu familia viven en tu hogar ¿Incluyéndote?

**Análisis:** Los datos obtenidos con relación a los miembros de familia que viven con los entrevistados indican que en 5 de 12 casas habitan 5 integrantes (41.7%), en 3 de 12 viven siete personas (25%), 2 cuentan con hogares integrados únicamente por 3 personas (16.7%), mientras que el 16.6% restante se dividen en partes iguales entre los hogares compuestos por 4 y 6 miembros.



**Gráfico 4.6** Número en promedio de los integrantes de las familias de los entrevistados.

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor

En la gráfica 4.6 se observa cómo están conformadas las familias de los participantes, esto nos permitió entender factores de riesgo o protección que existen en cada hogar de los sujetos de estudio, a grandes rasgos el promedio de integrantes por familia es de cinco personas aunque también fueron 3 los casos que dijeron tener 7 miembros en la casa un número grande lo que significa que el participante tiene más hermanos, muchas veces imitamos lo que hacen nuestros

hermanos inclusive si se trata de las adicciones o puede pasar completamente lo contrario cuando las consecuencias nos impactan tanto que aprendemos de la experiencia ajena.

*–Con la primera persona que empecé a beber fue con mi hermana, yo tenía 15 años, salíamos a fiestas y como ella se juntaba con chavos más grandes que ya tomaban yo comencé a hacerlo.*

*–Mi hermano es adicto, él consume cocaína, cristal, perico y pastillas de clonazepán.*

*-No me llevo muy bien con mis hermanos ya que son más grandes que yo y trabajan, ellos tienen sus grupos de amigos y salen.*

Ser parte de una familia disfuncional constituye una de las principales fuentes de factores de riesgo en el desarrollo de adicciones en adolescentes. Los vicios en gran parte tienen su origen en antecedentes familiares, tal es el caso del hijo que toma o fuma porque su papá lo hacía o lo sigue haciendo, muchas veces el alcoholismo es permitido y fomentado por la misma familia al dejar que sus hijos experimenten sin antes haberles dado información al respecto, no obstante la presencia de este factor de riesgo no es garantía para que una adicción se vaya a presentar o caso contrario no excluye a los jóvenes que no tienen problemas familiares a la posibilidad de desarrollar una adicción.

*-Todos en la casa bebemos, mi hermano tiene 15, yo 18, 22 mi otro hermano, y 26 el otro, todos bebemos y también mi papá, y los problemas surgen porque no sabemos controlarnos y el consumo desde corta edad lo vemos como algo natural.*

*–Mi padre bebía mucho y mi hermano en estos momentos es drogadicto.*

El tener un hogar con muchos miembros de familia no siempre significa que hay mucha convivencia, en especial en este tipo de hogares los integrantes tienen que trabajar para salir adelante con los gastos y los que se quedan en casa es porque aún no trabajan, además suelen sentirse solos.



*-Vivo con mis papás, dos mayores y dos menores, pero la casa está un poco vacía porque mis hermanos mayores se van a la universidad y los menores trabajan.*

El hecho de contar con el apoyo de su familia es una forma de brindarle confianza a los jóvenes, saber que cuentan por completo con el apoyo de sus padres y hermanos los hace sentir más seguros en cuanto a la toma de decisiones.

*-Mis hermanos se portan muy bien conmigo, nunca me han faltado al respeto, ellos me han dado mucha seguridad, mi papá también, mi mamá también pero más a su manera, a la antigua que a veces me hace sentir mal.*

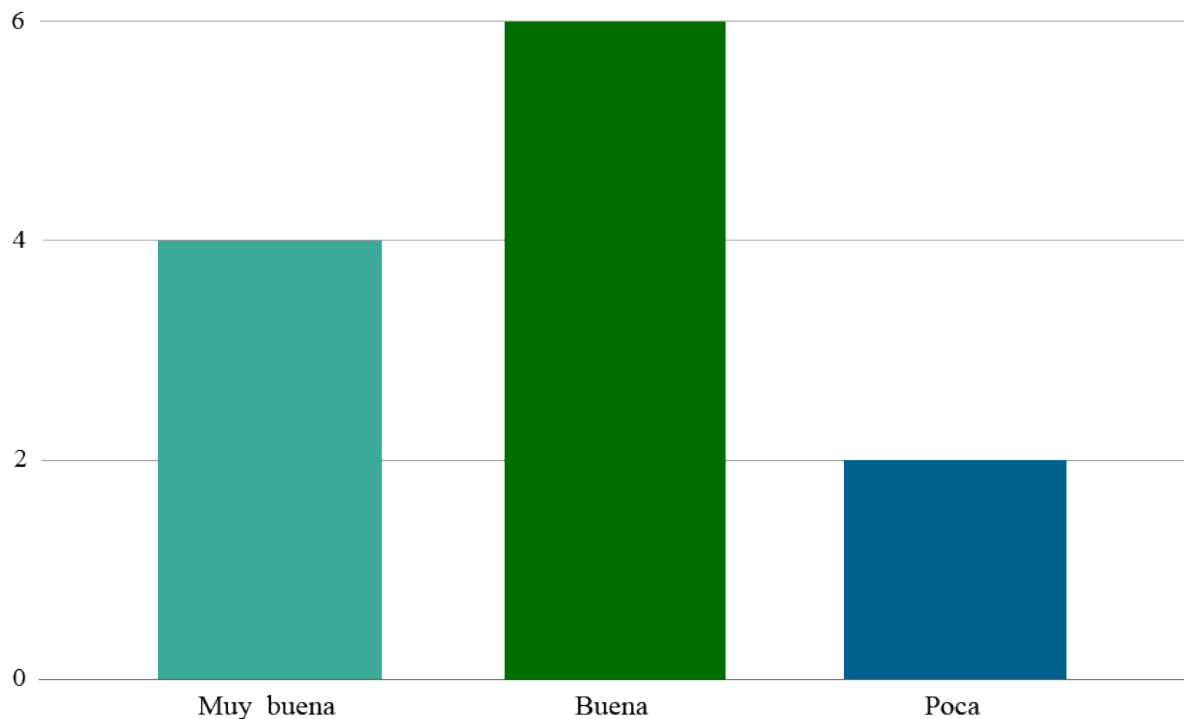
La familia es un eslabón fundamental en el desarrollo de un individuo, ya que es el primer núcleo social al que pertenece. Los adolescentes se ven influenciados en gran medida a través del ejemplo de sus padres.

En una familia funcional hay una buena comunicación, respeto por cada uno de los integrantes y sobre todo confianza.

#### Pregunta 4

**¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena... Justifica tu respuesta**

**Análisis:** En esta pregunta se observa que 4 de los 12 entrevistados describieron la comunicación familiar dentro de sus hogares como “muy buena” (33.3%), mientras que el porcentaje restante lo componen los alumnos que calificaron la comunicación que tiene con su familia como “buena” o “poca”, a continuación en la gráfica 4.7 se observa como los sujetos del estudio calificaron su comunicación.



**Gráfico 4.7 Forma en que los sujetos de estudio califican su comunicación familiar**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

Sin duda la comunicación es un factor crucial que influye en la decisión de un joven de consumir o no drogas, cuando la comunicación entre padres e hijos no es muy fluida los hijos entienden que lo mejor es no hablar con ellos de ningún tema cerrándose a compartir inquietudes.

*-Es muy poca, mis papás son muy cerrados a la hora de hablar, así que nosotros como hijos preferimos no hablar nada con ellos.*

Hay muchos padres de familia que prefieren tocar ese tema con sus hijos por ser algo incómodo para ambas partes, pero más vale eso para proteger la salud y seguridad de sus hijos.

*-Es buena, porque les cuento muchas cosas, pero no necesariamente hablamos de todo.*

*-Depende las circunstancias, a veces tenemos mucha comunicación, pero en general hablamos mucho y convivimos mucho, pero no somos muy abiertos a hablar temas privados.*

Los padres que están informados sobre el consumo de drogas pueden brindarles a sus hijos la información necesaria para no estar tan vulnerables ante ellas. La comunicación es la columna vertebral en todas las relaciones familiares e interpersonales y ocupa un lugar clave dentro del nivel de calidad funcional del sistema familiar.

*-La comunicación con mis padres siempre ha sido muy buena porque cualquier cosa que nos pase o si nos llegamos a sentir mal podemos contárselos y ellos nos apoyan de cualquier forma o nos ayudan a salir de eso en lo que estamos mal.*

*-Es buena, hablamos de todos los temas y hay respeto en mi casa, siempre hay tiempo para hablar.*

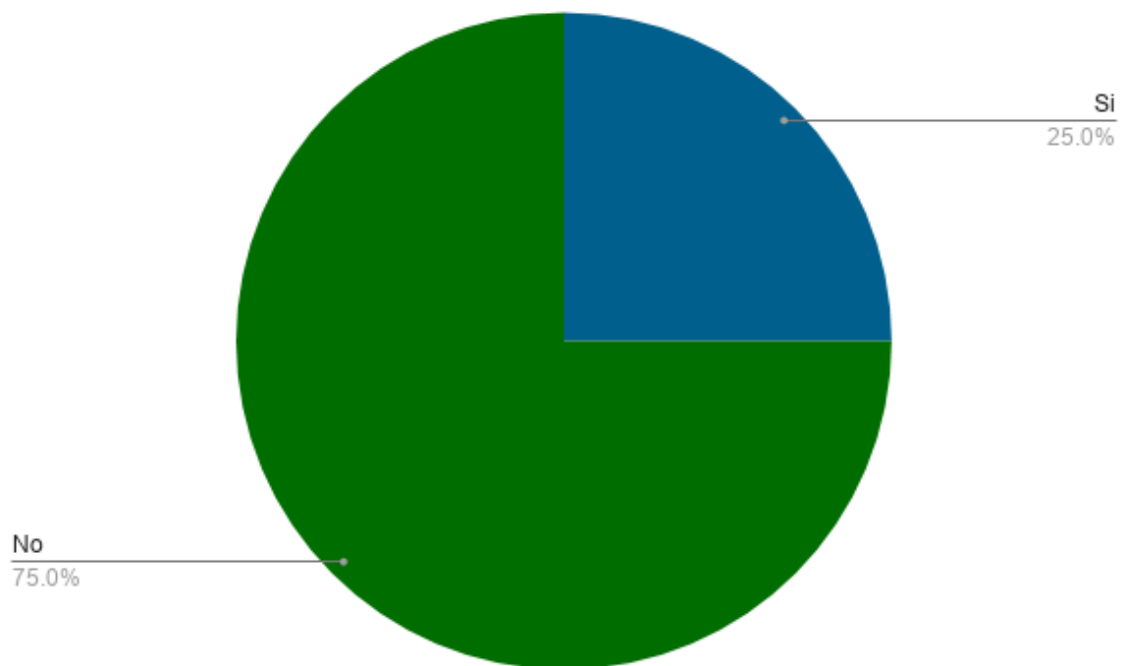
*-Muy buena porque siempre a la hora de la cena nos contamos todo lo que paso durante el día.*

## Pregunta 5

### Dentro de tu núcleo familiar ¿Han tenido alguna problemática?

**Análisis:** En esta pregunta se observa que 9 de 12 entrevistados negaron la existencia de problemas dentro de su casa (75%), mientras que 3 de ellos confirmaron la existencia de algún problema en su hogar, ya sea de índole económico, diferencia de opiniones o conflictos entre padres.

En la siguiente gráfica (4.8) se puede observar que un ambiente familiar adecuado, estable y sin conflictos graves minimiza las posibilidades de consumir drogas como forma de evadir los mismos.



**Gráfico 4.8 Presencia de problemáticas en los hogares de los entrevistados.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

*-En mi familia nunca he visto ningún problema, muchos menos problemas relacionados con el alcohol y las drogas, creo que somos una familia unida.*

*-Ningún problema que resalte, no ha habido ningún problema grave.*

*-No, no hemos tenido ningún problema*

*-Mis papás han tenido problemas como cualquier matrimonio.*

Caso contrario sucede cuando dentro del hogar hay problemas significativos estos se convierten en potentes detonantes de una adicción para los hijos. Las familias disfuncionales representan un factor de riesgo en la adolescencia especialmente.

Los adolescentes son presa fácil de las adicciones y más si se encuentran atravesando no solamente la etapa más difícil e importante de su vida sino conflictos continuos que les transmiten inseguridad y preocupaciones, los sujetos con más posibilidades de convertirse en pacientes adictos suelen pertenecer a entornos familiares disfuncionales.

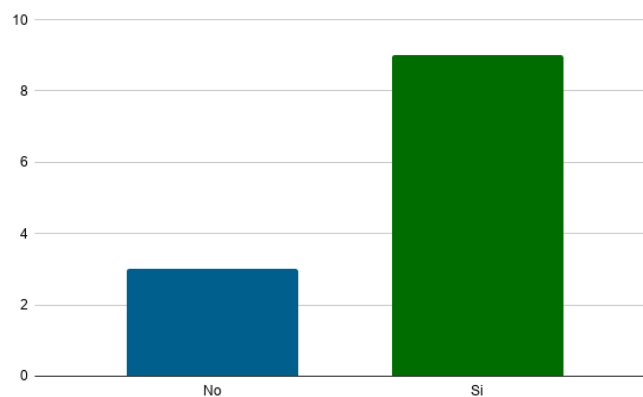
*-Sí, nos separamos de mi padre dos veces, una en el 2008 y otra en el 2017 porque mi padre bebía mucho y mi hermano en estos momentos es drogadicto.;*

*-Conozco a un joven que se tiró a la perdición, en la primaria lo veías feliz, pero comenzó a consumir cristal y ahora parece un palo por consumir eso, la separación de sus papás fue el detonante para que esto pasará, su papá también lo inició en eso.*

## Pregunta 6

**¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame cómo funcionan.**

**Análisis:** En este apartado se observa que 9 de los 12 sujetos (75%) del estudio afirmaron la existencia de reglas previamente establecidas dentro de la dinámica familiar en la que se ven involucrados, mientras que el 25% dijeron no contar con reglas establecidas explícitas en su casa.



**Gráfico 4.9 Presencia o ausencia de lineamientos dentro del hogar de los entrevistados.**

**Fuente:** Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

Esta pregunta pone en evidencia que la prevención contra el abuso de drogas empieza con los padres y en general la mayoría de los hogares donde pertenecen los entrevistados tiene normas fundamentales de comportamiento, algunas de las mencionadas fueron: ayudar en los deberes del hogar, no llegar tarde a casa ni tomar bebidas alcohólicas.

El establecimiento de límites ayuda a crear un entorno de respeto entre los miembros de la familia siempre y cuando las reglas estén bien establecidas, además poner horarios de llegada después de una fiesta es una buena forma de sentar límites, no podemos evitar que a los jóvenes les ofrezcan algún tipo de droga, pero

tomando en cuenta que la carencia de supervisión familiar puede ser un factor de riesgo es importante tomar acciones positivas al respecto y crear un ambiente más seguro para el desenvolvimiento de sus hijos.

Sin embargo, contar con reglas bien establecidas no hace inmunes a los jóvenes en su instinto propio de la edad de querer rebelarse a lo que sus padres establecen lo que sí es seguro es que esto les aporta certeza y ayudan poner límite a los impulsos.

*-Sí, todos debemos de ayudar con los deberes de la casa independientemente de las tareas y el trabajo, el respeto por mis papás y por mis deberes es algo que está bien establecido, también ponen hora de llegada cuando voy a alguna fiesta.*

*-Son reglas bien fundamentadas, me han hecho ver que las reglas que ponen en la casa me benefician a mí y a ellos también, algunas de ellas son que no tome, que no llegue tarde a casa, que cumpla con mis deberes.*

*-Si salimos todos los hermanos tenemos que regresar a casa, nunca quedarte en un lugar ajeno, no llegar tan tarde, debemos procurar no llegar tan ebrios porque si llegamos así nos espera un castigo de semana. En general hay mucho respeto entre cada uno de los miembros de la familia.*

*-Si tenemos reglas en casa, una general es que no podemos llegar después de las diez, siempre tengo que avisar ¿A dónde voy? Y ¿Con quién estoy?*

En caso de que no existan reglas previamente pactadas con los hijos es posible que no tengan convicción de respetar límites que ni siquiera conocen. Las normas en la familia tienen que ser claras y concretas, ya que su existencia funciona como factor de protección frente al consumo de drogas.

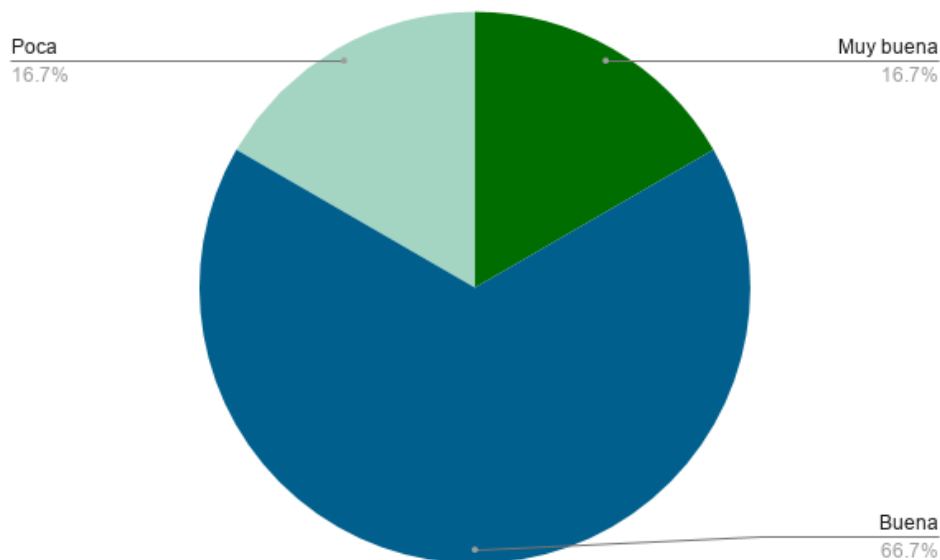
*-Pues como tal no hay reglas establecidas, es a través del tiempo que nosotros, no tenemos reglas establecidas, pero sabemos las cosas que se tienen que respetar y cuál es límite o lo que debemos de hacer pues para que las cosas estén controladas.*

### Pregunta # 7

¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.

**Análisis:** En esta pregunta se observa que de los 12 entrevistados involucrados en la investigación el 66.7% calificaron su autoestima como “Buena”, por otra parte, dos sujetos consideraron tener una autoestima “muy buena” esto vendría siendo un 16.7% y los otros dos participantes admitieron tener “Poca autoestima” (16.7%).

La gráfica 4.10 pone en evidencia que un cuarto de los sujetos de estudio calificaron su autoestima como buena, una porción más pequeña confesó tener una autoestima baja y solo dos sujetos dijeron con certeza tener una muy buena autoestima, aunque esto no parezca tener relación el consumo de drogas y la baja autoestima hay investigaciones que lo respaldan, tradicionalmente se ha considerado la baja autoestima como un factor de riesgo por lo que muchos programas de prevención de adicciones incorporan estrategias para promover la autoestima.



**Gráfico 4.10** Forma en que los sujetos de estudio califican su autoestima.

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.



Cuando los participantes expresaron tener una muy buena autoestima también manifestaron el alto valor que le dan a su bienestar físico y emocional por sobre todas las cosas, esa sensación de satisfacción es lo que les permite negarse a las invitaciones para consumir algún estupefaciente, ya que saben que no es benéfico para su cuerpo. Además, los chicos que tienen buena autoestima lo reflejan al rechazar hábitos que atentan contra su bienestar simple y sencillamente porque se aceptan y se aman tal y como ya son y no son conscientes de que no necesitan sustancias externas para estarlo.

*-Muy buena, porque me acepto tal cual soy y me siento súper bien conmigo misma.*

Cuando la autoestima es alta las personas se sienten más seguros a la hora de enfrentar problemas, en cambio, cuando la autoestima es baja se vuelven más vulnerables a realizar ciertas acciones con tal de no quedar fuera del grupo o no saber decir no y aceptar las consecuencias.

La construcción de la autoestima se basa en gran parte de la interacción que se tenga con los padres, una buena autoestima está cimentada en el cariño brindado desde la concepción, el reconocimiento de las habilidades de su hijo, así como el apoyo a las que quiera desarrollar son un factor clave para fomentarla.

*-Es muy buena, me acepto tal y como soy, no me importan los comentarios de los demás porque yo sé de lo que soy capaz.*

A continuación algunas de las respuestas organizadas de forma descendente, primero los comentarios que aseguran tener muy buena autoestima, en el tercer testimonio es evidente que la opinión de los papás constituye una parte importante de la autoestima de los hijos, en el último comentario vemos de forma más explícita como una baja autoestima hace vulnerables a los jóvenes de tomar decisiones por querer quedar bien no con su persona sino con las personas que las critican o presionan, por ello la hipótesis planteada en varias investigaciones se ve reforzada al decir que la autoestima juega un papel muy importante a la hora de darle a los chicos un escudo de protección contra las ofertas de drogas.

*-Si me considero alguien con buena autoestima, he aprendido a admirarme a mí mismo, aprender de mis errores.*

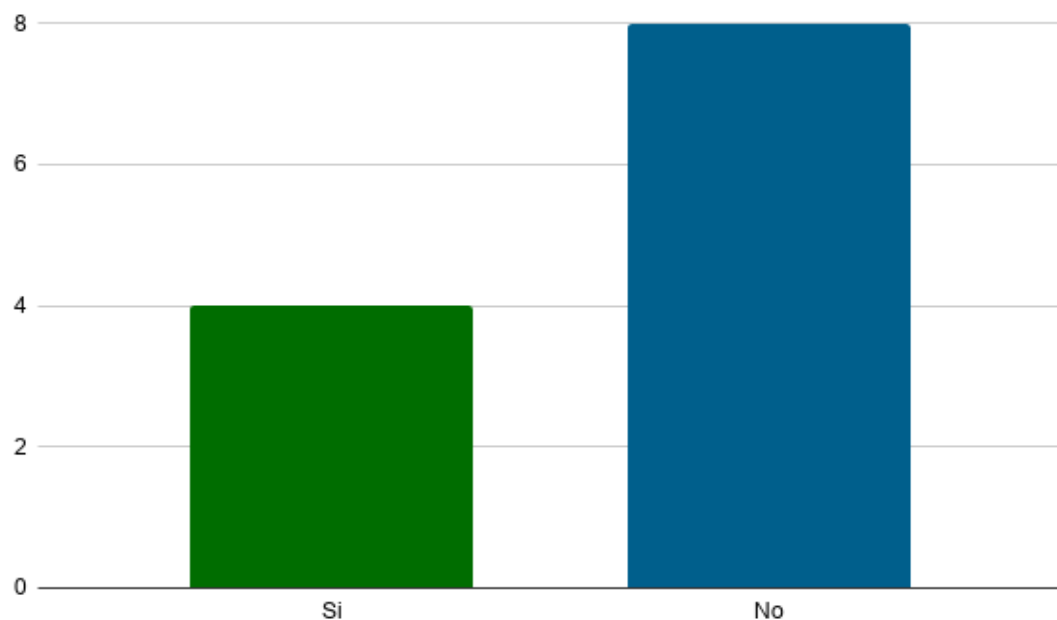
*-Tengo una autoestima buena, tengo mis bajones también, nunca me ha gustado dejarme llevar por estereotipos, mis hermanos se portan muy bien conmigo, nunca me han faltado al respeto, ellos me han dado mucha seguridad, mi papá también, mi mamá también pero más a su manera, a la antigua que a veces me hace sentir mal.*

*-Me considero una persona con poca autoestima, tengo muchas inseguridades, con mi cuerpo, el hablar en público, casi no convivo mucho con la gente, hace como tres años tenía unos bajones muy feos y más que nada porque era mi pareja criticaba mi físico y como me importaba su opinión, empecé a tomar pastillas, suplementos alimenticios.*

### Pregunta 8

**¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**

**Análisis:** Para este estudio también se le preguntó a los participantes si consideraban la carga escolar en el CBTA 233 muy pesada o no y de acuerdo a los resultados 8 de los 12 (66.7%) entrevistados no piensan que la presión escolar sea muy pesada, pero 4 afirmaron que la presión en el plantel si les parece demasiada, lo que equivale a un 33.3%, esta pregunta se formuló para saber si el estrés es un factor asociado a la conducta adictiva en los jóvenes, ya que en la adolescencia se presentan altos índices de estrés por algunos retos a los que se tienen que enfrentar como la presión escolar, encontrar su identidad, aceptar su imagen física con todo y cambios, la aceptación por parte de un grupo, entre otros. A continuación la gráfica plasma los resultados.



**Gráfico 4.11** Forma en la que los sujetos de estudio califican su la presión escolar en el CBTA 233.

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020) . Elaborado por: Autor

En la gráfica 4.11 se puede observar que el estrés causado por la presión escolar depende mucho de las ventajas y condiciones de aprendizaje que tenga cada uno de los estudiantes, en general la mayoría que formaron parte de la muestra estudiada manifestaron no sentir mucha presión en la realización de sus tareas y actividades, para ellos la presión escolar en vez de representar un problema es un gran incentivo para desarrollar más expectativas sobre su rendimiento y mejores habilidades.

*-No he tenido ningún problema con la escuela, la presión es baja, se me han cargado un poco los trabajos, pero sé que en este nivel es buena porque me están preparando para lo que verdaderamente será una presión escolar en la universidad.*

*-No, a mí me gusta mucho la escuela, nunca lo he sentido como un problema, disfruto mucho ir a la escuela, estrés a veces porque me gana la flojera y dejo todo al final.*

Por otra parte, están los alumnos que consideran que la presión escolar les ocasiona preocupaciones y ansiedad. Las enfermedades se originan cuando la persona se encuentra desequilibrada, los jóvenes buscan evadir sus responsabilidades como próximos adultos y ven en las drogas una gran forma de escapar.

*-Hay veces que sí, a veces nos dejan muchos trabajos y esos trabajos los tenemos que tener hechos en un cierto tiempo y si no los tenemos pues nos va mal porque nos ponen retardos, pero hay veces que tu como estudiante te estresas demasiado, yo he tenido problemas por eso, he tenido una enfermedad por eso, no es en sí una enfermedad, pero es estrés y eso hace que me sienta mal.*

Comúnmente los alumnos que tienen problemas por la presión ejercida sobre ellos son los que aparte de asistir a la escuela tienen que hacerse responsables de un trabajo que demanda gran parte de su tiempo y esfuerzos, en estos caso en específico sería buena idea apoyar a estos alumnos dándoles otro tipo de facilidades para que de acuerdo a sus condiciones puedan sobrellevar las cosas ya

que muchos no estaría en las condiciones económicas para renunciar a su trabajo para alcanzar un mejor calificación.

*-La presión de la escuela no es demasiada, pero en mi caso en específico yo si siento que es mucha presión ya que yo trabajo y me paso ocupado, tengo que llegar a hacer tareas, a veces se me complica demasiado, pero yo sé que la presión es muy poca, ya que a pesar de todo me da tiempo de hacer las actividades, eso es muy bueno porque si no nos pusieran tiempo nosotros como estudiantes solemos ser muy irresponsables, nos vale y no lo hacemos.*

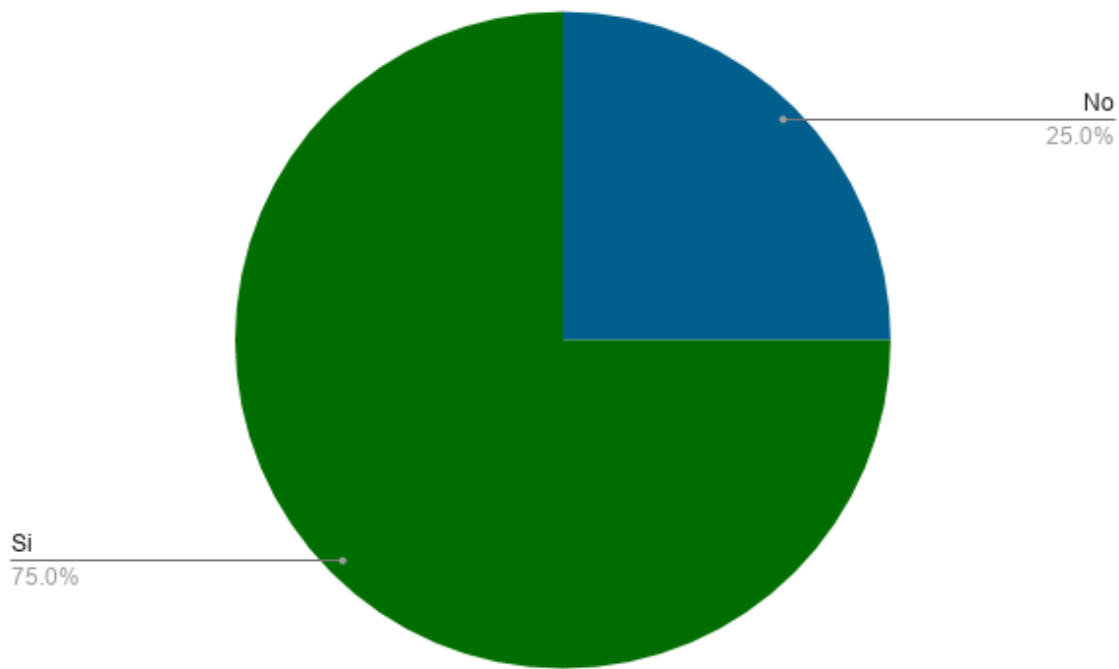
*-No, bueno yo soy músico y a veces descuido la escuela porque eso me absorbe, pero de ahí en fuera no te exigen mucho.*

A pesar de lo anterior no podemos asegurar que la presión escolar sea para todos los jóvenes un factor directamente relacionado con el consumo de drogas, puede ser una variable importante en algunos casos, pero no en todos, estamos frente a un problema muy complejo que se desarrolla de forma muy personal en cada uno de los usuarios.

## Pregunta 9

### ¿Ha fumado cigarrillos?

**Análisis:** Cuando les preguntamos a nuestros sujetos de estudio sobre su consumo de cigarrillos, 9 de 12 confirmaron haber fumado alguna vez en su vida (75%) y los 3 restantes indicaron que nunca lo han hecho (25%). En la gráfica 4.12 se muestra que la mayoría de los entrevistados fumado cigarrillos.



**Gráfico 4.12 Consumo tabaco por parte de los sujetos de estudio.**

**Fuente:** Trabajo de campo- entrevista. **Elaborado por:** Autor

El tabaco fue señalado como la segunda droga de elección, 9 de los 12 entrevistados afirmaron haber fumado en alguna ocasión cuando sintieron ganas de experimentar y debido a la percepción que tenían de ello como un hábito coloquial permitido en la sociedad, lo hicieron creyendo que no puede ser algo tan malo cuando casi todo el mundo lo hace.

Las fiestas son comúnmente el lugar donde las adicciones se promueven, la mayoría de los que han experimentado con el tabaco lo hicieron en alguna convivencia con sus amigos ya que el hecho de fumar y tomar en fiestas se ha vuelto una parte imprescindible en nuestra cultura.

*-Sí, lo hice porque yo lo veía como algo coloquial que la gente lo hacía y no pasaba nada, primero empecé a consumirlo por una moda, tenía 14 años, iba en la secundaria, en mi escuela se empezó a poner de moda entre mis amigos el fumar un cigarro, así es como fue que empecé a experimentar, quería ver que se sentía, y ya lo comprobé por mí mismo.*

*-A los 16, en la misma fiesta donde experimenté tomar por primera vez también fumé, era el cumpleaños de un amigo, más que nada lo hice por curiosidad para experimentar.*

*-Sí, tenía 16 años, estaba con amigos más grandes, que conocí por el lugar donde vivía (una comunidad) ahora vivo en un fraccionamiento llamado "Metrópoli" y fue en una fiesta.*

Otras de las razones por las que comenzaron su consumo fue porque sus amigos los hacían y ellos no querían quedarse fuera de lugar, más que por gusto real representa para ellos una prueba de amistad.

*-Lo hago cuando estoy con amigos que lo hacen, de repente se me antoja un cigarrillo, pero no es algo que esté en mis gustos.*

La mayoría comenzó su consumo después del alcohol a la edad de 14 años, sin embargo, hay casos de quienes comenzaron a una edad más temprana (12 años), recordemos que a medida que el problema de adicciones va en aumento los jóvenes comienzan su consumo a edades cada vez más prematuras.

*-Igual que el alcohol mi consumo comenzó alrededor de los doce, era un entorno de desmadre, una etapa donde uno llega con mucha rebeldía por muchas cosas que tiene uno en la mente, más que nada por experimentar, pero si a los doce años.*

Después del primer acercamiento que tuvieron con el tabaco 7 de los 12 entrevistados siguieron con su consumo y a medida que lo iban tolerando fueron en aumento hasta tal punto que su consumo ahora es por la necesidad de calmar su ansiedad o relajarse.

*-Fumar cigarros no me genera ningún sentimiento simplemente placer por estarlo haciendo, posteriormente comencé a consumirlo porque lo necesito, no fumo diario pero si constantemente.*

2 de los 9 participantes que fumaron después de probarlo por primera vez describieron haber tenido una sensación de desagrado hacia el olor y sabor y nunca más lo han vuelto hacer.

*-Pues si lo llegué a probar, por curiosidad más que nada, fue con mis amigas de la secundaria, pero no me gustó, esa fue la única vez que lo consumí.*

*-Sí, pero no como un hábito, por curiosidad, no me agrada la idea de fumar, porque no me deja algo bueno.*

No todos los entrevistados han fumado, 25% de ellos (3) nunca lo han hecho porque no les llama la atención, porque el olor les desagrade o porque lo consideran un hábito sumamente dañino.

*-Nunca he fumado cigarros porque no me llama la atención.*

*-Nunca lo he hecho y la verdad es que no me gustaría ni intentarlo, de hecho, hasta el olor del cigarro me da asco.*

1 de los 3 entrevistados que nunca han fumado confesó que si le llama la atención hacerlo.

*-No nunca he fumado, me llama la atención pero no.*

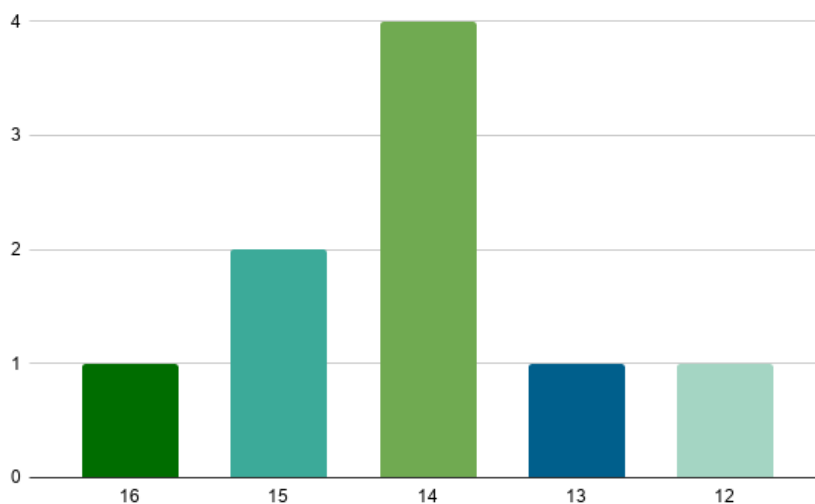
Es interesante que remarcar que el consumo de estupefacientes es más frecuente en los hombres, las mujeres por cuestiones culturales son mal vistas si hacen esto,



se espera que ellas sean responsables y no cometan este tipo de “errores” por el que dirán, cuando las mujeres que participaron en este estudio me contaban sobre su experiencia en el consumo de drogas pudimos percibir como el tono de su voz era menor, contaba sus experiencias de adicciones como si fuera un secreto o algo que pudiera ponerla en vergüenza frente a la sociedad.

*–Los que más fuman son mis amigos hombres.*

De los 9 sujetos que indicaron haber comenzado ya el consumo de tabaco el 44.4% que corresponde a 4 participantes comenzaron a fumar a la edad de 14 años, 2 más afirmaron que a los 15 años fue cuando fueron por primera vez (22.2%), el más joven de los que confirmaron haber fumado dijo haberlo hecho a los 12 años (11.1%), seguido de él un participante indicó haberlo hecho a los 13 años (11.1%) y finalmente la edad más elevada (16 años) solo estuvo representada un solo participante (11.1%).



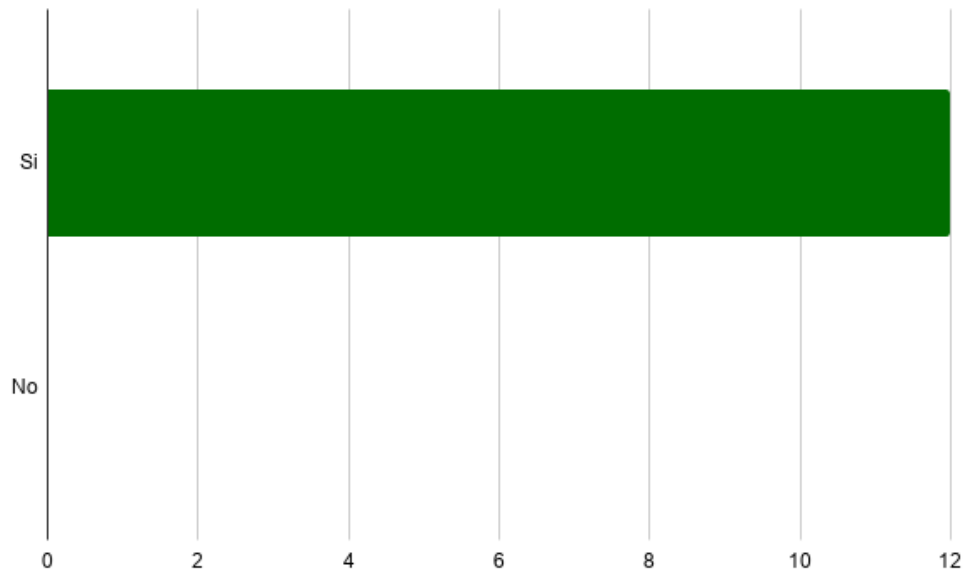
**Gráfico 4.13** *Edad de inicio del consumo de tabaco por parte de los entrevistados.*

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

## Pregunta 10

### ¿Ha tomado una bebida alcohólica?

**Análisis:** La gráfica muestra que todos los participantes del estudio han consumido alcohol en algún momento de su vida.



**Gráfico 4.14 Consumo de alcohol por parte de los sujetos del estudio.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

El 100 % de los entrevistados dijo haber consumido por lo menos alguna vez en su vida alguna bebida alcohólica, la mayoría comenzó su consumo entre los 15 y 16 años, pero nuestros algunos sujetos del estudio confesaron tener su primer acercamiento con las drogas a la edad de 12 años, estas edades coinciden con la etapa de la adolescencia por ello que los adolescentes sean uno de los grupos más vulnerables antes el consumo de drogas.

Nuestra cultura es muy permisiva respecto al consumo del alcohol, normalizado como una forma de ocio y hasta cierto punto aceptada más entre varones que en mujeres y no solo esto, sino que inclusive el consumo de alcohol muchas veces es algo que se enseña.

*-Mi primer contacto con el alcohol fue a los 12, cuando tenía 14 años fue cuando mi consumo comenzó a ser más frecuente. Lo hice por algo social, cerca de donde vivo hay una tienda, aquí se ponen a beber y digo ¿Por qué no voy a beber?.*

*-El alcohol lo probé aproximadamente a los 12 años, fue con amigos y fue en unos quince años y pues los efectos fueron grandes porque no supe cómo controlarlo, al día siguiente la cruda y pues me sentí mal completamente.*

*-La primera vez que yo tomé una bebida alcohólica fue a los trece años y fue con mis primos y mi hermana estábamos jugando jenga con shots yo perdí y pues fue la primera vez que tomé y no lo he vuelto a hacer porque no me gusta tampoco y no tengo ningún problema con eso.*

*-Lo hice cuando tenía 13 años estaba con unos primos en una fiesta y pues ya vez que una cosa te lleva a la otra y terminas emborrachado, la verdad es que me dio curiosidad saber que se sentía.*

Una palabra que se repitió en varias respuestas de los participantes fue: curiosidad, un instinto básico que forma parte inherente del ser humano, que nos impulsa muchas veces a llevar a cabo acciones solo por descubrir qué experiencia nos provoca.

*-Sí, la primera vez fue por curiosidad, por saber que te hacía o que efectos tenía, que te hace sentir. Tenía 14 años.*

Entre los factores que elevan el riesgo de consumo de drogas es la accesibilidad, en la mayoría de las experiencias que nos compartieron sobre la primera vez que ingirieron una bebida alcohólica, jóvenes se encontraban en una fiesta de 15 años, ocasión preferida por los adolescentes para experimentar con alguna droga, ya que

comienzan a reclamar su independencia y a realizar ciertas acciones que consideran los hacen más independientes y esto sumado a otro factor de riesgo que es la permisibilidad y tolerancia dentro de la familia puede dar lugar al comienzo de una dependencia.

*-Si he tomado y fue como a los 15 años cuando empecé, pero nunca en exceso, siempre me he medido, siempre ha sido porque yo he querido y pues estuve en presencia de mis padres y amigos, no me considero una persona adicta.*

*-La primera vez que consumí alcohol fue en mi fiesta de 15 años con mis amigos y mis amigas, en el relajo empezaron a dar y la verdad si me gustó, sé que no es sano para nuestro cuerpo, pero pienso que lo sé controlar, si tomo no muy seguido, pero nunca en exceso siempre he puesto límites.*

*-A los 16, en la misma fiesta donde experimenté fumar por primera vez, la fiesta que te platico era cumpleaños de un amigo, más que nada lo hice por curiosidad para experimentar.*

*-La primera vez que consumí algún tipo de bebidas alcohólicas tenía 16 años y fue en el cumpleaños de una amiga, estaba con todas mis amigas de la escuela.*

Una vez que el usuario de las bebidas alcohólicas comienza el consumo es cuestión de tiempo para que desarrolle más tolerancia y se convierte en un gusto del cual muchos inclusive presumen parte de su rutina.

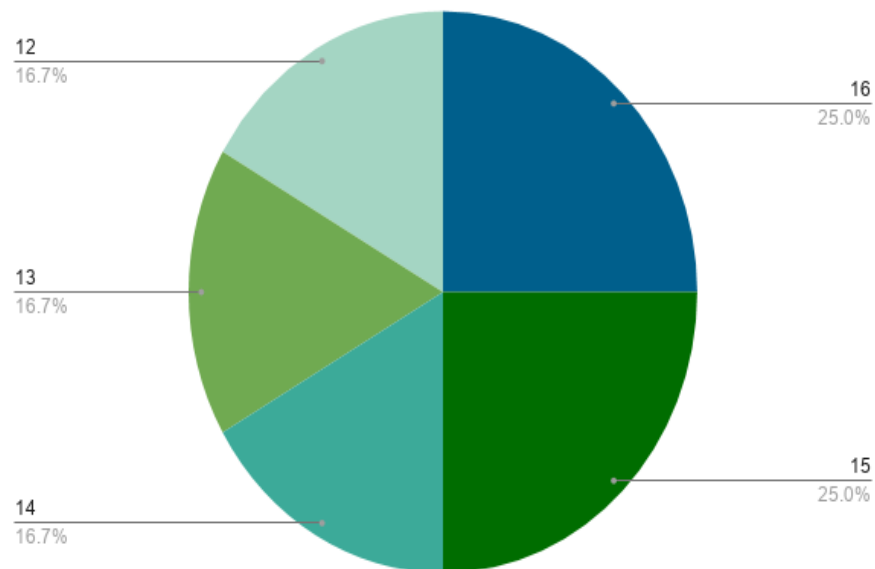
Algunos de los participantes expresaron que las drogas las pueden dejar cuando ellos quieran y que mientras sea para convivir o hacerlos sentir bien no hay ningún problema, que su yo futuro se preocupe de eso en su momento y no ahora cuando son jóvenes y se creen invencibles.

*-Muchas veces nosotros como jóvenes pensamos que no va a pasar nada, que podemos probarlo y cuando empecemos a madurar será el momento de dejar los vicios, por lo menos hablando por mí creo que ahora es una etapa donde tenemos que disfrutar.*

–Mi consumo de bebidas alcohólicas si es muy rutinario, tengo hasta mi horario, de lunes a martes son cervezas de media, de miércoles a viernes empiezo una caguama, dos caguamas y de sábado a domingo botellas, en mi vida el alcohol si es constante.

### Edad inicio alcohol

También se les pidió a los participantes indicar qué edad tenían cuando comenzaron su consumo de alcohol, la edad más pequeña fue a los 12 años, 2 de los 12 entrevistados dijo haberlo hecho a esa edad (16.7%) y si nos vamos de forma ascendente 2 más dijeron probar el cigarro a los 13 años (16.7%), un año después a los 14 años fueron dos participantes dijeron haberlo hecho (16.7%), a los 15 y 16 años lo hicieron 6 participantes del estudio lo que representa un 25% para cada edad.



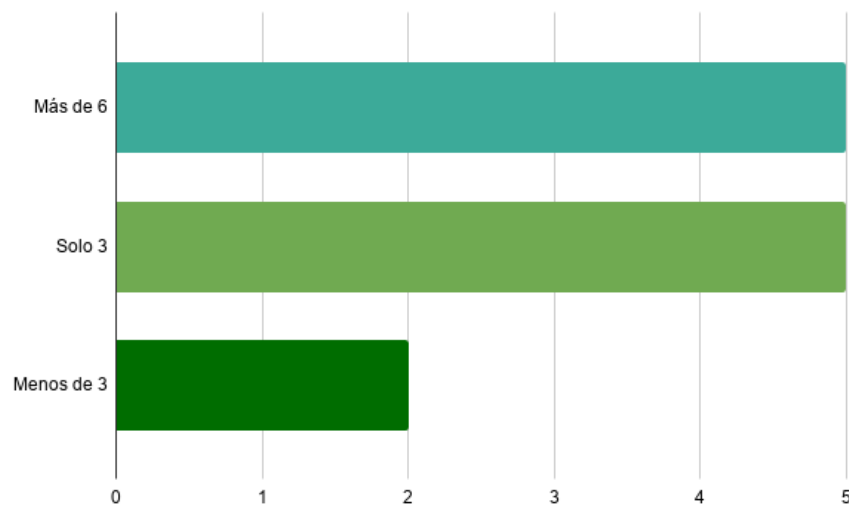
**Gráfico 4.15 Edad inicio consumo de alcohol por parte de los sujetos del estudio.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

## Pregunta 11

### ¿Ha oído nombrar alguna de las siguientes drogas?

**Análisis:** En esta pregunta 5 participantes dijeron conocer más de 6 drogas distintas (41.7%), mientras que 5 del total de entrevistados confesó solo conocer o haber escuchado a lo mucho tres drogas (41.7%) y los dos restantes indicaron tener conocimiento de menos de 3 drogas.



**Gráfico 4.16** Conocimiento de los sujetos de estudio sobre diferentes tipos de drogas.

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor

La mayoría de los estudiantes muestran falta de conocimiento sobre las drogas que hay y en caso de haber escuchado de ellas ha sido por alguien más (amigos o conocidos) y no por sus propias fuentes o fuentes confiables.

Siguiendo con la entrevista se les preguntó a nuestros entrevistados por el número de drogas que conocen o han escuchado alguna vez, en respuesta a esto 5 dijeron conocer más de 6 drogas distintas (41.7%), mientras que 5 del total de participantes confesó solo conocer o haber escuchado a lo mucho tres drogas (41.7%) y los dos restantes indicaron tener conocimiento de menos de 3 drogas.

*–Si he escuchado hablar de todas esas drogas, pero nunca he consumido ninguna y no tengo ningún interés en hacerlo gracias a Dios.*

*-Solamente he escuchado de la marihuana, la anfetamina y de los tranquilizantes*

*-Sí he oído hablar de la marihuana, la metanfetamina, la heroína.*

*-Si he escuchado de los tranquilizantes, LSD, marihuana y ya no estoy muy familiarizada con las demás.*

*-Solo conozco la marihuana y la cocaína*

*-Si conozco varias casi he escuchado alguna vez cada una de ellas.*

*-Solo he escuchado de la marihuana y la cocaína.*

A pesar de no contar con información sobre las drogas los jóvenes han tenido contacto directo con ellas. Una vez más la curiosidad lleva a los jóvenes a consumir drogas sin siquiera saber lo que pueden provocar ellas en cada uno de ellos.

*–Si la conozco, pero he tenido muy poco contacto con ella, tenía 16 años cuando lo hice por primera vez, pero no me gustó, no le encontré ningún beneficio, algunos dicen que les da para arriba, otros que les da para abajo, me puse estúpido, por eso no me gusto.*

También tenemos casos donde los jóvenes aseguran haber buscado información sobre las drogas y haber leído de los efectos peligrosos que su consumo conlleva.

*–Tengo alguna información sobre eso, son drogas muy peligrosas a lo que he leído, pueden causar muchos problemas.*

La mayoría parece estar de acuerdo con que el consumo de drogas no aporta ningún beneficio.

Los que tienen conocimiento sobre las drogas ilegales son aquellos que han estado directamente o indirectamente involucrados con estas. Cabe señalar que los que hablaron sobre su consumo de drogas admitieron sentirse avergonzados y no orgullosos por este tipo de decisiones

*-Las conozco por mi hermano porque mi hermano es adicto, él consume cocaína, cristal, perico y pastillas de clonazepam.*

*-Si he probado la marihuana, el resistol, el aerosol, la piedra, metanfetamina o cristal, la cocaína, el peyote, la salvia, los hongos, el rape, el LMA que es el éxtasis, el LSD y otros que no me acuerdo, pero no me siento orgulloso, es un poco vergonzoso.*

*-Las conozco muy bien por mis amigos, he visto como lo ingieren, pero a mí me da miedo que pueda pasarme a mí.*

*-Todas las conozco, las he visto, sé cómo son, pero yo no los consumo.*

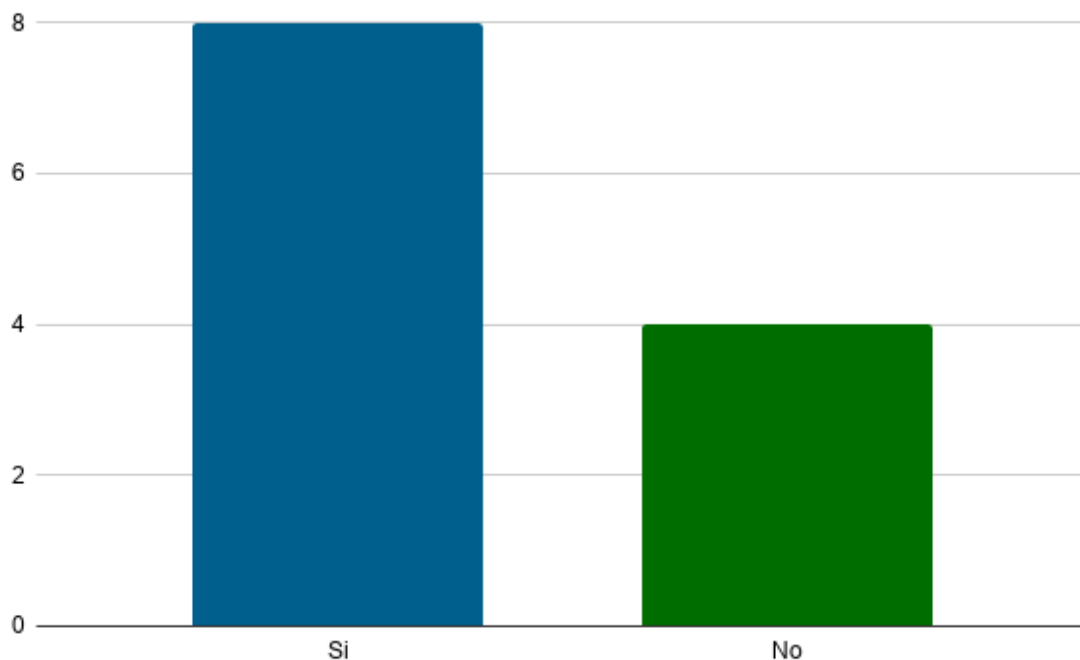


## Pregunta 12

**¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas? ¿Qué edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

**Análisis:** Los entrevistados que afirmaron haber consumido otra droga aparte del alcohol y el cigarro fueron 8 (66.7%), mientras que 4 dijeron que hasta el momento no han consumido una droga más fuerte que el alcohol o el tabaco.

En lo que respecta a las drogas de uso ilícito 8 participantes (66.7%) aceptaron haber experimentado con alguna droga de este tipo alguna vez. La mayoría comenzó el consumo de otras drogas después del alcohol y el tabaco. A continuación la gráfica 4.13 presenta la mayoría de los jóvenes del estudio han estado en contacto con drogas ilegales.



**Gráfico 4.17 Conocimiento y contacto de los sujetos del estudio con drogas ilegales.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor

El consumo de drogas sigue siendo un tema incómodo para muchos en la entrevista cuando les preguntamos sobre las drogas que han consumido aparte del alcohol y el tabaco que están legalizados se mostraron cohibidos, su voz bajó de intensidad y esto especialmente al mencionar el nombre de las drogas como si se sintiera apenados, las respuestas de la mayoría fueron cortas sin dar muchos detalles, solo lo hacían si se les solicitaba.

La droga ilegal de iniciación y preferida por el mayor porcentaje es la marihuana.

*–Muchos dicen que no es malo consumir marihuana porque es algo natural, la marihuana es natural, sin embargo, a mí no me gustó y por eso no lo he vuelto a hacer.*

*– Yo comencé con las drogas a los 12 de edad cuando iba en secundaria, iba en primer año y un amigo llegó y nos dijo - Esta es marihuana - ¿Quieren probarla? - y ahí fue cuando la probé y pues desde ese momento empecé a consumirla con mucha frecuencia, llevo seis años que la consumo la marihuana entre otras sustancias.*

La cocaína aparece como segunda droga ilegal utilizada alguna vez en la vida de estos jóvenes.

*-Sí, con la cocaína, tenía 17 años, igual en una fiesta y después lo volví a hacer, fue algo muy raro, lo hice por experimentar pero yo sentí algo muy distinto a lo que había escuchado que eran los efectos de esta droga, me habían dicho que era una sustancia que alteraba todos tus sentidos pero, a mí me dio sueño aunque sí hubo un momento en el cual cumplió las expectativas, sentí las alteraciones que me habían dicho, lo hice para experimentar lo que me habían contado, fue fácil conseguirla.*

Los estereotipos machistas asociados al consumo de drogas se encuentran presentes en las propias respuestas de las participantes mujeres, al contarnos de su experiencia con el consumo de alcohol, tabaco y marihuana lo decían como si

nos estuvieran contando un secreto que acabaría con su reputación y provocaría que la sociedad las tachara.

*-Yo no fumo marihuana enfrente de muchas personas, eso lo hago sola, o si yo quiero conseguir lo hago con un amigo a quien le tenga confianza, no lo hago públicamente por que no me gusta exhibirme.*

*-Solo he consumido alcohol, tabaco y marihuana fue a los 16, la marihuana la consigues con contactos, tengo una amiga que la consume, yo le pido a ella que me consiga un poco pero no es tan fácil de que te la vendan a menos que ya te conozcan, para conseguir marihuana ya tienes que saber quién la vende.*

*-Los hombres son los que más consumen cualquier tipo de drogas, mis amigas son un grupo pequeño como cinco o seis amigas. Yo lo hago para relajarme del estrés o después de días muy pesados.*

También el hecho de que los jóvenes no se animen a seguir experimentando con drogas muchas veces es por alguna experiencia (aunque no le haya ocurrido directamente) pero sí que les haya transmitido un impacto negativo, otras de las razones para no consumir drogas ilegales es por miedo o por respetar sus convicciones.

*-No lo he hecho, pero si he sido testigo, pues me impactó ver que está haciendo eso fue muy fuerte ya que ella estaba embarazada y pues estábamos en una fiesta.*

*-No yo jamás he probado drogas y si, si tengo varios amigos que las consumen, pues la verdad siento muy feo por ellos porque a pesar de que yo los quiero ayudar para que salgan de eso no quieren y pues si ellos no quieren yo no puedo hacer nada.*

*-Yo jamás me he drogado, no he hecho algo de esa altura pero sí sé que todos traen marihuana, compañeros de mi salón llevan cocaína o perico, en mi salón antes había un muchacho que se drogaba mucho, pero casi todos los días llegaba rojo, no entraba a las primeras horas y bien ido, algunos de sus amigos según se*

*burlaban de él, un día nos contó que se le fue la onda, que se metió al baño de las mujeres y nos supo cómo quedó encerrado, su mamá fue hablar a la dirección para que lo ayudarán pero el muchacho ya no quería, al último se salió.*

*-No, la realidad es que no, tengo un amigo que consume drogas, pero a mí no me gustaría experimentarlo*

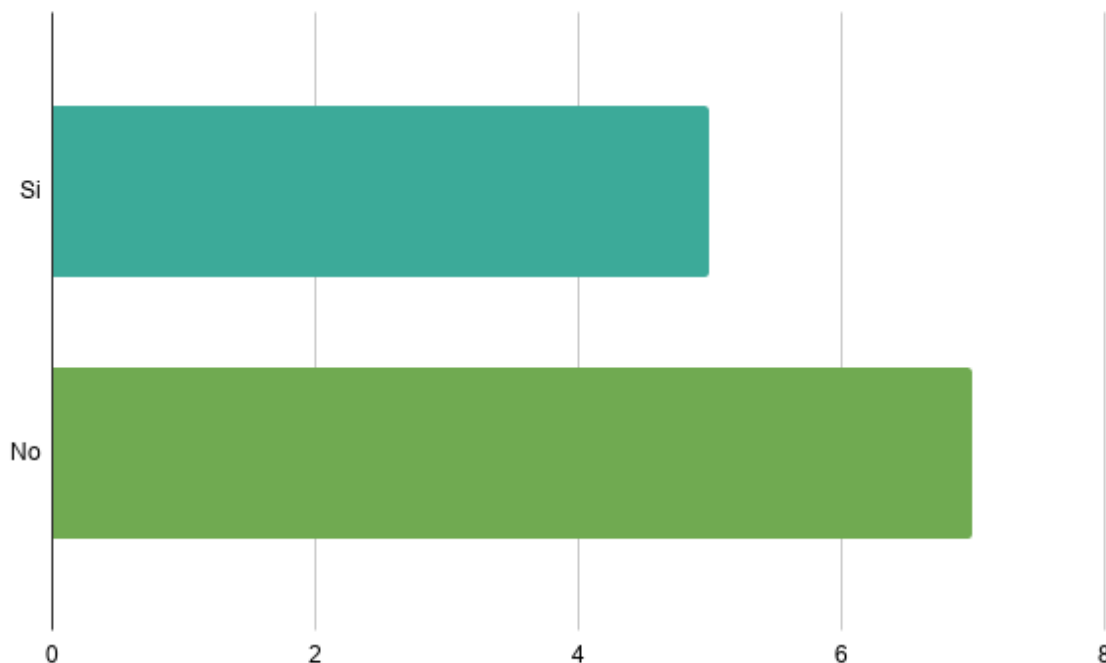
*-Nunca he consumido ningún tipo de droga ni quiero hacerlo.*

*-Nunca he consumido ningún tipo de drogas, aunque sí me han ofrecido, pero no fue de mi agrado.*

### Pregunta 13

#### ¿Ha perdido amigos por su uso de drogas?

**Análisis:** Para saber un poco más sobre el entorno y las amistades de los involucrados en el estudio se les cuestionó acerca de la pérdida de amigos por el uso/desuso de drogas, 7 de los 12 entrevistados (58.3%) negaron que sus amigos les dejaran de hablar por consumir o no aceptar consumir algún tipo de droga que les invitaran, mientras que 5 (41.7%) de los participantes confirmaron haber perdido en alguna ocasión amigos por el hecho de no querer consumir determinada droga que les ofrecían.



**Gráfico 4.18 Nivel de pérdida amigos al consumir drogas.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

Los jóvenes que consumen drogas a veces lo hacen por la necesidad de pertenecer a un grupo social, no obstante, los chicos afirman que sus amigos nunca los obligarían a hacer algo sin su consentimiento, ellos mencionan que los verdaderos amigos respetan tus decisiones y los protegen.

*-No, mis amigos respetan, cuando me puse mal con la marihuana un verdadero amigo me cuidó, intento bajármela y me dijo que jamás de los jamases volviera a consumir esa chingadera, a ese sí lo consideraré un verdadero amigo.*

*-No he perdido amigos por no querer consumir alguna droga ni alcohol, mi grupo de amigos es bastante comprensivo, tengo inclusive dos compañeros de la escuela que se salieron de estudiar por ese tipo de cosas.*

*-No, los verdaderos amigos te respetan y te hacen ver cuando te estás haciendo daño.*

*-Cuando me ofrecen yo les digo a mis amigos que no cuando no quiero y ellos lo entienden, saben que no es no.*

Saber decir no es una forma de protección si tus amigos consumen drogas, tener el valor para negarse requiere una gran determinación ya que pones por sobre todas las cosas los riesgos que este tipo de hábitos dejan a largo y corto plazo.

*-Si me han invitado drogas, me han dicho: Deberías probar esto, pero si no quieres no. Pero no lo hago porque hay un dicho que dice: la curiosidad mató al gato. De acuerdo a eso solo he probado alcohol y tabaco a pesar de que he tenido muchas oportunidades para consumir otro tipo de drogas, pero no he querido.*

*-Si tengo amigos que consumen drogas y me han invitado, pero me he negado a hacerlo porque sé los riesgos que tienen y no he tenido ningún problema por decir que no o negarme a algo que no me gusta.*

*-Sí, me han dicho: es que tú no jalas, pero importa más lo tuyo, tu salud.*

*-Si tengo amigos que consumen drogas y me han invitado, pero me he negado a hacerlo porque sé los riesgos que tienen y no he tenido ningún problema por decir que no o negarme a algo que no me gusta.*

Caso contrario fueron los 5 participantes que contaron alguna experiencia donde el no consumir drogas les hizo perder amistades, uno de los participantes nos contó que puede que tu grupo de amigos no te presione, pero de cierta forma ejercen presión con tal de orillarte a hacerlo y uno cede solo por encajar.

*-Sí bastantes, porque dicen que soy muy mamona y que no quiero entrar en ambiente, pero yo mejor me alejo.*

*-Sí, sí he perdido porque ellos me querían obligar y pues mejor me aleje de ellos.*

*-Quizás no amigos, pero si conocidos, personas que por amigos conocí que decían: ¡Sobres! ¡Sobres! ¡Date! ¡Ponte! Y pues ahí llega un momento en el que te asqueas, te sientes mal, llega la cruda moral y ya no quieres nada, sin embargo, ellos siguen insistiendo porque tienen otra idea, están mal centrados y sí también tuve amigos que se alejaron de mí y yo también me alejé de amigos por lo mismo porque yo también llegué a un punto en el que me perdí, me convertí en otra persona, todo lo hacía para mal, afecta a muchos de mis amigos y eso me motivó a alejarme.*

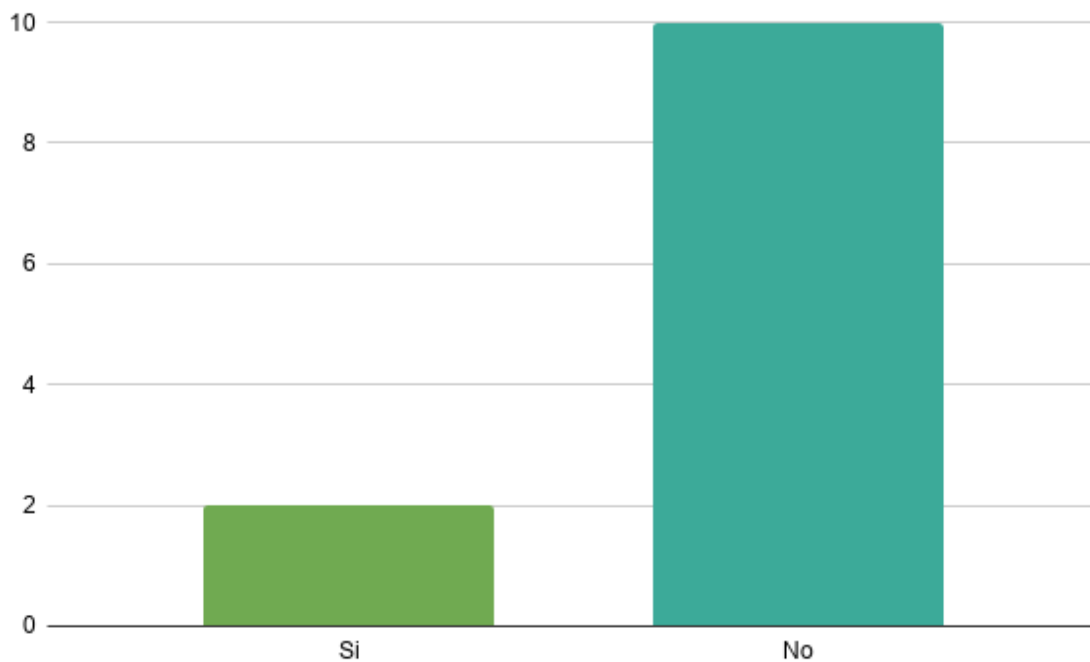
En la adolescencia, aumenta la importancia de formar parte de un grupo, por ello el joven intenta adoptar conductas propias del grupo con el objetivo de ser aceptado y pertenecer, la influencia del grupo en la conducta individual puede resultar ser positiva o negativa.

Hay investigaciones que demuestran que la influencia del grupo de amigos en la iniciación y continuación de consumo de drogas es una pieza fundamental a considerar en el desarrollo de campañas que inviten a los jóvenes a promover otros estilos de vida más saludables que promuevan su bienestar.

### Pregunta 14

**¿Piensas que el uso de drogas tiene como consecuencia descuidar a la familia o escuela?**

**Análisis:** 10 de los 12 entrevistados (83.3%) piensan que nunca han descuidado a su familia ya sea porque no consumen drogas o porque creen que pueden hacerlo sin afectar a terceros como si se tratará de un tema independiente cuando está comprobado que cuando alguien está inmerso en una adicción también lo está su familia y sus núcleos más cercanos como los amigos y la escuela.



**Gráfico 4.19 Consecuencias negativas por el consumo de drogas por parte de los sujetos de estudio.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

Los participantes que nunca han tenido problemas de adicción se han librado de las consecuencias que esto tiene en las relaciones interpersonales, sin embargo, reconocen las repercusiones negativas que trae consigo una adicción:



*-No, pero considero que el consumo de drogas afecta tu vida, ya que dejas de ir a trabajar, quieres estar solo, ignoras a tu familia, no quieres que nadie te moleste, no quieres que nadie te diga nada.*

*-No, pero yo digo que sí afectan, afecta tanto físicamente como mentalmente y supongo que a partir de esos daños es donde vienen los problemas familiares, en la escuela y el trabajo.*

*-No, porque no lo tomo como hábito, yo creo que cualquier adicción es mala, te aísla de tu familia, de tus amigos, porque la droga te hace creer que eres independiente.*

*-No, nunca he tenido problemas y pues mi idea sobre las drogas es que afectan demasiado a la familia, en la economía del que la consume, puede ser que en la escuela baje su rendimiento escolar, son malas porque al fin de cuenta te irán acabando poco a poco.*

Pero también hay algunos que tienen cierto consumo y que a pesar de ello no consideran que eso afecte de alguna manera a los que lo rodean.

*-No, porque considero que son cosas muy privadas, por ejemplo, yo no fumo marihuana enfrente de muchas personas, eso lo hago sola, o si yo quiero conseguir lo hago con un amigo a quien le tenga confianza, no lo hago públicamente porque no me gusta exhibirme.*

Mientras que 2 participantes (16.7%) reconocieron estar conscientes de haber descuidado a su familia o a la escuela en algún momento por el uso de drogas y lo expresaron con palabras que muestran haber reflexionado sobre ello hasta catalogarlo como una acción negativa que no solo los perjudica a ellos:

*-Si me ha pasado, por andar en el desmadre he descuidado la escuela y tuve malas notas, mis papás me lo echaron en cara, y reflexioné que eso que estaba haciendo estaba mal.*

De hecho, la ausencia repentina en la escuela, bajas calificaciones, así como la deserción escolar resultan ser buenos indicadores de que un joven tiene problemas, y uno de los más frecuentes es el consumo de drogas, pero también los embarazos no planeados y la situación económica de los padres.

*-Yo creo que es depende de la persona que lo utilice, la mente que tenga y el consumo que tenga, es obvio que cualquier droga en exceso es mala y aún sin excederse sino también depende de tu organismo, en la escuela si te afecta por la falta de concentración, ya no te preocupa saltarte las clases o de plano ya no ir, yo me perdí, me hice completamente adicto, ya no iba a la escuela, al principio no entregaba trabajos , ya no me concentraba y ya después deje de ir a la escuela , tuve problemas con mi familia, estuve encerrado (anexado) dos veces, con los amigos también traigo problemas porque ya no estás en tus cinco sentidos, ya no sabes lo que haces , lo que dices, te pierdes completamente, las drogas te convierten en otra persona y te traen muchos problemas.*

Las drogas no solo dañan a las personas que consumen cierta sustancia nociva, el abuso de ellas afecta en primera instancia las relaciones familiares, pero también las sociales, laborales o escolares dependiendo de la edad.

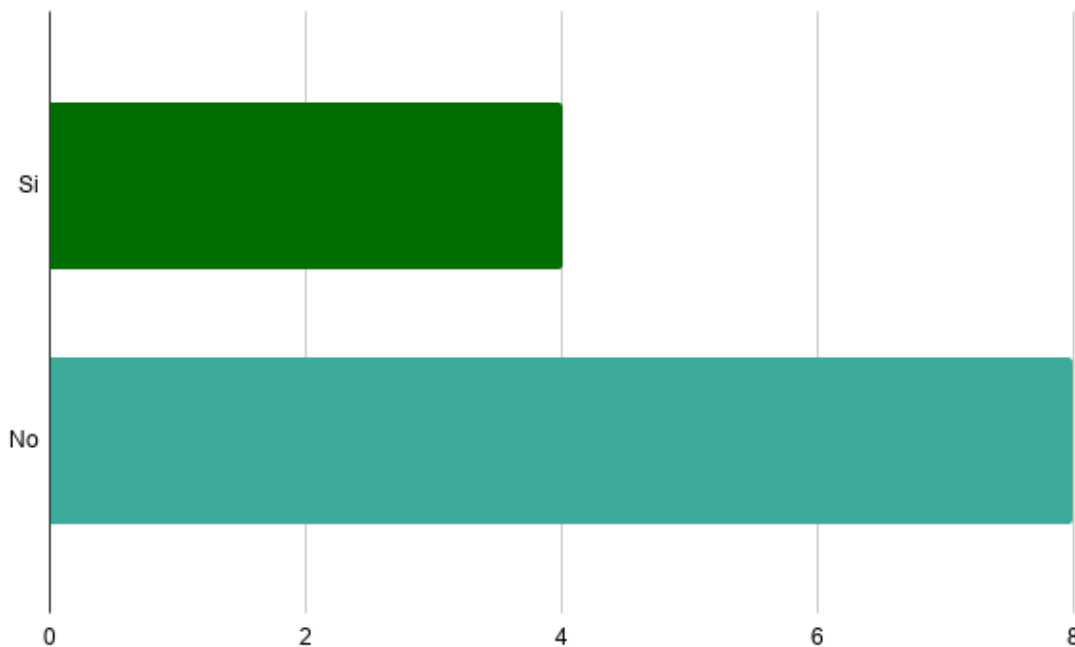
El estar en una adicción hace que la persona en cuestión como lo expresaron los entrevistados para este estudio pierdan el rumbo de su vida, los problemas los absorben y los hacen sentirse perdidos, lo único que quieren es aislarse de todos y solamente les genera preocupación la ansiedad por conseguir más droga.

Los especialistas en adicciones saben que cuando un adicto se encuentra en rehabilitación también lo está su familia, que es parte fundamental en la detección, orientación, tratamiento y rehabilitación, también la escuela funge como el segundo hogar de todos los que tienen la oportunidad de estudiar, el CBTA carece de las facultades para atender este tipo de problemáticas que exceden sus recursos sí pueden canalizar a los estudiantes y darles las facilidades para que una vez rehabilitados puedan regresar a culminar sus estudios de forma satisfactoria.

### Pregunta 15

**¿Ha tenido problemas médicos como resultado de su uso de drogas (por ejemplo: pérdida de memoria, ¿hepatitis, convulsiones, sangrados, etc.)?**

**Análisis:** En el gráfico se observa que 8 de los 12 participantes (69.2%) admitieron no tener conocimiento sobre los problemas causados por el consumo de drogas, por otro lado 4 (30.8%) afirmaron conocer algunos de los problemas médicos asociados.



**Gráfico 4.19 Presencia de problemas médicos por consumo de drogas.**

**Fuente:** Trabajo de campo- entrevista (2020). **Elaborado por:** Autor.

En las respuestas observamos como la mayoría de los estudiantes muestran falta de conocimiento sobre las drogas, es más la información que tienen sobre ellas que proviene de lo que terceros les han dicho, pero nunca de fuente confiables.

*-Conozco algunas enfermedades, pero no tengo suficiente información sobre ello.*

*-Solo conozco algunas y no he pasado por ninguna de esas enfermedades.*

*-No, no he tenido ninguno de esos problemas y la verdad es que no los conozco muy bien, solo sé que pueden dañarte mucho las drogas.*

*-No las conozco, solamente los efectos de algunas drogas.*

Uno de los sujetos de estudio se mostró indiferente ante el daño que puede ocasionar el consumo de drogas y mencionó que mientras uno sepa cómo manejarlo no tiene por qué salir nada mal ya que bajo su perspectiva las drogas también tienen su lado bueno.

*-Sé que esto trae muchas consecuencias y pues de alguna manera si te afecta, pero esto se sobrelleva, cuando sabes cómo se mueven las piezas todo te va salir muy muy bien. El consumo de drogas me ha traído buenas y malas experiencias.*

Los que tienen conocimiento sobre las enfermedades producto del consumo de drogas se muestran muy recios sobre su postura de no querer nunca tener este tipo de problemas.

*-Sí y espero jamás tenerlos.*

*-Las conozco, pero no las he experimentado yo, no me gustaría tener algo así, si me pasará eso me bajaría la autoestima.*

*-Conozco las enfermedades, pero nunca he experimentado alguna.*

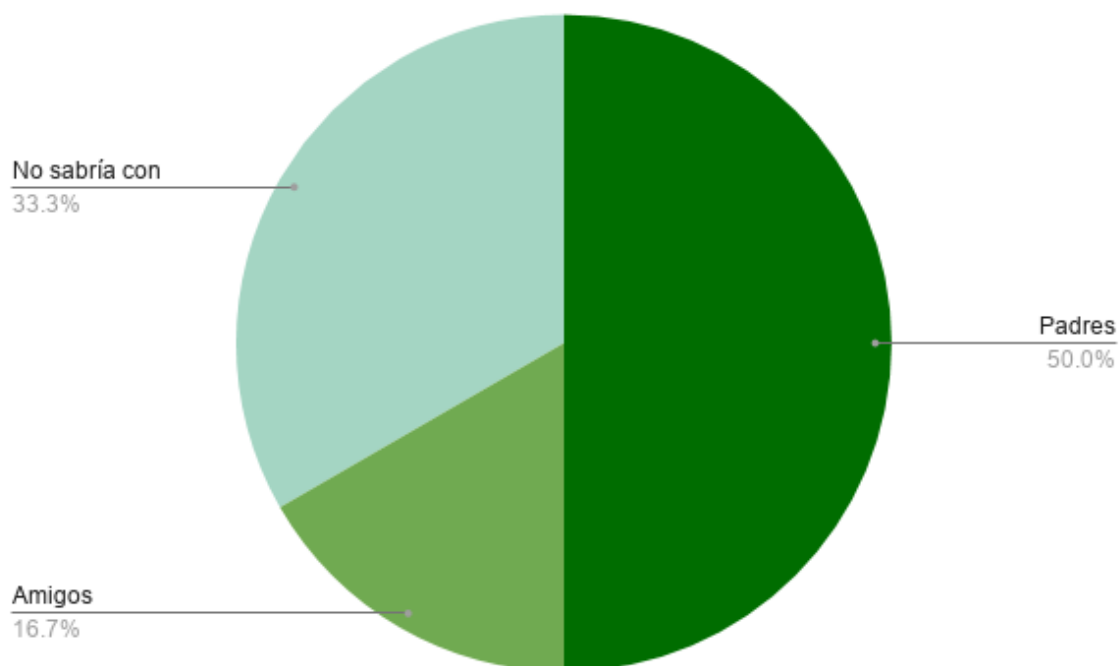
Solo quienes han vivido en carne propia problemas de esta índole tienen idea de lo que puede pasarles en cuestión de su salud.

*-Si porque he pasado por ellos, sufres muchos cambios, falta de concentración, ansiedad, depresión y confusión.*

## Pregunta 16

**¿A quién le pedirías ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas?**

**Análisis:** Cuando se les preguntó: ¿A quiénes les pedirían ayuda en caso de tener problemas con el consumo de drogas? La mayoría mencionó a sus padres como su primera opción, específicamente la mitad de los entrevistados dijo que ellos serían a los primeros en pedirles ayuda (50%), 4 de los participantes dijeron no saber a quién pedirle ayuda lo que representa el 33.3% de nuestra muestra y finalmente 2 jóvenes dijeron que en vez de acudir con sus padres se apoyarían con sus amigos (16.7%).



**Gráfica 4.20 Personas a las cuales los adictos les pedirían ayuda para rehabilitarse.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

Esta pregunta también pone en evidencia que muchas veces hay temas en casa que resultan ser incómodos o hasta cierto punto inabrazables, los padres piensan que por el hecho de no hablarlo no existe, que es un tema prohibido y que mientras de su boca no salga la palabra droga los hijos estarán muy lejos de ellas, pero la realidad es muy diferente, esta es una de las razones por las cuales los jóvenes prefieren hablar y pedir ayuda a los amigos, o aprender de su propia experiencia.

*-Pienso yo que acudiría con algún compañero, de hecho en mi salón va uno que tú conoces, él es una persona que tiene muchos consejos que darte respecto a esto, no lo estoy juzgando ni mucho menos, pero es una persona que ha estado anexado dos veces por problemas de drogadicción, ahora en su presente es una persona con muchas ganas de cambiar y de salir adelante, de verdad los consejos que me ha dado han sido muy motivadores, si yo llegara a tener algún problema acudiría a él por su experiencia.*

*-Es muy complicado porque a esta edad, siento que nosotros nos cerramos mucho con los padres, nos abrimos más con los amigos que con los papás, los problemas los contamos entre amigos y entre amigos nos damos cuenta de los problemas de todos, creo que es complicado que alguien pueda confesar que tiene algún problema con las drogas o con adicciones.*

La mayoría de los jóvenes no sabrían a quién pedirle ayuda, el mayor porcentaje de los chicos afirma que su primera opción para pedir ayuda sería sus padres.

*-Si me interesa, lo he tratado de hacer, le he bajado en mi consumo, he tratado de dejarlo, pero pedirles ayuda a mis padres estaría canijo porque estaría revelando mis secretos, pero sería los únicos que realmente me pudieran ayudar.*

*-No he tenido necesidad, pero a los primeros que les pediría ayuda serían a mis padres.*

*-No porque no consumo drogas, pero en caso de que me pasará algo similar y quisiera salir de ello, si pediría ayuda a las personas más cercanas a mí como mis papás o mis hermanas.*

*–No he tenido ese problema, pero si lo tuviera me acercaría a mis papás porque sé que son los que más me quieren y podrían ayudarme.*

*–Tampoco dudaría en contarles a mis papás respecto a lo sucedido, yo estoy seguro que se los haría saber.*

Solos los que han estado directa o indirectamente involucrados en problemas de este tipo sabrían con quién ir.

*-A mis papás, también he tenido amigos que me han pedido ayuda para salir en el estado en el que están y los he podido ayudar porque yo sabía con quién ir y cuál era el tratamiento.*

También están los chicos que no tienen ni la mínima noción sobre a quién acudir.

*–Sí pediría ayuda, pero no sabría a quién.*

*- No lo sé, pienso que la gente que tiene una adicción es muy cerrada porque piensa que lo que está haciendo está bien, creo que la gente cambia de opinión ya después de que pasaron muchos tragos amargos, que dicen ya hasta aquí, la mayoría de los chicos que he conocido que se drogan, niegan la ayuda de sus padres.*

Los jóvenes confesaron no tener la confianza de pedir ayuda al personal del CBTA ya que piensan que lo único que harán serán juzgarlos, por ello consideran que no hay mejor persona que los pudiera orientar que aquella que ha vivido en carne propia lo que les pasa a ellos para poder entender.

*–Las personas de la escuela que apoyan en esos temas, no los considero de ayuda, en mi escuela no confío en esa persona, no me inspira confianza así que no sabría con quién acudir para pedir ayuda.*

## Pregunta 17

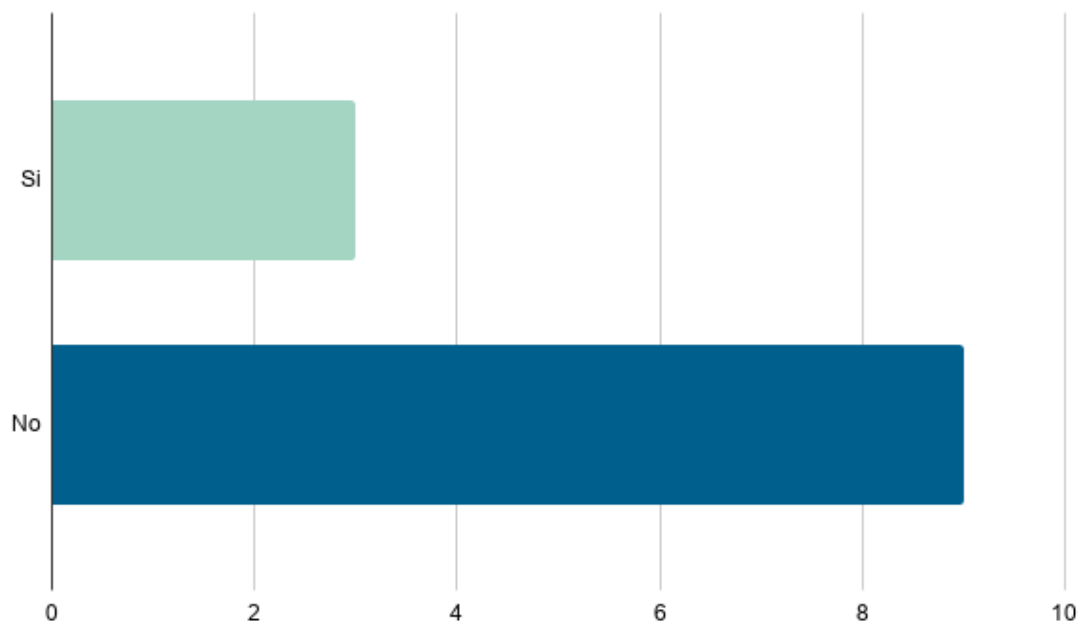
### ¿Conoces los tratamientos para la drogadicción?

**Análisis:** En esta interrogante se observa que 9 (75%) sujetos del estudio reconocieron no tener conocimientos sobre los tratamientos que existen para la drogadicción, mientras que 3 (25%) dijeron si tener nociones sobre estos.

*-No, no, la verdad es que ni siquiera sabía que había tratamientos para eso, no estoy familiarizado con eso.*

*-No, nunca he estado en alguno ni tengo conocimiento al respecto.*

A continuación la gráfica 4.21 muestra el conocimiento que tienen los sujetos de estudio respecto a los tratamientos que existen para superar una adicción.



**Gráfico 4.21** *Conocimiento de los sujetos de estudio respecto a los tratamientos existentes sobre drogas.*

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor



A menudo los jóvenes y la población en general desconocen los efectos de las drogas, así como es debido actuar frente a alguna enfermedad o emergencia que surge a raíz de ello, esto los pone automáticamente en una posición más vulnerable, como sería en el peor de los casos una sobredosis que es junto con el sida y la hepatitis de las principales causas de muerte entre los consumidores de drogas.

Esta pregunta también pone en evidencia que la mayoría de los jóvenes sólo conocen algunos de los efectos causados por las drogas, pero tiene completo desconocimiento sobre los tratamientos que existen, algunos incluso mencionaron algunos mitos que han escuchado de sus propios amigos, por lo que es evidente que hay mucha incertidumbre alrededor del tema.

*-Conozco a varios amigos, que después de fumar tanta marihuana experimentaban con consumir más alcohol para bajarle al otro consumo, otro decía que masticaba chicle o usaba bolitas de plástico para relajarse.*

*-En carne propia no lo he vivido solo he escuchado hablar sobre centros de atención de este tipo de problemas.*

Solo los que han estado directa o indirectamente involucrados con el problema ya sea porque hayan tenido algún familiar en tratamientos o porque ellos mismo hayan estado el alguno sabrán en qué consisten los mismos.

*-No, pero he visto un poco de ellos porque mi hermano es adicto como te comenté, pero no le dan tratamiento, se niega, nunca ha querido, solamente pláticas con mis padres, pero de que asista a algún lado no.*

*-Por lo que me ha platicado mi amigo que estuvo varias veces anexado sé que se tiene que tener mucho carácter para salir de lugares como esos, mi amigo que salió de lugares así nos contó su experiencia a algunos compañeros y fue que nos dimos cuenta de lo era una experiencia como esa, fueron impactantes las situaciones por las que él tuvo que pasar.*

La mayoría de personas desconocen las consecuencias negativas que tienen las drogas a largo plazo, las enfermedades y tratamientos que existen para afrontarlas,

Un aspecto negativo es la percepción que algunos jóvenes tienen de los centros de recuperación y tratamiento de adicciones basados en malas experiencias ya sean propias o de seres cercanos, esto va creando una mala imagen que demerita la verdadera labor que tienen por objetivo, por ello los adolescentes le tienen temor a ser llevados a un lugar para rehabilitarse, es una señal de que hay muchos aspectos de en relación a la salud pública que habrá que mejorar si queremos realmente que nuestra sociedad se rehabilite, mejorar los métodos que se utilizan para lograr que un joven sea abstinentes porque si algo queda claro con estos testimonios es que los adictos se encuentran perdidos y lo que menos necesitan son maltratos y más problemas que los hagan abandonar su tratamiento y volver a recaer.

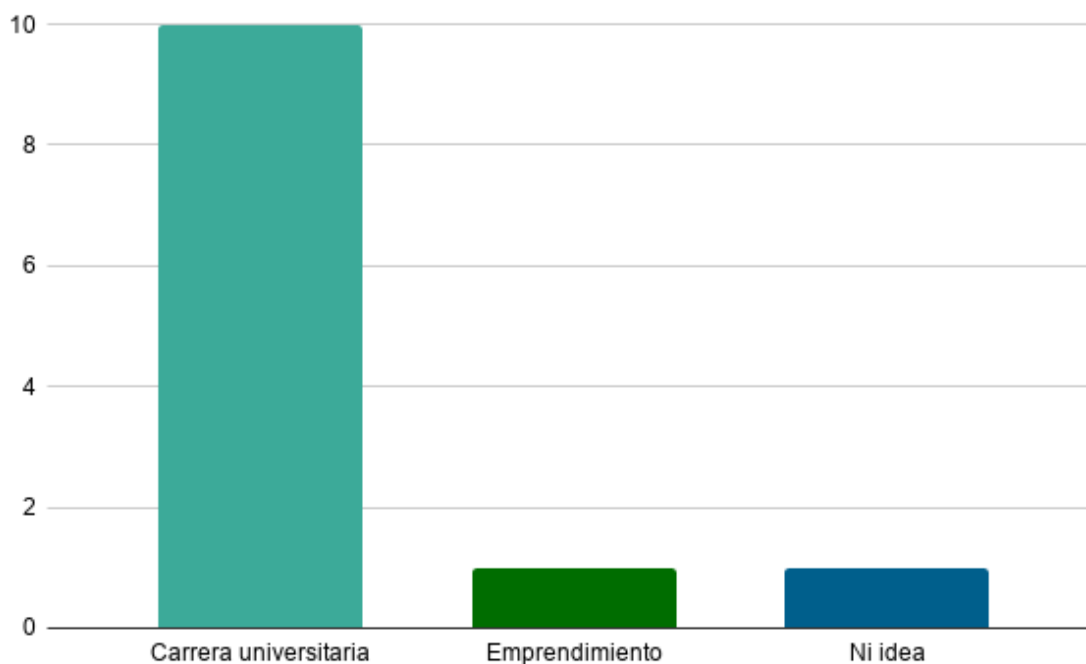
*-He estado encerrado dos veces, hace dos años y hace uno, en total fueron seis meses, el tratamiento que yo lleve fue duro, muy fuerte, no me ayudo en lo absoluto, no me ayudo en nada, porque solo era maltrato físico y maltrato verbal mientras yo estaba en una presión en mi mente y en una psicosis y me metían más cosas a la mente que me hacían enredarme más.*

Las personas que tienen adicciones necesitan tratamiento, los adictos sostienen en la mayoría de los casos una postura de negación ante la posible ayuda por ello el forzar al adicto a recibir un tratamiento no es una opción, porque para que realmente se recupere es necesario que sea su decisión y lo haga porque realmente quiere liberarse de los estupefacientes, además, la recuperación de los adictos suele ser un proceso muy lento e inclusive durar toda la vida además no garantiza que el paciente no vuelva a recaer.

## Pregunta 18

### ¿Cómo te gustaría que fuera tu futuro?

**Análisis:** En esta pregunta se observa que 10 de los 12 sujetos de nuestra muestra dijeron tener como una de sus principales expectativas una carrera universitaria (83.3%), solamente uno dijo que le gustaría emprender su propio negocio lo que representa el 8.3% de la muestra y el participante restante mostró no tener certeza sobre las expectativas que él mismo tenía sobre su futuro. En la gráfica 4.22 se muestran algunos intereses de los sujetos de estudio con relación a su futuro.



**Gráfico 4.22** *Proyección de los sujetos de estudio respecto a sus intereses en el futuro.*

*Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.*

Este apartado refleja los anhelos de la mayoría de los jóvenes que contaron que su primera meta en común para el futuro es terminar una carrera universitaria, esto es bastante alentador, ya que muchos de ellos vienen de padres que por sus posibilidades solo tuvieron la oportunidad de terminar su educación media superior.

El hecho de que haya expectativas es un buen indicador que podría estar presente en la campaña ya que a los jóvenes les gusta pensar que vienen cosas buenas en su futuro.

*-A mí me encantan los animales, por eso voy a estudiar veterinaria, quiero luchar por eso porque quiero salir adelante, no te voy a decir que quiero ser alguien en la vida porque ya lo soy.*

*-Me gustaría que mi futuro fuera bueno, terminar la universidad y poder cumplir todas mis metas y sueños, tener mi propia casa, una familia, seguir siendo feliz, comprarle un coche a mi mamá, una casa, tengo muchas expectativas sobre mi futuro y voy a luchar porque así sea, las que te dije son algunas de las cosas que yo veo en mi futuro.*

*-Me gustaría salir adelante y poner mi propio negocio.*

*-Me gustaría cumplir mis sueños, estudiar para chef y mercadotécnica.*

*-Pues tengo muchas metas por cumplir, una de ellas es terminar mi carrera, me lo imagino muy bonito, pero sé que se irá dando poco a poco con mucho esfuerzo y dedicación.*

*-Tengo expectativas muy muy altas porque pues sé lo que estoy haciendo ahora no solo en la escuela sino fuera de, también en la escuela ya que voy a entrar a la escuela me emociona demasiado, porque voy a estar aprendiendo más y enriqueciendo mis conocimientos, me veo feliz, tranquilo, con libertad financiera que eso es lo quiero por eso estoy creando demasiadas ideas y ahí tengo la semillita que solo hay que regarla y regarla.*

Únicamente unos cuantos confesaron tener mucha incertidumbre sobre los que futuro les depararía.

*-Siento que es algo sé que dará solito, no tengo mucha certeza sobre lo que pueda venir.*

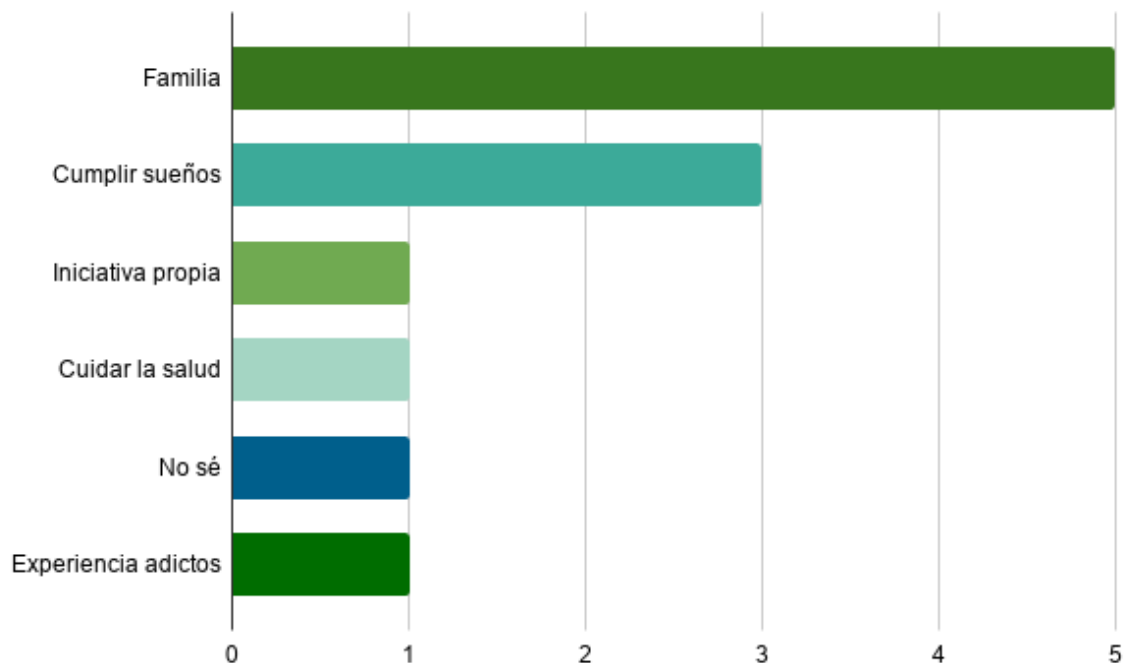
*-No, sé quizás con mi carrera terminada, me gustaría tener un trabajo estable, aceptando lo que venga, es como todo siempre va a haber altas y bajas, pero me gustaría verme fuerte siempre y las malas lecciones que pasarán tomarlas como enseñanzas siempre con una expectativa hacia al frente, siempre aceptando las consecuencias que pueda haber en el camino.*

En esta etapa por la que están pasando los adolescentes ven a las drogas no solo como un asunto que les causa curiosidad sino también como malas lecciones que tiene que pasar y que les ayudarán a ir sentando cabeza, el problema es que muchos pueden quedarse en ese camino, sin embargo, ver la esperanza que tienen sobre un futuro mejor puede ser una gran forma de alentarlos a reiniciar su vida y aprender de los errores para salir adelante y aún más fuertes.

## Pregunta 19

### ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?

**Análisis:** ¿Será la motivación la clave para superar las drogas? La pregunta número 19 estaba enfocada en conocer las motivaciones de los participantes, 5 de ellos colocaron a la familia como su principal fuerza motivadora (41.7%), 3 de los participantes dijeron que dejarían el consumo de drogas por alcanzar sus sueños (25%), el porcentaje restante se dividió en parte iguales cada una un 8.3%.



**Gráfico 4.23** Principales motivaciones que ayudarían a un adicto para dejar las drogas.

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor.

Uno de los participantes indicó que su principal motivación sería cuidar su salud, otro dijo que a él lo motivarían escuchar casos de testimonios de adictos, uno más dijo que si lo hiciera sería en primer lugar por iniciativa propia y otro de nuestros sujetos de estudio afirmó que no sabe qué podría motivarlo a dejar un hábito de esa categoría.

Cuando una persona tiene una motivación, hay posibilidades de éxito de que consiga su meta, sin embargo, la motivación no es suficientemente en el caso de las adicciones, es una parte del proceso, el cual tiene las recaídas.

En un apartado anterior profundizamos sobre la importancia de las motivaciones en las conductas humanas y justificamos el porqué sería bueno que nuestra propuesta utilice este elemento en el diseño de mensajes para la propuesta de campaña.

Esta pregunta pone en evidencia que para la mayoría de los sujetos de estudio la familia podría ser el principal motivador para dejar un hábito nocivo.

*-Yo perdí a mi abuelo por el cigarro por un problema pulmonar, él podría ser una motivación para dejarlo, el alcohol tuve algunos problemas con familiares cercanos, también sería una motivación, no para dejarlo, pero si bajar mi consumo.*

*-En caso de que llegara a pasar eso yo lo dejaría por mi familia para no afectarlos, porque cuando ingieres drogas no solo te afectas a ti mismo sino a todos los que están a tu alrededor ya sea amigos, familia.*

*-Si yo tuviera ese problema pues me motivaría a no perjudicar a mi familia.*

*-Si yo tuviera una adicción o fuera adicta yo creo que lo que me motivaría a dejar de hacer eso y a recibir ayuda sería mi familia más que nada mi mamá que es mi vida entera.*

También mencionaron que conseguir sus sueños los impulsa a dejar a un lado obstáculos que pudieran tener para conseguirlos.

*-Dejar un vicio lo veo algo muy complicado, tú realmente te sientes bien así y te conformas con eso, no quieres un cambio, ni pedir ayuda, pero si lo haces cuando te das cuenta de que no estás haciendo bien, hasta ese momento es cuando lo quieres dejar.*

*-Mis compañeros que consumen drogas creo que necesitan tener una motivación, rodearse de personas que tengan fe en sus sueños y los apoyen para realizarlos.*

Poder disfrutar de una buena calidad de vida también figura como una de las principales motivaciones para llevar estilos de vida saludables que eviten en la mayor medida posible las drogas.

*-Una de mis primeras motivaciones sería tener una buena salud, también mi familia.*

En algunos países han probado con usar el deporte como instrumento de prevención del uso de drogas, no quiere decir que el practicar un deporte haga inmunes a los jóvenes en sus deseos por las drogas, pero esto podría funcionar como un reemplazo para lo que están buscando, porque como sabemos la necesidad de consumir drogas viene después de las ansias que la dependencia a ellas genera.

*-No es mi caso, pero creo que algo que motivaría dejar ese tipo de consumo sería fomentar el deporte o algún otro taller que atrape nuestra atención.*

A cada persona le mueven diferentes cosas, todos tenemos sueños personales que nos impulsan a tomar determinadas acciones para lograrlos.

-Ya llevo demasiado meses que no estoy bajo el consumo de drogas, todo está bien por el momento, pero lo que me motivaría demasiado en caso de que estuviera consumiendo demasiado drogas sería firmar un contrato con el sello discográfico que admiro demasiado, sería una motivación, pero primero que nada mi familia que es por lo que lo estoy haciendo ahorita, y antes de eso mi persona.

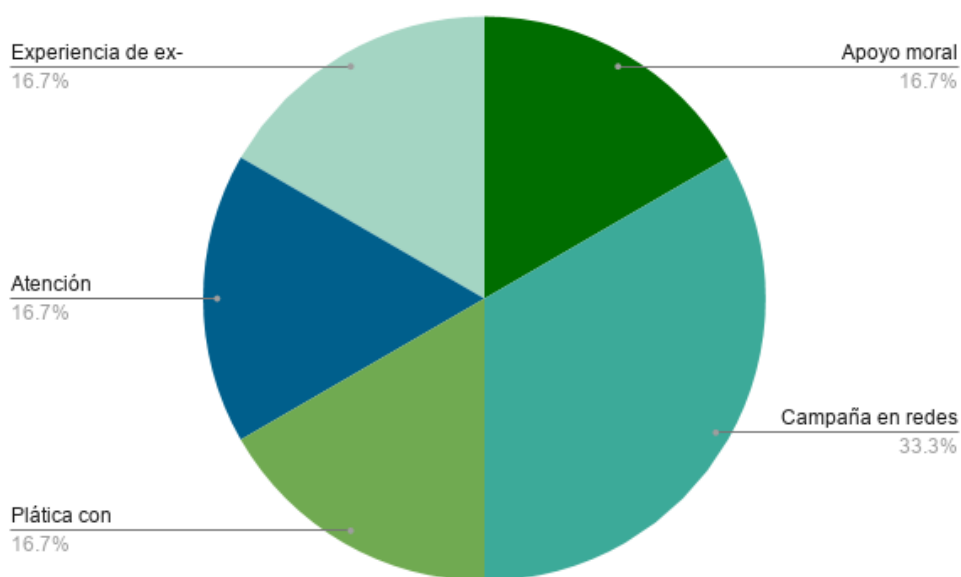
Salir de las adicciones es algo complejo, ayuda tener motivaciones, pero es tan solo un escalón, no hay una solución absoluta, pero tener motivaciones y fomentar realmente el cambio de este tipo de hábitos es un buen comienzo.



## Pregunta 20

### ¿Qué crees que podría ayudar en este problema?

**Análisis:** La pregunta final era necesaria para conocer desde la perspectiva de los jóvenes cuáles serían las soluciones que proponen para el problema de drogas. Fueron varias las opciones que mencionaron entre ellas: publicidad en redes sociales por 4 participantes (33.3%), pláticas impartidas por expertos en el tema (16.7%), 2 más dijeron que conocer testimonios de adictos en vías de recuperación y el 33.4% restante dijo que mediante atención psicológica y el apoyo. En la gráfica 4.24 se observan cómo están distribuidas las diferentes propuestas de solución para superar las adicciones.



**Gráfica 4.24 Alternativas que podrían ayudar a un adicto a superar las drogas.**

Fuente: Trabajo de campo- entrevista (2020). Elaborado por: Autor

Las respuestas ponen en evidencia que la ayuda que necesitan los jóvenes son de muchos tipos: apoyo de sus padres, atención psicológica, información a través de las redes sociales, conocer experiencias de adictos rehabilitados, así como conferencias realizadas por expertos en el tema.

*–Información, conferencias con expertos en el tema que realmente sepan de lo que están hablando y que nos inspiren confianza, que realmente nos orienten sobre las decisiones que tomamos a esta edad.*

*–Quizás las explicaciones por parte de expertos que me hablarán de lo positivo y lo negativo, si veo que hablan sinceramente le creeré porque como dice el dicho: más sabe el diablo por viejo que por diablo.*

*–Apoyo moral y psicológico, ya que muchas veces nosotros no sabemos los problemas que tienen los que se drogan.*

*–Yo creo que lo que realmente te puede ayudar y lo que realmente te puede sacar de una adicción sería la fuerza de voluntad y la convicción, que te pasé algo muy fuerte que te cambie el pensamiento, yo creo que eso sería el mejor tratamiento.*

También en algunas de las respuestas se mencionó el de tener una motivación para perseguir sus metas y sueños, eso les daría una esperanza para salir de los problemas.

*–Mis compañeros que consumen drogas creo que necesitan tener una motivación, rodearse de personas que tengan fe en sus metas y sueños y los apoyen para realizarlos.*

Otros que nunca han tenido problemas de drogadicción pero que han tenido contacto con casos cercanos, reconocen que mostrar el lado oscuro de las adicciones puede ser un buen aviso de alerta para los que sí lo hacen.

*-Yo creo que una opción sería hablar con ellos, con las personas que tienen algún tipo de adicción y enseñarles más sobre lo malo que les hace y sobre lo bueno que sería ya no volverlo hacer o simplemente no hacerlo en exceso.*

Un elemento importante a destacar es la gran participación que tienen hoy en día los jóvenes en las redes sociales, día a día revisan sus perfiles en las diferentes

plataformas y se ven impactados por diversas publicaciones, por ello el crear contenido para este canal es una buena idea.

*-En este momento los jóvenes estamos super metidos en las redes sociales, entonces creo que sería más fácil por redes, pero también me llamaría mucho la atención las conferencias más que nada para saber más del tema y poder ayudar a los que lo necesitan.*

En general la voz de los jóvenes se traducía en una petición: apoyo real, apoyo moral, sentirse realmente cómodos con alguien que pudiera orientarlos sin juzgarlos, porque, aunque muchos no lo admitan las drogas los consumen, los destruyen. De igual forma, si algo tienen en común los adolescentes es la gran desinformación que hay respecto a los temas relacionados con las drogas ya que hay pocas campañas de sensibilización de consumo que los aborden de forma efectiva.

*-Yo recomendaría el apoyo moral real, aquello que se siente que es verdadero, que sientes que es único, que te hace sentir que vales la pena, que el apoyo te haga ver que no vale la pena aquello que tú consumes porque te está destruyendo, psicólogos lo único que hacen es confundirse, son pocos los psicólogos que realmente entienden la problemática de todo esto.*

No hay que perder de vista el gran poder que tienen los mass media no solo como medios de entretenimiento sino como fuentes de información y es probable de acuerdo a los testimonios de los sujetos de estudio que sea más aceptada si proviene de quienes consumen estas sustancias y han experimentado en carne propia de sus placeres y consecuencias, o especialistas que han tenido contacto directo con estos casos.

# DISCUSIÓN

## DISCUSIÓN

Antes de comenzar lo pertinente a este apartado queremos recapitular los objetivos más importantes de la presente investigación: diseñar una campaña de Marketing social para desincentivar el consumo de drogas en jóvenes de 15 a 18 años, para ello fue necesario conocer a los actores principales de esta problemática social, encontrar factores de riesgo que ocasionan el consumo, pero sobre todo descubrir los detonantes y entender qué motivaciones podrían ayudar a los adolescentes a alejarse de los estupefacientes.

A partir de los hallazgos encontrados, aceptamos la hipótesis general que establece que las campañas de Marketing social tienen que enfocarse en reforzar en el lado positivo de no consumir drogas en vez de recriminar y persuadir mediante el miedo a los consumidores para dejar las adicciones, esto lo vemos justificado en las respuestas de nuestros sujetos de estudio al expresar que muchas veces rechazan la ayuda que les ofrecen por la vergüenza a ser señalados o juzgados, contrario a lo que muchas campañas de salud han hecho, es cierto que tienden a causar un gran impacto en los receptores, pero de la misma forma corren el riesgo de ser rechazadas, esto debido a que el adolescente se encuentra en una etapa donde reclama independencia y donde el que le digan qué hacer y qué no hacer es como declararle la guerra.

También los resultados demostraron la existente relación entre el nivel de comunicación intrafamiliar y el desarrollo de drogodependencias en jóvenes que viven en entornos familiares disfuncionales. La familia es un núcleo muy importante para la prevención de conductas problemáticas desarrolladas desde la niñez, pero a medida que los niños van creciendo sus inquietudes también lo van haciendo, el querer encontrar su propia identidad e independencia van dependiendo menos de los padres y se ven más influenciados por sus amigos, sin embargo, los valores aprendidos desde la infancia perduran en sus decisiones, es por eso la importancia de haber crecido en un ambiente familiar óptimo, bien dicen expertos en adicciones que un adolescente adicto viene de una familia adicta/ enferma.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene el Instituto Nacional sobre el Abuso de Drogas (NIDA, National Institute on Drug Abuse), quienes señalan el importante papel que desempeñan los padres en prevenir el consumo de drogas en sus hijos, dicha organización con la ayuda de la investigación elaborada por Child and Family Center (Centro para el Niño y la Familia) de Universidad de Oregón, destacan que las aptitudes de los padres son primordiales a la hora de prevenir un primer encuentro desafortunado entre las drogas y los jóvenes.

La adolescencia es una etapa bastante complicada, donde los muchachos buscan respuestas, encontrar su propia identidad, pero sobre todo formar parte de un grupo, los adolescentes valoran su propia estima con relación a la aceptación que tiene entre sus compañeros esto debido a que se encuentran en una etapa donde sus conductas son influenciadas, principalmente por la presión de sus amigos, sin embargo, contrario a lo que pensábamos, conforme a las respuestas de los entrevistados tienen bien claro que los verdaderos amigos nunca los obligan a hacer algo que ellos no quieran, dicho en las palabras de los sujetos de estudio; “Los supuestos amigos sí tratarían de obligarte a consumir drogas, pero porque ellos solo quieren tener compañeros de consumo más no amigos verdaderos”.

Tal y como lo señalaron las investigaciones previas, el alcohol, es la droga de iniciación en la mayoría de las personas, aunque la mayoría por falta de información piensan que su primera droga fue la marihuana. Cabe señalar que, para muchos, el cannabis (marihuana) fue la droga más utilizada por los jóvenes después de consumir alcohol y tabaco, lo más alarmante de todo esto es que los chicos no la ven como algo peligroso por su origen natural, en general no tienen mucha información sobre las drogas, desconocen efectos, consecuencias y sobre todo los tratamientos que existen para superar las adicciones.

Aún en pleno siglo XXI los estereotipos machistas asociados al consumo de drogas se encuentran presentes en las respuestas de las participantes mujeres al hablar de su consumo de drogas como si me estuvieran contando un secreto que acabaría con su reputación. Hay estereotipos respecto al sexo que más bebe, en este caso

y basados en las cifras, en la sociedad es más aceptable que los hombres sean los que llevan el liderazgo en este asunto, ya que de una mujer siempre se espera que se sepa comportar y que cuide su reputación, cosas que a los hombres nos les preocupa de igual forma.

Las mujeres suelen consumir drogas por invitación de los amigos o pareja y procuran hacerlo en espacios privados y de la forma más discreta posible, sin embargo, las tendencias mencionadas están cambiando, el consumo de estupefacientes en la población femenina aumenta sin precedentes.

La autoestima y la presión escolar fueron otros dos elementos que se tomaron en cuenta en la realización de la entrevista para conocer que tanto perjudica el tener una baja autoestima o estrés por la presión escolar, y los resultaron respecto a estas dos hipótesis secundarias en nuestra muestra dejaron ver que si existe una estrecha relación entre la autoestima como factores de protección contras drogas, pero contrario a lo que Calvete y Estévez (2009) han dicho, el estrés derivado por la presión escolar no siempre es causa de una drogodependencia, nuestros sujetos de estudio en su mayoría rechazaron que esto fuera razón suficiente para decidir consumir drogas, al contrario, mencionaron que el tener presión escolar los ayuda para crear en ellos responsabilidad y actitudes que los harán estar más preparados para la vida adulta.

### **Implicaciones con la campaña, retos, limitaciones y oportunidades.**

Aunque desde el principio las autoridades encargadas del CBTA 233 se mostraron accesibles para realizar este trabajo de investigación, resultó un poco complicado lograr que nos dieran los permisos correspondientes para entrevistar a sus alumnos sobre su consumo de drogas evidentemente porque es un tema muy delicado y ellos como autoridades dedicadas a la educación entre sus facultades no se encuentra señalar a los alumnos involucrados con las drogas, ante este reto fue que aplicamos las entrevistas a un grupo pequeño (12 personas) de forma muy discreta, siempre enfatizando en garantizar su anonimato y en que fueron parte de un sorteo para participar como sujetos de estudio, de esta forma no se sintieron ni señalados ni juzgados.

Una vez que se nos otorgó el permiso y el consentimiento de los jóvenes para realizar las entrevistas el diseño de la misma fue un desafío, ya que en México aún se siguen ignorando temas considerados como tabúes, muchas veces nos percatamos de la actitud de los participantes era muy diferente al comenzar la entrevista con preguntas sencillas como su edad al punto donde se les preguntaba sobre su consumo de drogas, algunos se cerraban, otros simplemente mostraban sentirse vulnerables.

Sin duda nos enfrentamos a otro gran reto que fue lograr crear una conexión de confianza con el entrevistado para que así mismo se abriera con nosotros y nos pudieran dar información valiosa respecto al uso de drogas. No todos los jóvenes se encuentran en la disposición para hacerlo, para lograr recolectar las 12 entrevistas solicitamos la ayuda de 22 jóvenes de los cuales el 52 % accedieron.

Después de analizar las respuestas de los participantes es importante hacer énfasis como un posible reto la curiosidad como instinto básico del ser humano, no podemos prohibirles a los jóvenes que sientan curiosidad, lo que sí podemos hacer es informarlos para que no vayan a ciegas hacia las adicciones.

Analizar y englobar los factores detonantes que ocasionan el consumo de drogas resultó ser una tarea muy compleja, ya que cada persona es un mundo, las



circunstancias de cada participante tiene rasgos muy especiales de acuerdo al contexto de su vida, sin embargo, si logramos detectar características y factores que se repetían en sus respuestas.

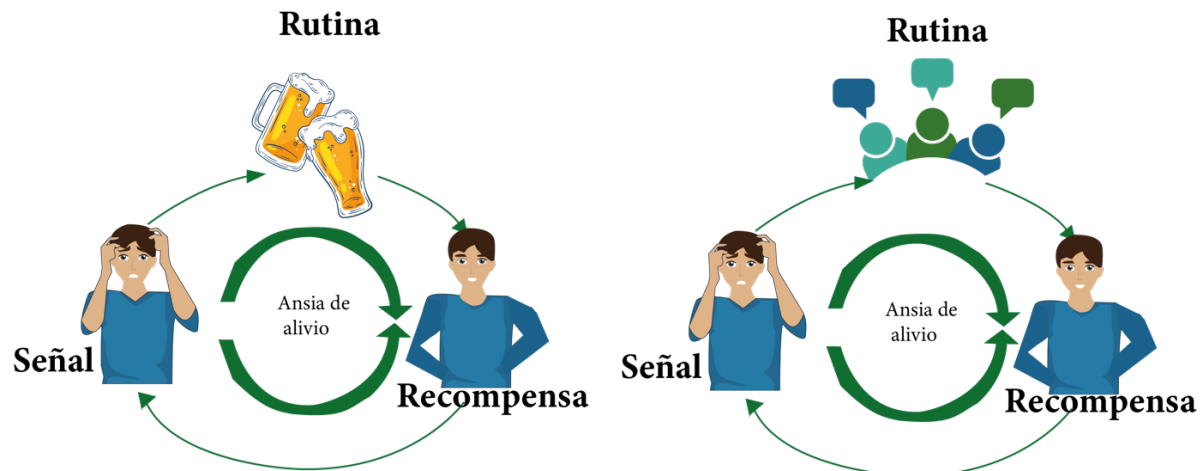
El conocer los hábitos de consumo y lo que piensan los jóvenes respecto a ellos, podría decirse que resulta ser la parte más fácil respecto a encontrar la forma de persuadirlos a cambiar su percepción respecto al consumo de drogas, de tal forma que aceptarán la invitación de un nuevo estilo de vida.

Aunque existen estrategias efectivas tanto de comunicación y marketing que nutrieron y formaron parte de la propuesta de campaña, el grado de complejidad del problema no permite que los resultados que tengan en los jóvenes sean medibles en un corto plazo, esto en gran parte porque las adicciones no solo son un complejo problema de salud sino también porque el proceso de recuperación ante una adicción resulta ser un proceso lento y difícil de alcanzar, tampoco se puede lograr ayudar a los jóvenes solo con mensajes o publicidad es necesaria la cooperación de diversas instituciones tanto locales como nacionales e internacionales para reforzar nuestras propuestas, darle solución a un problema de grandes dimensiones que ha existido desde hace miles de años resulta ser una tarea ardua, responsabilidad de todos, que no se resolverá de la noche a la mañana, se necesitan iniciativas multidisciplinarias que fomenten principalmente el cambio de hábitos en los jóvenes, mediante procesos científicos que tengan garantía.

Otro problema que hay dentro de nuestro lugar de estudio es que los jóvenes expresan abiertamente que tienen una figura en quien apoyarse y buscar ayuda cuando se habla específicamente del tema de las drogas, es ahí donde aparece una gran oportunidad y al mismo tiempo un reto ganarse la confianza de los estudiantes del CBTA.

Otra de las oportunidades radica en acercarnos a los jóvenes a través de sus metas y sueños, ya que esto puede ser un gran motivador a la hora de invitarlos de disminuir el consumo de drogas, Charles Duhigg (2012) en su libro el poder de los

hábitos nos habla del bucle de los hábitos, el cual explica que estos funcionan gracias a tres elementos (Duhigg, 2012):



**Ilustración 4.1** *El bucle de los hábitos extraído del libro “El poder de los hábitos”.*

Fuente: Libro “El poder de los hábitos” (2012). Elaboración: Autor

Una señal, una rutina y finalmente una recompensa, adaptando este bucle con las adicciones podríamos decir que los adictos toman como señal algún detonante de estrés, frustración, ansiedad, ganas de sentirse relajados y poder liberar sus emociones, luego de ello tienen la rutina de buscar la droga y consumirla para finalmente tener como recompensa esa sensación de placer que les generan algunos ingredientes de las drogas.

El autor señala que una posible solución a este bucle sería respetar la señal y la recompensa y solo modificar la rutina o sea reemplazar el consumo de drogas por hábitos que les brinde la motivación de que serán recompensados por ciertos beneficios como mejorar su salud a través de actividades físicas o actividades artísticas o quizás grupos de apoyo como Alcohólicos anónimos que les permitan expresarse como ellos quieren. Aquí la complejidad radicaría en que no se destinan los recursos suficientes para brindarles a los jóvenes este tipo de actividades de forma gratuita y constantes.

Después de haber escuchado a los sujetos de estudio entendemos que ellos asocian el consumo de drogas con perder el rumbo de su vida por ello esta campaña le brindará al joven primero que nada esperanza, mensajes de amor que llenen esos vacíos que buscan llenar con las drogas y sobre todo un apoyo real y no solo eso queremos invitarlos también a encontrar algo que realmente los llene y los alimente día con día.

Finalmente reconocemos que una campaña difícilmente logrará cambiar cuestiones conductuales y de cultura que por años han estado impregnadas en los jóvenes, y sobre todo tratándose de un tema tan complejo como son las adicciones, una enfermedad de lenta recuperación que necesita de un tratamiento personalizado, constante y multidisciplinario.

**Para cerrar...**

La problemática de las drogas tiene sus raíces en la misma sociedad, la aceptación o rechazo de determinada sustancia varía de acuerdo al contexto sociocultural, puede ser que un tipo de consumo sea culturalmente aceptado, a pesar de ello no significa que esto sea porque no provoca problemas sanitarios su consumo, un claro ejemplo es el alcohol que es socialmente aceptado, gran parte por ser legal, inclusive el alcohol hoy en día es considerado parte imprescindible en una convivencia de cualquier tipo.

El apoyo de la familia es esencial en el duro camino de la rehabilitación, sobre todo la ausencia de estructura familiar es un riesgo, lo contrario pasa cuando existe comunicación efectiva e interés mutuo eso funciona como un factor de protección frente a las drogodependencias. Los padres tienen la tarea de promover una buena educación, fomentando la autoestima, la toma de decisiones, el desarrollo de hábitos saludables e impulsar a sus hijos en la realización de sus metas.

Las escuelas, en este caso en particular el Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario debe tomar las riendas de la institución para evitar que se siga propagando el consumo de drogas, una de las formas que podría hacerlo es fomentar hábitos saludables a través de talleres, torneos de deportes y constantemente tener campañas educativas.

Se necesita un compromiso multidisciplinario y complementario por parte de los padres, instituciones escolares, medios de comunicación, especialistas en el tema para ayudar en la rehabilitación de nuestra sociedad.

Los medios de comunicación tienen como una de sus principales tareas informar y educar y es precisamente lo que los jóvenes necesitan, porque muchos se encuentran en un estado de desinformación respecto a las drogas. No solo comunicación efectiva a través de las campañas de sensibilización, sino también lograr un cambio de actitudes positivas.

## CAPÍTULO V

### Desarrollo de la propuesta de campaña de Marketing social para el CBTA 233 de Tarímbaro

*“La adicción no es más que un sustituto muy degradado de una verdadera experiencia de gozo”.*

*- Deepak Chopra -*

## Capítulo V

### Desarrollo de la propuesta de campaña de Marketing social para el CBTA 233 de Tarímbaro

*“La adicción no es más que un sustituto muy degradado de una verdadera experiencia de gozo”.*

*-Deepak Chopra-*

En el presente capítulo abordaremos los puntos constituyentes de nuestra propuesta de campaña de Marketing social. El Plan de Marketing Social que proponemos se enfocará en poner especial atención en las necesidades y pensamientos de nuestro público objetivo, después de lograr hacer un prototipo aplicable, se harán las pruebas pertinentes para ver si la publicidad previamente diseñada surte el efecto esperado, ya que es una ley básica de la publicidad que todos los anuncios tienen que ser aprobados antes de ser usados, sin olvidar que estos tienen que ser atractivos, testimoniales y principalmente emotivos para lograr la concientización sobre el consumo de drogas.

La propuesta Resiliencia se inspiró y tomó en cuenta los testimonios obtenidos a través de las entrevistas a profundidad que se les realizaron a jóvenes del Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario de Tarímbaro, las respuestas obtenidas nos sirvieron para conocer las diferentes perspectivas desde las cuales los jóvenes ven su vida con relación al consumo de drogas, la mayoría expresó que lo hace por curiosidad o como vía de escape, entre otras razones sociales o factores interpersonales.

La campaña que presentamos se caracterizó en primer lugar por tener un tono emocional, porque se ha comprobado en estudios de neuromarketing que este tipo de campañas tienen gran efectividad en comparación con las convencionales que se basan únicamente en la razón, de forma que era justo lo que necesitábamos,

transmitir mensajes a través de nuestra campaña que provocan estímulos destinados a mover emociones y finalmente generar un cambio.

Nuestra campaña difiere de los enfoques tradicionales que se han aplicado para persuadir a los jóvenes en el tema de las drogas, se pensó una propuesta amigable, humorística y metafórica. Su público objetivo fueron jóvenes escolarizados, ya que las instituciones educativas pueden funcionar como promotores de dichas iniciativas.

### 5.1 Propuesta de Campaña de Marketing social

**Tipo de campaña:**

Campaña de cambio conductual

Nombre de la propuesta:

**Resiliencia; Disfruta reiniciar**

Slogan: **Llena tu vida de...**



**Propósitos de la campaña:**

- Desincentivar el consumo de drogas.
- Escuchar las inquietudes que motivaron al consumo de drogas por parte de los jóvenes.
- Identificar los posibles motivadores para que los jóvenes disminuyan y dejen de consumir drogas.
- Promover el cuidado de la salud personal como una prioridad.
- Apoyar a instituciones educativas en el abordaje de los problemas a causa de las adicciones.
- Motivar a los jóvenes a creer y seguir sus sueños.
- Fomentar la toma de decisiones responsables.

- Promover actividades que desarrollen los talentos y habilidades de los jóvenes.
- Informar sobre las enfermedades, efectos a corto y largo plazo, así como las opciones de tratamientos que existen.
- Fomento de actividades de ocio saludables: informar al joven de las opciones que tiene para divertirse en su tiempo libre.
- Brindar apoyo real y personalizado

Esta campaña tiene como propósito principal desincentivar el consumo de drogas en los jóvenes y persuadirlos para que adopten conductas que resulten beneficiosas para su salud.

Nuestra campaña propone un cambio de enfoque respecto a las campañas tradicionales en la forma de abordar a los jóvenes que consumen o están en riesgo de consumir drogas, en las cuales es muy común prohibir, recriminar y tachar el consumo de drogas, nosotros, en cambio, queremos utilizar un enfoque positivo y constructivo, pensando en que de esta forma no seremos rechazados al primer instante que el joven escuche la palabra drogas y piense que de nuevo, una vez más le dirán que son malas y que no lo tiene que hacer.

La campaña social que diseñamos tiene como estandarte principal la resiliencia; es la capacidad de hacer frente a las adversidades de la vida, transformando el dolor en fuerza motora para superarse y salir fortalecido de ellas.

No podemos evitar que los jóvenes tengan curiosidad de experimentar cosas nuevas, con ello no estamos diciendo que el mensaje de nuestra campaña es que pueden consumir drogas, sin embargo, bajo los principios de la resiliencia sabemos que nadie puede controlar los eventos traumáticos que le sucedan, pero sí la forma de reaccionar ante ellos.

Desde la perspectiva de la Neurociencia las personas resilientes se encuentran más equilibradas a la hora de enfrentar situaciones de estrés, lo que las hace soportar mejor la presión, por ello la resiliencia es conocida como la capacidad del ser humano para afrontar las situaciones adversas, pero la verdadera magia de la



resiliencia radica en no solo salir de un problema, sino que después de superarlo salir fortalecido de esa situación.

La vida exige reponerse ante las adversidades, aprender y continuar caminando, uno no nace siendo resiliente, uno decide serlo, es una forma de ver y vivir la vida, los resilientes comprenden que son los arquitectos de su propia alegría y destino, inspirados en esta idea es que nuestra campaña se construyó.

La propuesta de la campaña se compone de tres fases, el consumo de drogas es un problema muy complejo por lo que se requiere de esfuerzos bien estructurados, pero sobre todo de constancia, un adicto no deja de serlo de la noche a la mañana, tiene que pasar todo un proceso que muchas veces es lento para poder superar las adicciones, por ello la campaña que proponemos se ha conformado con las siguientes fases:

### **Fase informativa- educativa**

Vivimos en una era saturada de información, sin embargo, eso no nos hace inmunes a la falta de conocimiento en ciertos temas, esto es muy peligroso y más cuando se relaciona a cuestiones tan delicadas como lo son el uso de drogas, tomando en cuenta esa necesidad es que consideramos pertinente dedicar parte de nuestra campaña a realizar dos de las principales tareas de la Comunicación: informa y educar, ofreciendo información actualizada sobre los riesgos asociados así como los mitos alrededor de las drogas, nos encargaremos de abordar de forma amena y hasta con cierto tono metafórico, el objetivo de esta fase es informar, pero de acuerdo al segmento se abordará un tema diferente.

### **Fase emotiva**

Está comprobado que las campañas que buscan tener impacto en las emociones de su audiencia suelen ser más aceptadas, de hecho, Aristóteles es considerado el primero en señalar el gran poder que tienen las emociones al momento de comunicar un mensaje, para lograrlo la mejor forma de hacerlo es apelar a las emociones, lo que nos ayudará a crear una conexión con nuestro público y en

consecuencia una buena reflexión y concientización sobre el impacto de las drogas en nuestras vidas.

### **Fase motivadora**

Los jóvenes que son nuestro público objetivo son considerados como el grupo más vulnerable al consumo y abuso de drogas, esto es porque la adolescencia es una de las etapas más difíciles del ser humano, cambios físicos, psicológicos, dudas existenciales, búsqueda de identidad, necesidad de pertenecer a determinado grupo social, todo eso los tiene acorralados, por ello una campaña que no se enfoque en reprimirlos por el consumo de drogas puede ser una gran alternativa, en vez de decirles, no te drogues te vas a morir, recordar que en la vida hay muchas maneras de llenar ese vacío, con metas, deportes, amor, ganas de superarse a ti mismo, etcétera.

### **Propuesta de valor**

#### **Resiliencia; “Disfruta reiniciar”**

No podemos evitar tropezar, el dolor es algo que nos hace ser humanos, pero cada día tenemos una nueva oportunidad de apretar el botón y reiniciar, cada vez siendo una mejor versión de nosotros mismos y sobre todo más resilientes. Dejar de ver lo negativo nos da la oportunidad de reiniciar, esta idea fue inspirada en una de las respuestas de los participantes al decir: “Que te den ganas de volver a vivir, apretar el botón de reinicio y de emprender un nuevo camino”.

Antes de decidir que esta campaña tendría un enfoque distinto al convencional y con base a las respuestas recibidas por los propios participantes de la presente investigación se había contemplado las siguientes frases para el eslogan de la campaña, muchas de ellas fueron dichas incluso por los mismos participantes y eso podría generar en ellos empatía:

- Transforma tu dolor, no dejes que él acabe contigo.
- No pierdas todo por nada
- Las drogas te lo quitan todo, hasta tu vida.
- No pierdas el rumbo
- Eres el héroe de tu vida no te vuelvas el villano
- Las drogas no son la respuesta
- La curiosidad mató al gato

Diseñamos una campaña amigable y metafórica que buscó desde el principio ser diferente a las demás campañas que utilizan el miedo como principal medio de persuasión para desincentivar el consumo de drogas, nuestros principales diferenciadores son:

- No se utilizó el miedo para persuadir a los jóvenes, ya que esto lo único que puede lograr es asustarlos más, suficiente incertidumbre tiene ya.
- No es una campaña que te dice lo que tienes o no tienes que hacer.
- Las prohibiciones y prejuicios quedaron fuera, simplemente te mostramos que existen muchas razones por las que vale la pena no hacerlo.
- Se enfoca en diferentes nichos del público objetivo, por cada fase son tres videos, el primero destinado al segmento de jóvenes que aún no ha desarrollado una drogodependencia, el segundo video destinado a los que ya están en el consumo de drogas aunque de manera esporádica y el tercer video es para los que ya han rebasado ese límite de inclusive estar anexados o están en una grave adicción.

Se buscó brindar apoyo a través de los mensajes de la campaña, para que los jóvenes no se sientan solos y se den cuenta de que no vale la pena aquello que los consumen y los dañan.

Nuestro principal diferenciador consistió en diseñar una campaña personalizada, creemos firmemente que generalizar un mensaje para nuestro público objetivo sin dividirlos en nichos suele ser un gran error que frustra toda la campaña, un

acercamiento íntimo y real con los jóvenes fue la pieza fundamental para armar nuestra propuesta y conocer realmente las necesidades de cada grupo (nicho) y pensar en el mensaje adecuado que necesita cada uno.

Muchas veces apostar por algo diferente suele ser muy riesgoso, pero tras analizar la falta de resultados por parte de iniciativas para tratar el problema de la drogadicción, nos sentimos motivados a no querer imitar campañas ya hechas o seguir bajo la misma línea, bien lo dijo uno de los más grandes genios que ha conocido la humanidad: “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”.

Nuestro principal diferenciador consistió en diseñar una campaña personalizada, creemos firmemente que generalizar un mensaje para nuestro público objetivo sin dividirlos en nichos suele ser un gran error que frustra toda la campaña, un acercamiento íntimo y real con los jóvenes fue la pieza fundamental para armar nuestra propuesta y conocer realmente las necesidades de cada grupo (nicho) y pensar en el mensaje adecuado que necesita cada uno.

Muchas veces apostar por algo diferente suele ser muy riesgoso, pero tras analizar la falta de resultados por parte de iniciativas para tratar el problema de la drogadicción, nos sentimos motivados a no querer imitar campañas ya hechas o seguir bajo la misma línea, bien lo dijo uno de los más grandes genios que ha conocido la humanidad: “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”.

## 5.2 Segmentación de la campaña

Para desarrollar una buena campaña de marketing social, la segmentación del mercado es un elemento clave que permite realizar el mejor diseño de acuerdo a las necesidades de nuestro público objetivo.

### **¿A quién va dirigida la campaña?**

Al hablar de público objetivo nos referimos a un grupo específico de la población al que queremos dirigirnos e impactar. En este caso específico al tratarse de una propuesta de marketing social el público objetivo es denominado como adoptantes objetivos, esto fundamentado gracias al argumento de Kotler (1992) al llamar “adoptantes objetivo” a aquellas personas que tienen que aceptar y adoptar ciertos comportamientos y acciones que se les han planteado con el fin de cumplir los objetivos.

En la etapa previa al diseño de la campaña se tomaron en cuenta con especial atención las respuestas de los sujetos de estudio por tener características que buscábamos en los adoptantes objetivos que es la edad y pertenecer a una escuela pública de nivel medio superior. Una vez seleccionados nuestro grupo de adoptantes objetivo fueron divididos de acuerdo a ciertas características, con el objetivo de identificar de forma más sencilla y específica sus necesidades, antes de esto realizamos lo que es parte fundamental para el Marketing, la segmentación en sus diferentes categorías:

#### **Segmentación Geográfica:**

Estado: Michoacán

Región: Región Norte del Estado de Michoacán

Población: 119,032 habitantes

Densidad: 460.35

Clima: Cálido y templado

**Segmentación Demográfica:**

Edad: 15 a 18 años

Sexo: Ambos sexos

Tamaño de la familia: En promedio 5 integrantes por familia

Estado Civil: Solteros

Nivel de educación: Medio superior sin concluir

**Segmentación socioeconómica cultural**

Clases sociales: Baja-media

Ciclo de la familia: Adulto joven

Cultural: El consumo de drogas es parte de la cultura mexicana, las familias suelen ser permisivas sobre el consumo de drogas.

**Segmentación Conductual:**

Ocasión: Consumo de drogas en fiestas familiares o fiestas con amigos.

Beneficios: Jóvenes que quieren pertenecer a un grupo social, tener más popularidad y ganar aceptación.

Tipos de usuario: Potenciales y habituales

Tasas de uso: medio

Lealtad: media

Conocimiento: los jóvenes tienen cierto desinterés ante las propuestas que escuchan en radio y TV sobre dejar de consumir drogas.

Actitud: No digo que sean indiferentes, pero por miedo a ser juzgados prefieren no buscar ayuda, sin embargo, notamos cierto entusiasmo ante la idea de una iniciativa que les ayude con los problemas relacionados con las drogas.

### **Segmentación Psicográfica:**

Actitudes: rebeldía, independencia, desenfado.

Intereses: diversión, fiestas, estudio.

Opiniones: Piensan que el consumo de drogas a su edad no es un problema, al contrario opinan que cuando ellos lo quieran lo pueden dejar, pero que mientras sean jóvenes pueden experimentar y disfrutar porque después que quieran sentar cabeza cambiarán, ya después, así dicen.

En la actualidad nos enfrentamos a consumidores cada vez más exigentes, con gustos e intereses específicos, una segmentación básica suele no ser suficiente (de segmentación referida anteriormente) fue de gran ayuda definir diferentes nichos de mercado a partir de ella se puede distinguir tres grupos principalmente:

- **Los que aún no están en una adicción.**

Regularmente, aquí se encuentran los alumnos que van comenzaron el nivel medio superior, aquellos que en la secundaria por una u otra razón no tuvieron contacto con las drogas, es cierto que entre más grande una persona comience con el consumo de drogas más difícil será que caiga en las mismas, no obstante los jóvenes de 15-16 no dejan de ser un grupo vulnerable que constantemente recibe invitaciones para ir a fiestas que se convierten en el sitio ideal para el consumo de drogas, hay quienes lo hacen por querer encajar con sus “amigos” o por curiosidad a probar por ellos mismos lo que tanto les recomiendan.

## **Los que apenas empezaron con las drogas**

Aquí se encuentran los que han hecho del consumo de drogas un hábito rutinario parte de su vida, el fumar algunos cigarrillos a la semana para relajarse o tomar un par de cervezas para convivir con sus amigos. En promedio se calcula que este grupo comenzaron el consumo de drogas entre los 14-15 años por lo que ya han desarrollado un nivel mayor de tolerancia, lo que los hace ingerir una mayor cantidad de bebidas alcohólicas para lograr tener el mismo resultado que antes tenían con menos, es en este momento cuando después de haber consumido cantidades altas de alcohol y tabaco se animan a consumir otras drogas, como suele ser la marihuana, la cocaína y así poco a poco van experimentando, se podría decir que ellos penden de un delgado hilo que los hace estar en riesgo de desarrollar una adicción fuerte.

- **Los que ya están en una avanzada adicción.**

No hay una edad específica que describa a este grupo, pero regularmente son los adolescentes mayores que han tenido más oportunidad de experimentar (17-18 años), otra característica que comparten es que se sienten con la autonomía suficiente para comportarse de cierta forma, la mayoría no reconoce tener una adicción como tal, han tenido problemas con su familia por su consumo, algunos no están en disposición de someterse a tratamientos y otros ya han estado en centros de rehabilitación pero no se han rehabilitado por completo, han tenido recaídas, son conocidos por la mayoría de sus amigos como el “amigo que sabe sobre esas cosas”, como el conocedor, inclusive algunos amigos tienen más confianza con este tipo de personas que comparten su edad y sus intereses para apoyarse en ellos en vez de sus padres, ya que muchas veces viven en hogares donde la comunicación es muy restringida y hablar del tema de las drogas para muchos significaría un error y para otros significaría confesarles a sus padres que son adictos.



Una vez que fueron delimitados los nichos del mercado fue posible crear diferentes piezas audiovisuales para satisfacer las necesidades de nuestro público objetivo.

### 5.3 Plan de Medios

La **estrategia de medios** depende en gran parte de tres variables: el presupuesto, la duración y los elementos necesarios para desarrollarla.

Pensando en un presupuesto modesto y una duración prolongada se decidió que la mejor alternativa sobre en que canal sería más conveniente difundir la campaña se decidió que fueran mediante las redes sociales. Los medios viven actualmente una revolución tecnológica que los hace evolucionar y volverse más flexibles respecto a la forma en que interactúan con sus usuarios, ya quedaron obsoletos los spots que anunciaban el producto en el mercado, ahora se necesita generar una experiencia que los vincule ya sea con el producto a la causa.

#### 5.3.1 Canales o medios que se utilizan

Hoy en día las redes son los mejores medios para estar cerca de nuestros consumidores, una campaña digital fue la elección para estar más cerca de nuestro adoptante objetivo, en un espacio donde invierta la mayor parte de su tiempo.

Hootsuite, una de las plataformas consentidas para la gestión de redes sociales, en un estudio realizado en el 2019 dejó a la vista que el uso de redes sociales muestra cifras elevadas a nivel global. En México se estima que hay 88 millones de usuarios activos en redes sociales, de igual forma gracias a los datos proporcionados por Global Web Index nos enteramos de que México se encuentra en el top 3 de países que más tiempo dedican a redes sociales, en promedio cada persona pasa 3 horas con 10 minutos en alguna plataforma social al día (Merca20, 2019) fue por ello que apostamos por aplicar la propuesta en alguna red social.

En este caso nos apoyamos de Facebook, específicamente de la página oficial de la institución, ya que contábamos con el permiso de administrador de la página oficial, fue por esas facilidades que de aplicar la campaña sería a través de esta red social, también es relevante mencionar que Facebook se han especializado en la segmentación de mercados y por consiguiente en la promoción de publicaciones, haciendo uso de esto es que determinaremos de forma muy específica a qué audiencia queremos que lleguen nuestros materiales.

1) A través de la página oficial del CBTA 233 en el Facebook, ya que hoy en día el uso del internet es de gran relevancia a la hora de tener contacto directo con nuestro público meta.

- Videos informativos y amenos sobre las drogas y todo lo relacionado con ellas.

2) Marketing directo (comunicación cara a cara)

- Conferencias
- Talleres

3) Medios complementarios

- Artículos escolares: calcomanías, separadores con mensajes.

## 5.4 Propuesta de contenido

Los principales valores que rigen nuestra campaña y que fueron implementados en cada uno de los contenidos son los siguientes:

- Autoestima
- Empatía
- Autonomía
- Enfoque positivo ante la adversidad
- Perseverancia
- Tolerancia

Para que una campaña logre conectar con su público objetivo tiene que conocer los puntos de vista de la población objetivo para traducirlos en contenidos que logren empatizar con ellos y promuevan la reflexión personal.

Tratamos de evitar contaminar con contenidos de prejuicios personales, esto resulta marcar la diferencia, ya que muchos jóvenes se sienten juzgados e incomprendidos por consumir drogas, lo que los hace alejarse más de las posibles soluciones.

Las **piezas de comunicación** que seleccionamos para esta campaña fueron audiovisuales, evitamos en la mayor medida posible piezas impresas y radiofónicas.

Elegimos **piezas de comunicación audiovisuales**, ya que la mayoría de las personas suelen ser muy visuales, en la actualidad la forma más efectiva de captar la atención de nuestra audiencia es a través de contenidos audiovisuales de calidad, además contamos con la ventaja de ser realizadores con experiencia para pre-producir, producir y post-producir las piezas requeridas.

## Fase 1- Educativa e informativa

En términos generales los videos destinados a esta fase abordan temas como los efectos de las drogas aclarando al inicio de los mismos que existen diferentes reacciones dependiendo de nuestro organismo, también se quisieron plasmar de que muchas veces las consecuencias no son visibles de forma inmediata.

El primer video fue pensado para el nicho del adolescente que aún no están en una adicción, como lo habíamos mencionado en el apartado anterior este video invita a tener una actitud preventiva y proactiva a los jóvenes que no han tenido mucho contacto con las drogas mostrándoles toda la información que a veces ignoramos sobre los efectos de las drogas en el cerebro.

**Video: ¿Qué hacen las drogas en tu cerebro?**

<https://youtu.be/xRCsRJNCAb8>



**Figura 5.1 Enlace y código QR del primer video de la fase informativa de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

El segundo video tiene una actitud más preventiva-reactiva, ya que contempla la posibilidad de que su nicho ya haya comenzado a desarrollar una adicción, aquí se informa sobre los mitos más populares en torno a las drogas, en unos puntos se habla especialmente de la marihuana por ser la primera droga ilegal consumida por los jóvenes, aquí el mensaje principal en el caso de la marihuana es que no por ser natural es buena y que tú no las controlas a ellas sino ellas a ti.

### **Video 2- Mitos y realidades**

<https://youtu.be/TJG3TK-Qzmw>

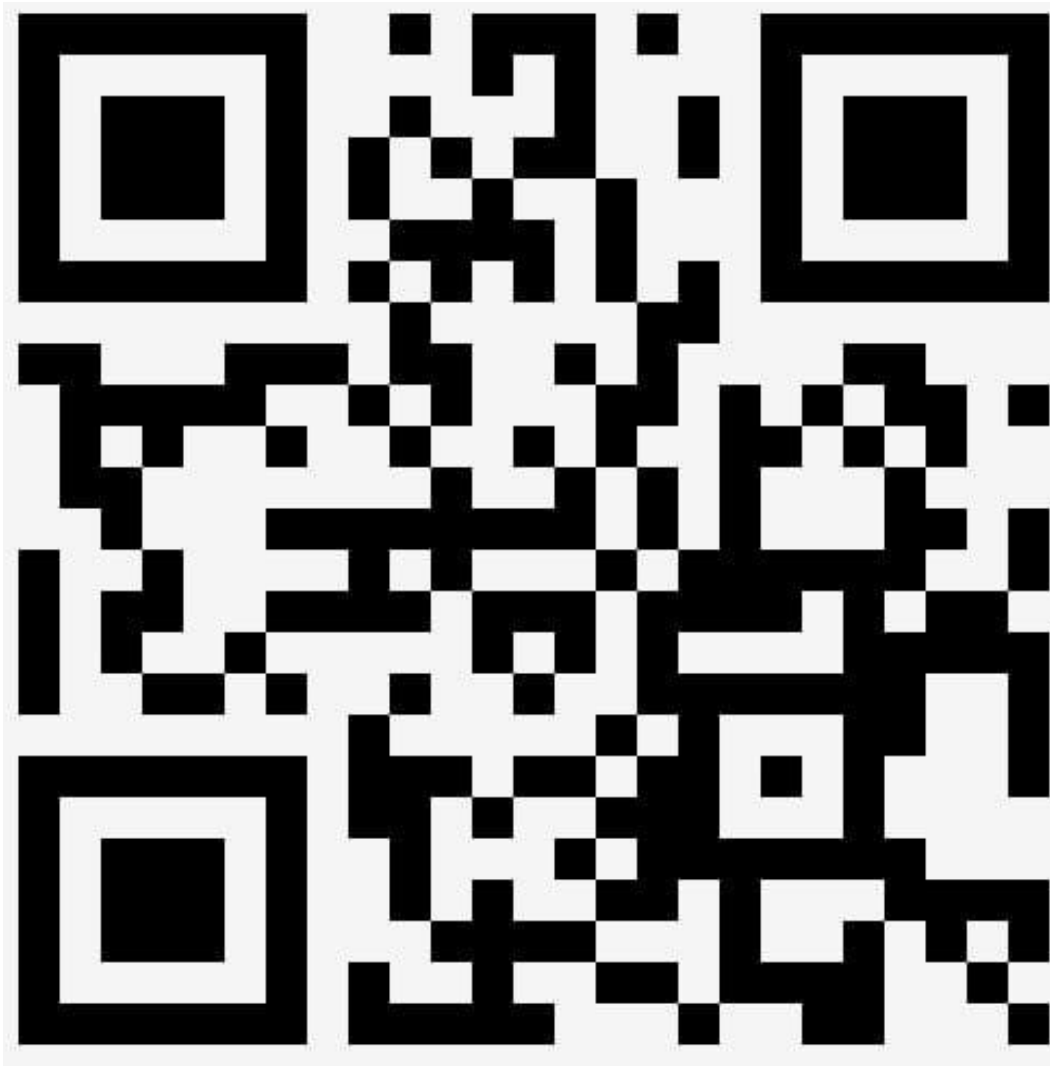


**Figura 5.2 Enlace y código QR del segundo video de la fase informativa de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

Por último, en el tercer video destinado a esta fase se busca informar sobre los centros de ayuda más cercanos, dando números y páginas para solicitar ayuda profesional, ya que el tercer nicho se caracteriza por ya estar en una adicción avanzada.

### Video 3- ¿Cómo dejar las drogas? Soluciones

<https://youtu.be/BM9R6oIENY>



**Figura 5.3 Enlace y código QR del tercer video de la fase informativa de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

## Fase 2- Emotiva

Esta fase tenía la encomienda de ser de las más emocionales de la propuesta, también se pensaron en tres piezas, una para uno de nuestros nichos, a continuación, explicamos con más detalle cada una de ellas:

Para los que aún no se encuentran inmersos en una adicción se hizo un vídeo donde mostrará los testimonios de los adictos contando como comenzó todo como en pocas palabras se enamoraron de las drogas y cayeron en ellas.

### Video 1- Así me enamoré de ellas

[https://youtu.be/DJvgP\\_iKoz8](https://youtu.be/DJvgP_iKoz8)



**Figura 5.4 Enlace y código QR del primer video de la fase emotiva de la campaña  
*Resiliencia: Disfruta reiniciar.***

Para el nicho de los que ya comenzaron a desarrollar una adicción seguía la continuación de la historia de cada uno de los adictos en vías de recuperación que nos compartieron sus testimonios, pero en este video se mostraba como sin darse cuenta se volvieron adictos.

**Video 2- No me di cuenta cuando se volvió una adicción**

<https://youtu.be/QXOoH1XqGH8>



**Figura 5.5 Enlace y código QR del segundo video de la fase emotiva de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**



Finalmente, para los que ya se encuentran en serios problemas en relación con sus adicciones el video de esta fase tocó fibras sensibles, ya que los participantes hablaron de cómo las drogas afectan a su familia y seres queridos y cómo se sentían en ese punto.

**Video 3- ¿Cómo salir adelante después de tocar fondo?**

<https://youtu.be/laM7ZhJXrgA>



**Figura 5.6 Enlace y código QR del tercer video de la fase emotiva de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

Decidimos que era buena idea hacer un video más en esta fase en el que los adictos hablarán de cómo su familia y tocar fondo fueron sus principales motivos para recuperarse de sus adicciones y alejarse de las drogas.

#### **Video 4- Todos merecemos una oportunidad**

<https://youtu.be/3G3VV6AxagE>



**Figura 5.7 Enlace y código QR del cuarto video de la fase emotiva de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

Creímos que era una buena estrategia apoyarnos de las historias y experiencias de los adictos en vía de recuperación ya que los mismos sujetos de estudio de esta investigación mencionaron que ver testimonios que inspiran sinceridad sobre los estragos de las adicciones es una buena forma de captar su atención, por ello la campaña dedicó una fase entera sobre las diferentes etapas de las adicciones vista desde la perspectiva de un adicto en vías de recuperación.

En general la dinámica del vídeo consistió en escuchar diferentes historias de adictos, unidas entre sí por algo común: las ganas de reiniciar su vida.

Se buscó la representación de diversos personajes involucrados con las drogas para lograr que el espectador se sienta identificado con alguno de ellos, la característica que todos comparten es que han sufrido en carne propia de la problemática y que actualmente se encuentran en la mejor disposición de salir adelante, utilizando testimonios reales para generar confianza.

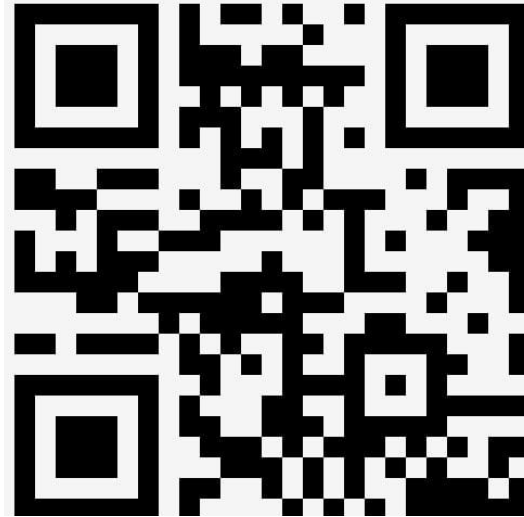
### **Podcast resiliencia**

Un podcast resulta ser una forma fácil y asequible para transmitir un mensaje, además puede llegar a ser muy atractivo porque puede utilizar efectos de sonido y música de fondo para crear la atmósfera a la cual se desee transportar a los oyentes. Otra de las ventajas de este tipo de comunicación es que se puede escuchar en cualquier momento inclusive mientras se realiza otra actividad.

Para este podcast utilizamos la historia de Ander, un alcohólico drogadicto en vías de recuperación, ya que los mensajes que transmitía encajaban a la perfección con la intención comunicativa de nuestra campaña, no lo vamos a transcribir en su totalidad en este apartado, pero sí pondremos algunos de los puntos más relevantes de esta pieza.

## Video Podcast- Resiliencia: Historia de Ander

<https://youtu.be/1GiiUvoB7Ww>



**Figura 5.8 Enlace y código QR del Podcast Resiliencia de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

### **Fase 3 – Motivadora**

Objetivo: Enfocarse en los sueños que tienen los jóvenes y apoyarlos, motivarlos a través de videos emotivos es una forma efectiva de lograr un impacto positivo en la audiencia, cuando los videos están bien contruidos, tienen un tono adecuado, contenido y estructura se vuelven memorables para los usuarios y es precisamente lo que queremos lograr, estar presente en sus vidas brindándoles apoyo, recargando sus niveles de motivación para que se encuentren enfocados en ello y no pierdan sus objetivos.

Aquí es donde se usa el eslogan de la campaña que es “Llena tu vida de...” dicha frase es muy flexible si pensamos en las diferentes terminaciones que se pueden tener como: llena tu vida de metas, retos, sueños, color, personas que mejoren tu vida, inspiración, amor, etcétera.

**Video 1- No te quedes con las ganas... llena tu vida de sueños**

<https://www.youtube.com/watch?v=66v2hQJLGho>



**Figura 5.9 Enlace y código QR del primer video de la fase motivadora de la campaña  
*Resiliencia: Disfruta reiniciar.***

**Video 2- No estás solo... Llena tu vida de inspiración**

<https://youtu.be/kS7Uuh9mo48>



**Figura 5.10 Enlace y código QR del segundo video de la fase motivadora de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

Video 3- **No te rindas todo estará bien...** Llena tu vida de intentos

<https://www.youtube.com/watch?v=aAOdaAZ-nLw>



**Figura 5.11 Enlace y código QR del tercer video de la fase motivadora de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.**

#### 5.4.1 Costo de la propuesta

No se tomó en cuenta la aplicación de la propuesta que incluye personal de implementación, seguimiento durante el ciclo escolar y su correspondiente supervisión.

El presupuesto aproximadamente es de 10,000 pesos, la mayor parte se prevé que se destinará a pagar promoción en Facebook.

#### 5.4.2 Soluciones complementarias

Somos conscientes que la drogadicción es un problema de grandes dimensiones que requiere de grandes esfuerzos de toda la comunidad, nuestra campaña pretende persuadir de cierta forma a los jóvenes que hay una vida llena de cosas bonitas, que los sueños son posibles, que no importa de dónde vengas sino a donde quieren llegar, sin embargo, ninguna campaña funcionaria, sino se complementa con otras disciplinas y propuestas como las siguientes:

- **Programa educativo para incrementar la sensibilización sobre el consumo de drogas.**

Estudios confirman que la edad de inicio para consumir drogas cada vez es más prematura, niños que ni siquiera han comenzado la adolescencia se encuentran a ofertas de consumo de drogas, en esos momentos ante la falta de información y consciencia sobre el tema los chicos por experimentar dicen sí, sin saber lo que esto puede desencadenar, por eso se necesitan implementar de forma obligatoria en todas las instituciones de nivel básico (primaria) programas educativos sobre las drogas para que no agarren a nuestros niños en curva la primera vez que les ofrezcan alguna droga. Hay que ir con los niños y volverlos resilientes antes de que comiencen con alguna adicción, la clave es la educación.

- Establecer **equipos de apoyo de padres y jóvenes** que orienten en temas como las drogas, formación laboral y forma para encontrar y potencializar sus talentos.

Es de suma importancia que actores a nivel nacional, regional y local se comprometan en la búsqueda de soluciones ante el imponente problemas del consumo de estupefacientes, es necesario formar comités interinstitucionales (padres de familia, directores de escuelas, inspectores, conserjes, alumnos y gobierno).

- Organizar **conferencias y talleres** para informar acerca de temas de drogadicción y destinar presupuesto en actividades extracurriculares.



## 5.5 Cronograma

Se planeaba desarrollar la campaña a lo largo de un ciclo escolar, estamos hablando de alrededor de 200 días.

- 1 video largo por semana
- 2 videos cortos por semana
- 1 taller al mes
- 1 conferencia al mes
- 2 video informativo

**Figura 5** Cronograma del contenido de la campaña

Cronograma de contenido diario en Facebook							
Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	Video corto				Video corto		
		Conferencia (1 x mes)		Taller (1 x mes)			
			Video largo				
		animado		eo animado			

**Figura 5.12** Cronograma de contenido de la campaña Resiliencia: Disfruta reiniciar.

**Para cerrar...**

Las campañas sociales tienen el compromiso de ofrecer soluciones a las diferentes problemáticas sociales, aunque la implementación de las mismas es una herramienta poco visibilizada, esto no significa que carezca de los múltiples beneficios a la hora de implementar estrategias del marketing para lograr cambio de conductas y hábitos que perjudican a la sociedad.

En relación consumo de drogas se han llevado a cabo campañas con el objetivo de disminuir el consumo de drogas, la mayoría han tratado de persuadir a los jóvenes principalmente mediante el miedo, pero el problema ha crecido de forma alarmante lo que deja en evidencia que las campañas que existen en la actualidad no se dan abasto en la resolución de este tipo de problemáticas.

Antes esta realidad y bajo la lógica del Albert Einstein que afirma que solo podemos obtener resultados diferentes, si dejamos de hacer lo mismo, tampoco hay que subestimar las aportaciones que se han logrado a través de las iniciativas ya aplicadas.

Ante la necesidad de innovar y encontrar una forma original de desincentivar el consumo de drogas en jóvenes es que nació la iniciativa que tiene por estandarte la resiliencia, esto porque no hay mejor palabra que describa lo que necesitamos hacer con nuestros jóvenes, inspirarlos a desarrollar la capacidad de enfrentar las adversidades de la vida y convertir los errores y el dolor en la fuerza motora para superarse.

La campaña “Disfruta reiniciar” les ofrece a los jóvenes una oportunidad como lo dice indica su propio nombre de reiniciar, la propuesta se diferencia principalmente de las ya existentes porque no utiliza el miedo para persuadir a los jóvenes, al contrario, se enfoca en transmitir el lado positivo de no caer en las drogas.

## CONCLUSIONES FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

*“Convierte a tu cliente en el héroe de tu historia”.*

*- Ann Handley -*

## **CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

En este apartado se presentan las principales conclusiones obtenidas tras la realización de la tesis y se detallan cómo se alcanzaron los objetivos específicos del proyecto, también se da respuesta a las preguntas de investigación. Por último, se aportan algunas posibles líneas de investigación que puedan enriquecer el trabajo.

### **CONCLUSIONES**

“¿Qué mundo le vamos a heredar a nuestros jóvenes, y que jóvenes le vamos a heredar a este mundo?”.

-Dr. Sergio Rojas Bautista

A continuación, algunas de las principales aportaciones realizadas en esta tesis:

En este trabajo se diseñó una campaña de Marketing social enfocada en desincentivar el consumo de drogas en jóvenes del CBTA #233 de Tarímbaro, Michoacán. Lo más importante de esto fue la creación de diferentes contenidos audiovisuales de acuerdo a la fase de la campaña y al nicho al que iban destinados.

Para el marketing es de vital importancia antes de diseñar una campaña o un producto o servicio conocer al público objetivo, por ello, lo que más nos ayudó fue analizar las respuestas de los sujetos de estudio, de esta forma pudimos conocer sus necesidades, gustos, intereses, motivaciones, antecedentes, etcétera.

Lo más difícil sin duda fue la creación del contenido de la campaña, esto en gran parte porque las campañas de tipo social como ya lo hablamos en apartados anteriores, se enfocan en abordar problemáticas que en su mayoría poseen un alto grado de complejidad como los son las adicciones. Las campañas que pretenden crear conciencia sobre el consumo de drogas tendrían que redoblar esfuerzos en la creatividad y forma en la que se dirigen a su público objetivo, una de las formas para lograrlo podría ser mediante experiencias creadas a partir de contenidos

persuasivos que a través de las emociones y no del miedo como se ha hecho por muchos años, de esta forma es posible tocar las fibras más sensibles de los receptores, en este caso en específico estamos hablando de los jóvenes, ya que son ellos los que representan el grupo más vulnerable con relación al consumo de drogas a nivel nacional e internacional.

Fue gracias al análisis de las respuestas de los sujetos de estudio en las entrevistas a profundidad que pudimos tratar de comprender la situación de los jóvenes respecto a las drogas, primero nos enfocamos en identificar los factores de riesgo que ocasionan el consumo de drogas en este grupo de la población. Recordemos que una adicción es multifactorial, no se puede pensar que un solo factor es la misma raíz para todos los individuos.

Los principales factores de riesgo que han ocasionado adicciones en los alumnos del CBTA 233, son las siguientes:

- Las **familias disfuncionales** representan un factor de riesgo, especialmente en la adolescencia. El primer grupo social con el que nos relacionamos es la familia, los padres y hermanos mayores son las primeras figuras de referencias para los niños y adolescentes que están continuamente formando su identidad y adoptando comportamientos tanto positivos como negativos.
- La **ausencia de reglas** dentro de la dinámica familiar propicia un entorno disfuncional, caso contrario definir límites funciona como factor de protección.
- La **falta de comunicación** dentro del núcleo familiar representa otro factor de riesgo.

Las campañas que pretenden crear conciencia sobre el consumo de drogas tendrían que redoblar esfuerzos en la creatividad y forma en la que se dirigen a su público objetivo, una de las formas para lograrlo podría ser mediante experiencias creadas a partir de contenidos persuasivos que a través de las emociones y no del miedo como se ha hecho por muchos años, de esta forma es posible tocar las fibras más sensibles de los receptores, en este caso en específico estamos hablando de

los jóvenes, ya que son ellos los que representan el grupo más vulnerable con relación al consumo de drogas a nivel nacional e internacional.

Fue gracias al análisis de las respuestas de los sujetos de estudio en las entrevistas a profundidad que pudimos tratar de comprender la situación de los jóvenes respecto a las drogas, primero nos enfocamos en identificar los factores de riesgo que ocasionan el consumo de drogas en este grupo de la población. Recordemos que una adicción es multifactorial, no se puede pensar que un solo factor es la misma raíz para todos los individuos.

Los principales factores de riesgo que han ocasionado adicciones en los alumnos del CBTA 233, son las siguientes:

- Las **familias disfuncionales** representan un factor de riesgo, especialmente en la adolescencia. El primer grupo social con el que nos relacionamos es la familia, los padres y hermanos mayores son las primeras figuras de referencias para los niños y adolescentes que están continuamente formando su identidad y adoptando comportamientos tanto positivos como negativos.
- La **ausencia de reglas** dentro de la dinámica familiar propicia un entorno disfuncional, caso contrario definir límites funciona como factor de protección.
- La **falta de comunicación** dentro del núcleo familiar representa otro factor de riesgo.



Ilustración 5.13 Costo promedio cerveza y cigarros en México.

Fuente: [jornada.com.mx](http://jornada.com.mx) & [milenio.com.mx](http://milenio.com.mx). Elaborado por: Autor

- La mayoría de los hogares en México tienen alguna bebida alcohólica como reserva, además parece común denominador que en todos las festividades o eventos el alcohol sea considerado un elemento indispensable, la **permisividad social** frente a las drogas por ser legales es un grave problema, ya que el hecho de que no tengan una sanción jurídica no quiere decir que su consumo no sea riesgoso para nuestra salud.
- Tener **baja autoestima** también representa un factor de riesgo que aunque parece no tener relación directa con las adicciones existen antecedentes de investigaciones al respecto que lo confirman, en esta tesis lo comprobamos al darnos cuenta de que un joven con baja autoestima es altamente influenciable, ya que las inseguridades no le permiten tener la confianza en sí mismo de tomar decisiones que cuiden su persona inclusive si su grupo no está de acuerdo con ellas, por ello tener una adecuada autoestima funciona como factor de protección ante las drogas.

- Cuando entramos en la adolescencia el **sentido de pertenencia** cobra más importancia que antes, ahora no solo buscamos tener relación con nuestro núcleo familiar sino también con un grupo de amigos, entonces ese grupo pasa a tener más influencia en los jóvenes. Una vez que el joven va sustituyendo a la familia las relaciones más importantes para el adolescente pasan a ser los compañeros que tengan características en común (edad, intereses, hobbies), el pertenecer a un grupo social de amigos le proporciona al individuo sentido de pertenencia y reconocimiento
- De acuerdo con la conocida pirámide de Maslow, el ser humano constantemente busca cubrir sus necesidades, que de acuerdo con esta teoría se ubican en diferente nivel con relación al valor de la necesidad. En los niveles más básicos, se encuentran las necesidades vitales primarias (comer, dormir, descanso, reproducción), en el segundo nivel está la seguridad (bienestar, salud, protección), y posteriormente están las necesidades de afiliación y afecto, esto hace referencia al sentimiento de pertenencia, porque lo que queda comprobado que el ser humano no solo siente la motivación por relacionarse con otros similares, sino también de ser aceptados, ante esta realidad es que la **presión social** por parte de los compañeros es un factor importante de riesgo.
- Así como el grupo familiar tiene sus propias normas el grupo de amigos funciona de acuerdo a las reglas que mejor les parezca y es ahí cuando el sujeto las adopta para **no ser rechazado por el grupo**, si el grupo al que quiere pertenecer el consumo de alcohol es una forma de convivencia el individuo deberá adaptarse y comenzar a tomar ciertas actitudes a favor de ello.
- De hecho, una de las principales razones por las cuales los adolescentes comienzan el uso de drogas es porque algún amigo les sugirió probarlas bajo el argumento de que al hacerlo les proporciona placer y que se olvidarían de todos los problemas. Para los que se sienten excluidos el hecho de que les digan que usar drogas es la onda, hace parecer esto como una gran idea, además en una sociedad como la nuestra donde **el consumo de alcohol y tabaco es aceptado**



el hecho de que los jóvenes lo hagan les proporciona mayor popularidad frente a sus amigos.

Cabe destacar que las condiciones socioculturales influyen en gran parte en la relación del individuo y el consumo de drogas y que un ambiente familiar estable minimiza las posibilidades de consumir drogas como forma de evadir los problemas, también pone en evidencia que las instituciones educativas en colaboración los padres de familia debería buscar crear talleres y espacios que buscarán fortalecer la asertividad, autoestima y el valor de los jóvenes para decir no a ciertas propuestas aunque vengan de su grupo de amigos.

Los factores de riesgo son muy particulares por cada individuo, ya que cada uno de nosotros contamos con características biológicas y psicológicas muy diferentes entre sí.

La investigación desarrollada en esta tesis identificó las motivaciones por las cuales los jóvenes podrían dejar las drogas. No caer en las drogas o salir de ellas requiere de muchos esfuerzos, tener motivaciones es de gran importancia, ya que estas pueden formar una red de apoyo lo suficiente sólida para alejar a los chicos de las adicciones.

De acuerdo con las respuestas de los sujetos de estudio pudimos notar que la familia es el principal motivo para alejarse de las drogas, ya que esta representa un gran soporte en la recuperación de una adicción, el individuo que es apoyado por su familia desde el principio hasta el fin de la rehabilitación puede tener mejores resultados. En cambio, la persona que se siente abandonada por su familia corre el riesgo de tocar fondo y no salir de su dependencia.

Bien dicen que cuando un individuo es adicto su familia también lo es, las drogodependencias involucran a todos, por ello cuando un adicto está en tratamiento su familia también debe hacerlo, quizás no de la misma forma, pero sí para aprender tácticas que sean de ayuda a la hora de evitar recaídas.

También notamos que el que los jóvenes hayan tenido un caso de adicción cercano a ellos, ya sea por parte de una familia o simplemente por un conocido, pueden llegar a ser fuertes llamadas de advertencia para que crean que las drogas son inofensivas o que su consumo será fácil de controlar.

Otro de los puntos relevantes dentro de las motivaciones es que a la mayoría nos da miedo la muerte, aunque parece que en la juventud uno no se preocupa tanto por su vida, en la adolescencia se desarrolla una gran necesidad por probar cosas nuevas, hacer cosas arriesgadas, probar nuestro valor, experimentar, sentir adrenalina porque como jóvenes nos llegamos a sentir invencibles, creemos que estamos en el punto cúspide de nuestras vidas, y es cuando olvidamos el valor de la vida, sin embargo, hay quienes no olvidan lo importante que cuidar de su salud a través de hábitos y estilos de vida saludables, evidentemente las adicciones no contribuyen a un bienestar físico, lo que sí ha sido comprobado en algunos países es que ofrecerles a los jóvenes actividades para que utilicen su tiempo libre puede ser una gran alternativa para mantenerlos ocupados y con ello su atención, el deporte por ejemplo ha sido propuesto como instrumento de prevención del uso de drogas, ya que el llegar a ser un atleta de alto rendimiento tiene muchas exigencias como lo es mantenerse lejos de las drogas a cambio de la gran satisfacción de tener no sólo condición sino una gran calidad de vida.

Por otro lado, el tener sueños y metas establecidas impulsa a los adolescentes a dejar a un lado las distracciones que pudieran alejarlos de ellas, los sueños, las metas dan motivos para seguir luchando contra los obstáculos de la vida, el saber que queremos da un sentido a la vida y sobre todo la esperanza de continuar. Sin duda, la parte más complicada de esta parte fue darnos cuenta de que el conocer las motivaciones de cada uno de los que forman nuestro público objetivo es una tarea exhaustiva, pero esa no es la parte más difícil, sino es saber de qué forma a través de un mensaje se puede lograr despertar el entusiasmo en los jóvenes y también ser conscientes de que estar motivados para alejarse o dejar las drogas no se logra con un solo mensaje, ni un día de esfuerzos en una campaña, sino con

mensajes de apoyo y motivación que constantemente y de manera efectiva se encuentren presentes en la mente de nuestro público objetivo.

Dentro del Marketing social uno de los principales objetivos es influir de forma positiva en la mente del cliente, este tipo de Marketing ha desarrollado estrategias que tienen como objetivo modificar las conductas humanas dañinas por unas que busquen el bien común.

Hablando de los objetivos particulares en este trabajo se identificaron algunas estrategias propias del marketing social capaces de promover un cambio de hábitos y conductas para aplicarlas en el contenido de la campaña se tomó en cuenta el nicho y la fase a las que iban a ser destinadas. Lo más importante de esto fue generar estrategias personalizadas para cada uno de nuestros nichos en sus tres diferentes fases.

Dependiendo del público objetivo y de los nichos las estrategias del marketing social se adaptan a algunas variaciones, en la primera fase de la campaña se hizo uso de una **estrategia de reforzamiento** a través de la cual pudiéramos crear una actitud positiva frente a la información proporcionada, esto con el único fin de cambiar una actitud existente de ignorancia sobre el tema de las drogas.

La primera fase de la propuesta de campaña fue una de las más importantes, ya que tenía el objetivo principal de brindar información sobre los efectos y riesgos de los estupefacientes, así como los contactos de centros de ayuda que pueden ofrecer tratamientos para los interesados, esta fase estuvo compuesta por tres videos, el primero se diseñó pensando en los adolescentes que aún no consumen ningún tipo de droga, el segundo video se enfoca en los jóvenes que ya habían comenzado a consumir cualquier tipo de estupefaciente, pero que aún no habían desarrollado una adicción y la tercer pieza se concentró en el nicho de chicos que ya estaban sumergidos en una dependencia, proporcionándoles contactos y opciones de centros de ayuda que ofrecieran tratamientos de acuerdo a sus necesidades.

La segunda fase, estaba enfocada en a través de la persuasión emocional influir en la postura de los jóvenes respecto a las drogas, sabemos que una parte del cerebro es emocional, por ello se pensó en una **estrategia de persuasión emocional** como la mejor opción, ya que su elemento principal es la persuasión y hay muchas formas de hacerlo, el objetivo principal de esta etapa fue entonces despertar emociones del receptor y crear un vínculo de empatía a través de diferentes mensajes y que además despertarán en ellos conciencia sobre las drogas.

La tercera fase fue hecha para transmitir ánimo a través de mensajes motivaciones, por ello es que nos inspiramos en la **estrategia de inducción, no con el objetivo de dar una sanción, sino de dar un incentivo a los adolescentes motivados a alejarse de las drogas**, ahí radica uno de nuestros principales diferenciales respecto a otras campañas que han tratado de motivar el abandono de drogas por las fatales consecuencias de esto tiene sin siquiera contemplar que los jóvenes que consumen drogas las utilizan no por falta de fuerza de voluntad de no hacerlo, sino porque realmente están convencidos de que es la mejor forma de llenar su vacío.

Lo más importante de esto fue lograr pensar en una estrategia para que los jóvenes lejos de sentirse señalados se sintieran gratificados por cambiar su actitud respecto a las drogas.

Sin embargo, cabe mencionar que aún teniendo múltiples estrategias hay que tener en cuenta que una de las cosas más complejas en la vida es cambiar la conducta de otros seres humanos, inclusive la propia.

Más que seleccionar estrategias, nos dimos cuenta de que la clave de la campaña es tener un plan de marketing social bien estructurado que incluya los siguientes pasos (Lee & Kotler, 2015):

1. *Conocer a fondo la problemática social que se quiere abordar, el trasfondo, contexto actual y demás variantes que resulten relevantes para la investigación.*

2. *Después de conocer los factores y elementos que conforman la problemática hay que hacer un análisis de la situación, de preferencia hacer un FODA con las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.*
3. *Seleccionar un público objetivo*
4. *Definir los objetivos con relación al cambio de conducta positivo y metas de acuerdo a nuestro target que cumplan con el acrónimo SMART.*
5. *Identificar las barreras de nuestro público objetivo, sus motivaciones y nuestra competencia.*
6. *Desarrollar un Mix de estrategias de Marketing; producto; precio; plaza; promoción.*
7. *Desarrollar un plan de monitoreo y evaluación.*
8. *Establecer un presupuesto*
9. *Implementación del plan*

**La serie de pasos anteriormente mencionados fueron extraídos del libro “Social Marketing: Changing Behaviors for Good”, obra de Nancy R. Lee y Philip Kotler.**

También hay que tomar en cuenta que no se tiene solo que modificar los comportamientos nocivos sino también el entorno que puede propiciar dichas conductas.

Uno de los principios rectores de esta propuesta fue desarrollar una campaña de marketing emocional, nuestra tarea principal consistió en a través de la investigación y análisis de nuestro público objetivo crear contenidos emotivos que lejos de provocar miedo o preocupación en los adolescentes los llenará de motivación, por esa razón es que nuestro eslogan es “Llena tu vida de...”, el resultado fue desarrollar un producto social que buscaba motivar a las personas a llenar su vida con mejores hábitos, buenos amigos, sueños, metas, amor, etcétera.

Los mensajes positivos de una vida sin drogas tienen que conformar el mayor porcentaje de nuestra campaña de sensibilización, sin embargo, estamos

conscientes que por la falta de recursos y tiempo fue que no logramos desarrollar una campaña que pronosticará mayor impacto, lo que nos queda de experiencia es que las campañas por muy complicado que parezca deberían diseñarse pensando en la personalidad y experiencias de cada uno de los individuos, porque así se lograría una conexión con la audiencia y no apatía e indiferencia al escuchar un mensaje genérico.

Desde el comienzo tuvimos presente que tendríamos que usar algún tipo de persuasión dentro de la propuesta de campaña para ayudar a que los jóvenes cambiarán su estilo de vida por uno más saludable y consciente, y fue ante ese objetivo que indagamos en la persuasión como un recurso esencial, este concepto ha sido estigmatizado por la mayoría que asocia esta palabra con un significado negativo sinónimo de la manipulación cuando no es así, persuadir es el arte de seducir con mensajes, imágenes, colores, olores, diseños, formas, intenciones y música a nuestro target.

Todos los días sin darnos cuenta somos persuadidos o persuadimos a alguien, un ejemplo claro del poder de la persuasión a través de una campaña de comunicación y publicidad es el caso de propaganda nazi en la Segunda Guerra Mundial, en gran parte fue gracia a ella que Hitler persuadió a millones de alemanes a no tener límites de crueldad con sus actos.

Para persuadir necesitamos descubrir los motivos que nos ayuden a impulsar acciones benéficas para nuestro público meta, tener motivos es la única forma de que un individuo acepte una idea o cambio de conducta.

Pero la persuasión no está conformada por una única acción, es más bien un conjunto de etapas donde todos sus componentes influyen, cuando nos referimos a sus componentes estamos hablando tanto de la fuente, como el contenido del mensaje, el canal de comunicación y el contexto en general (NeuroClass, 2019), sin embargo, el nivel de recepción que un mensaje persuasivo tenga en la audiencia tiene algunas variaciones producto de la atención, comprensión y aceptación del

mensaje, de lograr una buena comunicación persuasiva es posible que se genere un cambio.

Antes de hablar de las técnicas de persuasión que seleccionamos queremos hacer énfasis en nuestra decisión de no persuadir a través del miedo como se ha hecho por años, Ann Handley nos aconseja: *“Convierte al cliente en el héroe de tu historia”...*

¿A quién no le gusta que le den su importancia o que lo hagan parte de algo? El consumidor de hoy en día más que comprar un producto o servicio se interesa en conseguir una grata experiencia, la centralidad en el cliente hace que este se vuelva el punto clave de las estrategias de forma que se busque sintonizar los servicios y productos de una empresa con los deseos y las necesidades de sus clientes (Fader, 2012), tenemos que empatizar con nuestro público objetivo en lugar de atemorizarlo con técnicas de persuasión basadas en el miedo, al contrario decidimos tratar a los adictos como seres humanos que padecen una enfermedad y que requieren apoyo, este principio desde el inicio de la tesis fue nuestro eje central, ya que nos dimos cuenta de que el chantaje con base en la culpa y el miedo aunque sí puede ser persuasivos no es la mejor forma de hacerlo, ya que trae consigo implicaciones negativas que hacen sentir mal o avergonzado al receptor, precisamente eso es lo que quisimos evitar en esta campaña.

A continuación las leyes que elegimos para la propuesta de campaña:

Los primeros videos que conforman la etapa informativa/educativa buscaron desde el principio diseñarse de tal forma que logran seguir los principios de la **ley de afinidad**, la cual sostiene que abordar a alguien de forma amigable puede causar un gran efecto a la hora de convencerlo de cierta recomendación o petición, la ley de afinidad crea vínculos entre el emisor y el receptor de tal forma que este último se interese en escuchar el contenido, además para que la persuasión funcione debe estar sobre dos pilares: la credibilidad y la confianza, la información proporcionada debe de inspirar en el receptor la seguridad de que puede confiar en ella.

Hablar acerca de los propios errores antes de mencionar los errores del otro logra influir en los demás de forma amable, además con los testimonios de adictos hacemos que de forma indirecta los jóvenes se den cuenta de los errores que están cometiendo, y de cierta forma les mostramos lo que pueden perder con las drogas. El video de los testimonios de adictos fue considerado de gran relevancia por lo que la **ley de precedente** nos dice: le creo porque ya ha pasado.

Otro de los videos de la segunda fase (emotiva) se inspiró en la **ley de la reciprocidad** aunque no siempre somos conscientes de la existencia de la reciprocidad en nuestra vida, esta es una forma natural de interacción con la sociedad, siempre que alguien hace algo por uno, es inevitable sentirse comprometido a corresponder, y con los padres es un caso especial porque siempre vamos a sentir que tenemos una gran deuda con ellos por todos los sacrificios en nombre de los hijos, como ya lo mencionamos anteriormente la familia es la principal motivación en la mayoría de los jóvenes, por eso concluimos que era una forma efectiva de persuadirlos.

La fase tres, enfocada en motivar a los jóvenes en su vida, buscó darles ánimos y hacerles sentir que cualquier error puede ser corregido y superado. Nuestra intención principal de esta serie de videos fue hacer que los jóvenes se sintieran felices de no depender de las drogas para sentirse llenos, sino de muchas otras cosas más.

También los videos de la fase tres tomaron en cuenta la **ley de incentivo** y la **ley de fe**, está comprobado que el ser humano actúa por estímulos, dar un incentivo, un motivo logrará que los jóvenes se esfuercen, además la fe por sí sola es una gran motivación, el ser humano por instinto necesita fe en su vida.

Y como última ley de persuasión, nos basamos en la **ley de consistencia**, esta nos explica que si uno dice que va a hacer algo y no lo hace sentirá la culpa de carecer de consistencia, cierto número de jóvenes admitieron que les importa cuidar su salud y que tienen sueños que quieren cumplir, bajo esa afirmación es que mostrarles los beneficios de un mejor estilo de vida los persuadió para que rechacen



hábitos nocivos o que abandones ciertas conductas que les impida realmente tener un buen estado de salud y realizar sus metas.

Enseñar con el ejemplo tiene más peso en cualquier parte del mundo, por eso estamos seguros de que las campañas y técnicas de persuasión no solamente tienen que ir enfocadas en los jóvenes, sino también en sus padres de familia, porque en gran parte el problema de tener un estilo no tan saludable radica en las enseñanzas recibidas los primeros años de nuestra vida.

En una de las preguntas de investigación, nos preguntamos ¿De qué forma podríamos abordar a los jóvenes para que se informen mejor respecto a las drogas?, ya que hay una gran desinformación respecto a los temas relacionados con las drogas, hacen falta campañas de sensibilización que transmitan la información de forma simple pero efectiva, los medios de comunicación tienen como una de sus principales tareas informar y educar, esto quiere decir que comunicación implica por sí misma un aprendizaje de la información brindada y es precisamente lo que los jóvenes necesitan.

Es importante no saturar a los receptores de información, ya que eso implicaría mayor esfuerzo y menor comprensión de la información, en esta propuesta de campaña destinamos tres videos de la primera fase para dar información sobre algunas drogas, sin duda, la parte más difícil de esto fue sintetizar el mar de información que hay respecto a las drogas.

Es importante tocar temas como los efectos de las diferentes drogas para que los jóvenes no se enteren o no les cuenten fuentes no tan confiables (experiencias de compañeros o rumores), brindar información a los adolescentes desde temprana edad les brinda la oportunidad de formar sus propios juicios y tomar de la forma más consciente posible decisiones.

En la actualidad para que una campaña de educación sobre el abuso de drogas tenga éxito es indispensable innovar, nos referimos a que se tienen que desarrollar métodos interactivos que le transmitan una experiencia efectiva de aprendizaje a

los jóvenes, ya no es suficiente hacer un video donde les hablas de las drogas, es necesario involucrarlos con dinámicas que capten por completo su atención en esta era sobresaturada de información, por esa razón los mensajes aparte de ser informativos tienen que ofrecer un plus y ser entretenidos.

Otro elemento importante es la forma en la que se desarrolla e implementa una campaña educativa, también es igual de importante decidir el momento y los canales en los que se distribuirán, ya que múltiples estudios han descubierto que cada vez es más prematura la edad de inicio en el consumo de drogas.

Crear campañas de marketing social de la mano de medios de comunicación que promuevan la idea de que adoptar nuevos y mejores hábitos de salud puede resultar hasta divertido y alcanzable. No es suficiente con informar y aconsejar para modificar conductas, es necesario que estas campañas brinden asistencia continua a través de alguna plataforma así como herramientas que promuevan buenos hábitos, como objetos para practicar algún deporte.

En general la campaña cumplió con el propósito de crear contenido audiovisual positivo como parte de una propuesta de marketing social enfocada en desincentivar el consumo de drogas en los jóvenes gracias a la motivación y a la resiliencia como principales pilares.

Estamos conscientes que nuestra propuesta no va a solucionar por completo la problemática, solamente un cúmulo de ellas de forma constante pudiera crear una diferencia, nuestro objetivo desde el comienzo fue encontrar una forma desde el marketing social y la comunicación que nos permitiera hacer aportaciones desde nuestro campo laboral, ya que problemas multifactoriales requieren de soluciones multidisciplinarias.

Para finalizar y cumpliendo con nuestros objetivos específicos podemos decir que fue gracias a la investigación que se realizó en el marco teórico y la información obtenida mediante las entrevistas a profundidad que logramos identificar una lista de factores de riesgo que promueven el consumo de drogas en los jóvenes, de igual

forma gracias a preguntas específicas dentro de la entrevista es que los sujetos de estudio nos compartieron las motivaciones que los impulsarían a luchar contra sus adicciones.

### **Pregunta General:**

**¿Cuáles son los elementos clave para desarrollar una campaña de Marketing social para lograr desincentivar el consumo de drogas en adolescentes mexicanos entre 15 y 18 años?**

Logramos identificar una serie de elementos claves para desarrollar una campaña de Marketing social, y se resumen en los siguientes puntos:

**-Tener identificado** y bien delimitado el **comportamiento que se quiere cambiar**.

**-Definir los objetivos del cambio social**, sabemos de antemano que las campañas de marketing social comparten como común denominador el objetivo de erradicar la problemática elegida, sin embargo, no podemos pretender que un solo esfuerzo lo logrará por esa razón los objetivos tienen que subdividirse en unos más pequeños y alcanzables que juntos logren una diferencia.

**-Determinar la intención comunicativa**, saber que se quiere lograr con la comunicación es el eje central de este punto, el **tono de comunicación** y el **tipo de lenguaje** que se adopta también es importante tomarlo en cuenta, ya que tenemos que pensar siempre hacia quién va dirigido el mensaje, para escoger los elementos más adecuados. Y así hablarle a nuestro público objetivo en un vocabulario que no sea externo a ellos, es muy común que los jóvenes tengan un lenguaje bien diferenciado al de los demás segmentos.

**-Comprender el problema**, sus causas aparentes y las que están más escondidas para analizar todas juntas. El consumo de drogas al ser multifactorial arroja una amplia diversidad de elementos que causan las adicciones, entre más cercanía o familiaridad se tenga con el problema que se quiere solucionar los agentes de

cambio podrán comprender la lógica, es por ello que observar y conocer a nuestro público fue un elemento clave en el desarrollo de la campaña.

**-Realizar una valoración del entorno de nuestro público objetivo** (escuela, familia, círculos cercanos), antes de diseñar la campaña se hizo un diagnóstico para conocer los gustos, intereses, necesidades, deseos, creencias y actitudes de los adoptantes objetivos. Este paso probablemente es el más importante de un plan de marketing social, el nivel de profundidad que haya tenido la investigación previa de la campaña será proporcional al éxito que esta tenga.

**-Crear un producto social que logre satisfacer la necesidad**, tiene que contar con las siguientes características: originalidad, credibilidad, que sea diferenciador y creativo. En específico en esta tesis se tenía que crear un producto (experiencia) que transmitiera a los jóvenes las múltiples posibilidades que hay de llenar su vida con otras experiencias diferentes a las adicciones y con ello los beneficios que se tendrían de adoptar un mejor estilo de vida sin drogas.

**-Decidir si se va a utilizar una misma estrategia para la segmentación en general o una por cada nicho**, mensajes y estrategias diferentes para cada uno de ellos.

En cualquier estrategia de comunicación y marketing la identificación de públicos objetivos se posiciona como el primer paso, esto con la finalidad de comprender y atender los diferentes perfiles, la importancia de esto radica en comprender el comportamiento de cada uno ellos, para pensar como lo hacen ellos, imaginar que vemos a través de sus ojos y así lograr empatizar con los mismos para que lejos de rechazar una campaña se sientan cómodos con ella.

**-Desarrollo de las piezas de comunicación adecuadas**, al hablar del copy en nuestras piezas hacemos referencia al mensaje que se usa en la campaña, el cual tiene que ser claro, convincente sobre los beneficios que aporta, tienen que ser emocionales porque esta temática es sensible de abordar, si el copy logra conectar con el corazón de tu público objetivo puedes estar seguro de que él o ella se quedara a escuchar cada parte de tu pieza, además hay que contemplar el diseño en cadena,

esto se refiere a que si determinado anuncio comienza haciendo énfasis en las consecuencias de tomar alcohol, al final hay que proporcionar información sobre grupos de apoyo o centros de rehabilitación, todo esto para llevar de la mano por el camino sugerido.

-Elaborar **plan de acción**, una vez que ya se crearon las piezas de comunicación y se decidió sobre que los canales se iban a utilizar para la distribución, el siguiente paso es organizar minuciosamente el orden de las actividades y acciones a realizar.

-**Análisis de los canales de distribución**, los medios juegan un papel fundamental dentro de este paso, se tienen que tomar en cuenta su alcance y públicos que los consumen ¿Son las redes sociales la mejor forma de llegar a su público objetivo? o ¿Es más probable que este preste más atención a la TV o charlas con expertos?, son algunas de las preguntas que se tienen que formular para tomar la mejor decisión.

-Establecer **el timing** de la campaña, en problemas de este tipo una duración a largo plazo es la mejor opción, ya que buscar un cambio conductual en los adolescentes resulta ser un proceso lento que necesita mucha constancia y permanente presencia. El marketing social no pretende imponer un producto o servicio como moda pasajera, sino que se busca ofrecer un producto constante, solo un proceso continuo puede garantizar su efectividad, **las campañas de este tipo nunca terminan.**

-**Hacer un pilotaje de la propuesta y recibir retroalimentación** para mejorar la campaña, este paso puede evitar que el anuncio pase la vergüenza de no llegar al público objetivo o malinterpretarse y quedar en el olvido, por eso la importancia de hacer pruebas preliminares de las ideas y mensajes.

-Finalmente, **ajustar, implementar y evaluar** el programa para mejorar.

Cabe destacar que al igual que logramos identificar los elementos claves para desarrollar un plan de marketing social, también existe la probabilidad de que las campañas de este tipo no sean del todo exitosas, ya sea por falta de información

sobre las necesidades del público objetivo o por la falta de interés por parte de los mismos, esto sucede principalmente si las investigaciones previas no analizaron a profundidad las necesidades reales de los implicados.

### **Conclusiones por capítulo**

#### **El capítulo 1 (Marketing social como agente de transformación social)**

Conocimos la naturaleza del marketing social como una disciplina relativamente nueva que ofrece a diferencia del marketing comercial un producto social, el cual consiste en la promoción de ideas y acciones que provoquen bienestar a la sociedad. Los antecedentes de este tipo de marketing muestran que su metodología permite identificar y satisfacer las necesidades tanto de tipo social como espiritual. Los principios teóricos del marketing social pueden ser aplicados en una gran variedad de programas al beneficio de la sociedad, ya que cuenta con estrategias que puedan modificar actitudes o conductas que se traduzcan en cambios positivos para la sociedad.

#### **En seguida el capítulo 2 (Adicciones y drogas ilegales en México)**

Se abordaron de forma resumida los antecedentes del origen y desarrollo de las drogas a nivel local, nacional e internacional, además de indagar en los factores que incentivan el consumo de drogas, ¿Cuáles son sus efectos?, tratamientos, lo cual fue de gran ayuda a la hora de desarrollar la primera fase de la campaña la cual estaba enfocada en orientar y dar información sobre los estupefacientes.

#### **En el capítulo 3 y 4 (Método de investigación y diagnóstico del CBTA 233 Tarímbaro)**

Se presentó la elección del tipo de investigación, la información fue recolectada gracias a las entrevistas a profundidad que los sujetos de estudio respondieron, a través de ellas conocimos sus necesidades y motivaciones.

Establecer un vínculo con los alumnos fue pieza clave para conocerlos mejor y entender su perspectiva con relación al consumo de drogas, además se realizó un

diagnóstico de los antecedentes, contexto actual y ambiente del CBTA 233, institución donde nos enfocamos.

### **Finalmente, el capítulo 5 (Desarrollo de la propuesta del Plan de Marketing para el CBTA 233 de Tarímbaro)**

La campaña “Disfruta reiniciar” fue el producto de los anteriores capítulos, ya que la propuesta fue diseñada con base en los resultados obtenidos del trabajo de campo y las investigaciones previas del marco teórico. Nuestra propuesta de campaña ofrece a los jóvenes una oportunidad como lo dice indica su propio nombre de reiniciar, la propuesta se diferencia principalmente de las ya existentes porque no utiliza el miedo para persuadir a los jóvenes, al contrario, se enfoca en transmitir el lado positivo de no caer en las drogas y su contenido se dividió en tres fases: informativa/educativa, una segunda etapa emotiva para crear consciencia a través de testimonios y la tercera fase se caracterizó por ser motivadora, cada fase a su vez tiene contenido para un segmento diferente: los que aún no se encuentran en una drogodependencia, los que ya han tenido su primer contacto con las drogas y los que ya han desarrollado una adicción, esto con la finalidad de crear contenido personalizado y no genérico para cada necesidad.

### **Conclusiones generales de la investigación**

En México hace falta visibilizar las bondades del Marketing social y la Comunicación como poderosas disciplinas que desde sus principios y herramientas pueden ser alternativas funcionales para solucionar problemas sociales, gracias a que cuenta con estrategias perfeccionadas a través de los años, sin embargo, este tipo de campañas que buscan modificar un cambio conductual no pueden prometer un progreso o resultados inmediatos, tendrán que estar acompañadas de acciones que enseñen a los jóvenes como cambiar sus hábitos.

En griego, adicto significa esclavo, pues se somete la voluntad a algo externo; mientras que droga significa mentira, es necesario proteger a nuestros niños y volverlos resilientes para que no se vuelvan esclavos de algo que a mediano y a

largo plazo puede atentar contra su vida, tenemos que ir con los que todavía no consumen ningún tipo de droga para orientarlos y prepararlos sobre el tema, es más fácil enseñarles cómo actuar ante ciertas problemáticas a enfrentarlas con sus terribles consecuencias.

El abuso de drogas puede ocasionar en los consumidores cambios a nivel cerebral que afecta principalmente sus estados emocionales, causando inestabilidad. En el cerebro de un joven esto puede afectar de forma irreversible porque en dicha etapa el cerebro de adolescente aún está en formación, esto vuelve a las adicciones algo tan complejo.

Con relación al consumo de drogas se han llevado a cabo campañas con el objetivo de disminuir el consumo de drogas, la mayoría con un enfoque negativo han buscado mostrarle a la audiencia las consecuencias fatales que pueden provocar el uso de drogas, mediante el miedo se ha tratado de persuadir a los jóvenes principalmente para que se alejen de estos vicios, pero el problema ha crecido de forma alarmante lo que deja en evidencia que las campañas que existen en la actualidad no se dan abasto en la resolución de este tipo de problemáticas.

Ante esta necesidad nosotros estamos seguros de que campañas educativas de concientización son la clave para abordar a los jóvenes y sensibilizarnos respecto al consumo de drogas, sumado con el apoyo de las autoridades escolares, una buena comunicación entre la escuela, padres y alumnos y por supuesto políticas preventivas que lejos criminalizar a los adictos busquen de todas las formas posibles ayudarlos a superar los obstáculos a los que se tengan que enfrentar, protegiendo siempre sus derechos y garantías y recordando que las adicciones son una enfermedad que puede y debe ser curada.

En el afán de tratar de encontrar nuevas formas para desincentivar el consumo de drogas en jóvenes es que nació esta iniciativa que tiene por estandarte la resiliencia, esto porque no hay mejor palabra que describa lo que necesitamos hacer con nuestros jóvenes, inspirarlos a ser resilientes, a desarrollar la capacidad de



enfrentar las adversidades de la vida y convertir los errores y el dolor causados en la fuerza motora para superarse y salir fortalecido de ellas.

Uno de los elementos indispensables es contar con las escuelas como instituciones de formación que de forma permanente promuevan campañas de concientización sobre el consumo de drogas y logren influir en el comportamiento de sus estudiantes. La educación es la base para prevención del abuso de drogas, pero esto requiere tiempo y esfuerzos prolongados, así como el respaldo por parte de los padres de familia y los docentes.

Es responsabilidad de todos no ignorar los problemas sociales por más delicados que sean, el conocimiento que poseemos puede ser de ayuda en la solución de estas problemáticas, realizando campañas atractivas, emotivas que cumplan el objetivo principal que es generar un cambio positivo en la sociedad.

Se necesita un compromiso multidisciplinario y complementario por parte de los padres, instituciones escolares, medios de comunicación, especialistas en el tema para que en conjunto trabajen en la elaboración de iniciativas multidisciplinarias que se complementen y refuercen entre sí.

Darle solución a un problema de grandes dimensiones que ha existido desde hace miles de años resulta ser una tarea ardua, responsabilidad de todos, que no se resolverá de la noche a la mañana se necesitan propuestas diseñadas dependiendo de los grupos de edad, gustos, realidades sociales, entorno familiar, a fin de poder realmente encontrar y satisfacer las necesidades de los involucrados.

### **Desarrollo y la verificación de la hipótesis planteada**

La hipótesis que se planteó al iniciar esta investigación es que la creación de propuestas de marketing social enfocadas en reforzar el lado positivo de no consumir drogas son una buena alternativa en el tratamiento de problemáticas sociales como lo es el consumo de drogas y que la metodología y herramientas del marketing comercial puede adaptarse a campañas que no persigan fines lucrativos como lo son las campañas sociales, de igual forma nuestra hipótesis plantea que ante la evolución del problema de salud pública (uso de drogas) las campañas que se dedican a enfrentar dicha problemática tienen que evolucionar, dejar de ser prohibicionistas y persuasivas mediante el miedo para apostar por opciones más creativas que persuadieran a través de emociones positivas.

Las conclusiones a las que pudimos llegar al final de esta investigación nos sirvieron para confirmar nuestra hipótesis, es posible utilizar los principios y estrategias del marketing social para desarrollar campañas emotivas, diferentes a las ya aplicadas en nuestro país. Lo expuesto anteriormente nos permite concluir que diseñar campañas de marketing social pueden lograr grandes cambios, sin importar que tan pequeños considere que sea su aportación no olvide que un esfuerzo constante y perseverante puede hacer la diferencia.

## FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

“Si he logrado ver más lejos, es porque estoy sentado sobre los hombros de gigantes”

- Juan de Salisbury

No hay duda que proyectos de este tipo se les tiene que dar continuidad, cada nuevo descubrimiento o aportación hablando específicamente del tema de las sustancias psicoactivas puede mejorar la propuesta, cuando comencé a investigar sobre ellas me di cuenta que tenía que revisar información sobre antecedentes que datan de miles de años, un mar de información, en lo largo de la travesía mientras más buscaba respuestas, más preguntas surgían, sin embargo vale la pena no desistir a la idea de encontrar una solución, como lo dice la frase del comienzo de este apartado quiero reconocer que si logré responder a mis preguntas de investigación y objetivos de esta tesis fue gracias a los cientos de trabajos que hay respecto a las drogas, estoy segura de este proyecto no termina para mí y de que también puede venir alguien a continuar con ello.

## RECOMENDACIONES

- Seguir el ejemplo de programas contra drogas como lo es “Preventure” (Szalavitz, Un programa antidrogas para jóvenes que parece que sí funciona, 2016), desarrollado por Patricia Conrod y puesto a prueba en Europa, Australia y Canadá, este programa como lo indica su nombre se esfuerza en tomar acciones preventivas para evitar que el individuo consuma drogas ¿De qué forma? Pues a través de estudios de personalidad aplicados a niños para identificar quiénes de ellos se encuentran en un riesgo más alto de desarrollar una adicción, esto es sustentado en el argumento de la creadora del programa, profesora de psiquiatría de la Universidad de Montreal al decir que el temperamento de un niño está directamente relacionado con su vulnerabilidad del consumir drogas.
- Destinar un presupuesto para desarrollar campañas preventivas, informativas y emotivas que logren sensibilizar al alumno desde las instituciones de educación de preferencia en los niveles más básicos, como lo es la primaria.
- Capacitar a los docentes de forma constante para que sepan como identificar un posible caso de adicción y las formas en las que puede brindarle apoyo al alumno, así como enseñarles técnicas terapéuticas específicamente para tratar con problemas psicológicos porque muchas de las adicciones se desarrollan a raíz de un trastorno en la salud mental del individuo. El hecho de capacitar a los maestros resulta de ser de gran ayuda, ya que ayuda a crear en ellos empatía con sus alumnos. No nos olvidemos de los padres como los primeros educadores, es indispensable también involucrarlos en las capacitaciones
- Promover talleres y conferencias de orientación y motivación para los estudiantes, también talleres especializados en enseñarles a los alumnos técnicas para enfrentar problemas emocionales.

- No etiquetar o señalar a las personas que tengan alguna adicción, siempre respetar la dignidad que tenemos todos como personas de forma que esto brinde confianza en los estudiantes para pedir ayuda.
- Que las escuelas se preocupen por ofrecerles a sus alumnos un ambiente seguro, instalaciones en buen estado que no se presten a ser puntos ciegos para el posible consumo de estupefacientes y que continuamente fortalezcan el sentido de comunidad con los docentes y estudiantes para fomentar una buena conexión.
- Las escuelas, en este caso en particular el Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario debe tomar el papel de protector para evitar que se siga propagando el consumo de drogas, una de las formas que podría hacerlo es fomentar hábitos saludables a través de talleres y torneos de deportes.
- Promover una buena comunicación entre padres e hijos como forma de prevención y sobre todo predicar con el ejemplo, uno aprende más de lo que ve que de lo que le dicen.
- Remitir a los jóvenes con problemas de adicciones con expertos en el tema con métodos garantizados que no atenten de ninguna forma a la dignidad del individuo, siempre asegurándose a los alumnos que tendrán todo el apoyo por parte de la escuela en su período de ausencia sin repercutir de forma negativa en sus calificaciones, ya que de lo contrario causaría muchas deserciones por parte de la matrícula. De antemano los padres de familia y los docentes tienen que aprender previamente algunas estrategias amigables con el joven para convencerlo de que lo mejor es que sea atendido por un profesional para comenzar con lo más pronto posible un tratamiento.
-

## RECOMENDACIONES PARA EL CBTA 233

- Diseñar primero a nivel nacional y después internacional, campañas educativas para persuadir a la población de no consumir drogas.
- Se recomienda a la institución la implementación constante de campañas de salud pública preventivas y educativas con el fin de disminuir los casos de adicciones dentro del plantel.
- Desarrollar un programa educativo para incrementar la sensibilización sobre el consumo de drogas.
- Incluir en el presupuesto anual un porcentaje destinado a un plan de marketing y publicidad, ya que con el tiempo esto se refleja de forma positiva en la reputación de la institución y en los números de la comunidad estudiantil.
- Motivar a los estudiantes a perseguir sus sueños, fomentar talleres extracurriculares.
- Brindar a los jóvenes apoyo moral a través de grupos de apoyo.
- Fomentar la comunicación con los jóvenes, desde sus casas, los padres tienen que estar constantemente al pendiente de sus hijos, no ignorar temas que podrían traer consecuencias fatales.
- Mejorar la comunicación entre los estudiantes y los docentes.
- Interactuar con los alumnos por medio de las redes sociales.
- Brindar atención gratuita a los alumnos que se muestran ausentes o con bajas calificaciones.

- Nombrar a un representante de la comunidad estudiantil para que sea el intermediario entre los estudiantes y la persona encargada de aplicar el plan de marketing para fomentar de esta forma una mejor comunicación.
- Establecer equipos de apoyo de padres y jóvenes que orienten en temas como las drogas, formación laboral y forma para encontrar y potencializar sus talentos.
- Organizar conferencias y talleres para informar acerca de temas de drogadicción.
- Promover actividades recreativas que fomenten estilos de vida saludables como torneos deportivos, actividades culturales y artísticas, talleres musicales, o cualquier iniciativa que los jóvenes propongan es crucial poner mucha atención en ellos, no son nuestro futuro sino nuestro presente.
- Crear centros de tratamiento de primer nivel con personal capacitado, expertos en el tema que vean a los adictos no como criminales, sino de forma más humana, dispuestos a brindarles la confianza de que recibirán la mejor atención.

## **Nuevos retos, nuevas campañas**

El crecimiento alarmante del consumo de drogas en la población juvenil destaca la necesidad de crear campañas de prevención y atención para desincentivar el consumo en los jóvenes principalmente.

Pudimos constatar que casi el 70% de los participantes tiene un gran desconocimiento de temas relacionados con las drogas (efectos, enfermedades, tratamientos), esto significa una gran oportunidad para enfocar gran parte de nuestros esfuerzos en hacer productos informativos como una fase de la campaña, así como una sección dedicada a desmentir mitos que hay en torno a las drogas.

A pesar de que vivimos en una época privilegiada en los que respecta a la accesibilidad de información, no obstante, esto no nos deja exentos de estar desinformados respecto a ciertos temas, aún existe un bajo nivel de conocimiento sobre las drogas, sus efectos y consecuencias es por ello que la necesidad informar y reforzar el conocimiento de fuentes confiables es en estos tiempos una cuestión que ya no puede esperar.

No pretendemos darle a la campaña la postura sentenciar el consumo de drogas, porque creemos que la mejor forma de que los jóvenes nos permitan acercarnos a ellos es no teniendo una actitud recriminatoria, sino de transmitirles que es válido equivocarse mientras no te quedes en el suelo y aprendas de las lecciones, esto enfocado principalmente a los jóvenes que ya comenzaron su consumo de drogas, pero que aún no se encuentran en un nivel de adicción alto y que se muestran interesados en hacer algo por recuperarse.

Otro de los mensajes claros que tenemos que promover en la campaña es la idea de que la juventud no es una etapa solamente para disfrutar al máximo, no nos vamos a pelear con esta idea, pero si queremos que los jóvenes se den cuenta que las drogas son un asunto que nos rebasa y que cuando menos se lo esperen ya no



podrán dejarlas y se perderán a sí mismos, para ello pueden funcionar recursos como testimonios de adictos en vías de recuperación que tengan como mensaje principal que el dejar las adicciones puede reiniciar vida y darle muchas oportunidades al adicto.

De igual forma se pretende abordar el no consumir drogas como una gran forma de cuidar tu salud, ya que uno de los más grandes miedos de los seres humanos es la muerte, cuidar nuestra salud va más allá de un tema moral o de prejuicios es un principio básico de supervivencia, muchos de los jóvenes que participaron en el presente estudio mostraron interés en no tener malos hábitos con tal de gozar de una buena salud y no tener problemas médicos, si de algo nos vamos a morir, pero que es eso de uno matarse solito por gusto nada más cuando la vida puede cada día reiniciar y ser una nueva oportunidad.

El tratamiento de drogadicción debe estar acompañado con acciones de promoción y prevención de salud, se deben promover en los jóvenes mejores estilos de vida y modificar la actitud de tolerancia que muchos tienen respecto al consumo de drogas, en una siguiente fase la prevención es el mensaje principal, sumado a esto se pueden fomentar ciertas disciplinas y hábitos como lo es el deporte porque esto puede mejorar el estado no solo físico sino también emocional de los jóvenes.

Para finalizar, los que hablaron sobre su consumo de drogas admitieron sentirse avergonzados y no orgullosos por este tipo de decisiones y la mayoría de ellos ven a la familia como el principal motivo para dejar un hábito nocivo como el consumo de drogas, además el hecho de que haya expectativas es un buen indicador que podría estar presente en la campaña porque los jóvenes les gusta pensar que vienen buenas cosas en su futuro, por eso una campaña con alguna fase motivadora también resulta beneficioso.

# BIBLIOGRAFÍA

## Bibliografía

- Cleto, M. d., Hernandez Lopez, K. E., & Pacheco Gamez, M. (Marzo de 2010). Proceso del Marketing Social en la Unidad de Atención y Prevención de la Violencia Familiar (UAPVIF) de la Delegación Xochimilco. México, México: Instituto Politécnico Nacional .
- Llantada, A. (2013). *El libro negro de la persuasión*. (N. Ediotres, Ed.) NEISA.
- Carasila, A. M. (mayo-agosto de 2008). El concepto de Marketing: pasado y presente. *Revista de Ciencias Sociales*, XIV(2), 391-412.
- Castillo, E. (31 de mayo de 2013). *Historia National Geographic*. Recuperado el febrero de 2020, de El Coliseo de Roma, gladiadores y luchas de fieras.: [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/coliseo-roma-gladiadores-y-luchas-fieras\\_7275](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/coliseo-roma-gladiadores-y-luchas-fieras_7275)
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2015). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. Estados Unidos: Sage Publications.
- Centro de Integración Juvenil, A.C. (2018). Estudio Básico de Comunidad Objetivo 2018. *Diagnóstico del Consumo de Drogas del Área de Influencia del CIJ Zamora*. Zamora, Michoacán.
- Centros de Integración Juvenil. (diciembre de 2019). "50 años de Atención a las Adicciones". *CIJ Informa*, 24(88), 6-7.
- Comisión Nacional de los Salarios Mínimos. (2021). *Gobierno de México* . Obtenido de Tabla de Salarios Mínimos Generales y profesionales : <https://www.gob.mx/conasami/documentos/tabla-de-salarios-minimos-generales-y-profesionales-por-areas-geograficas>
- CONACE. (2008). *Ministerio del Interior y Seguridad Pública*. Obtenido de Niños, niñas y adolescentes: tratamiento de drogas: [http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Drogas.%20Gu%C3%ADa%20de%20asesor%C3%ADa%20cl%C3%ADnica%20CONACE\\_1.pdf](http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Drogas.%20Gu%C3%ADa%20de%20asesor%C3%ADa%20cl%C3%ADnica%20CONACE_1.pdf)
- CONADIC. (2020). *Comisión Nacional contra las Adicciones*. Obtenido de <http://www.conadic.salud.gob.mx/pib/pib.html>
- Conexionesan. (26 de mayo de 2016). *ESAN*. Recuperado el enero de 2020, de El Marketing y sus definiciones: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/el-marketing-y-sus-definiciones/>
- Corleto, F. M., Rosa Aguirre, D., & Ventura Medrano, R. M. (3 de diciembre de 2010). Campaña social contra la explotación infantil. *Campaña social contra la explotación infantil*. El Salvador: Universidad Dr. José Matías Delgado.
- Lorduy, J. (26 de junio de 2019). *Colombia es el mayor productor de drogas de acuerdo a la ONU*. Recuperado el enero de 2020, de LR La república: <https://www.larepublica.co/economia/colombia-el-mayor-productor-de-drogas-de-acuerdo-con-un-informe-de-la-onu-2878057>
- Cortez, M. (12 de julio de 2016). *Merca 2.0*. Recuperado el enero de 2020, de Historia de la mercadotecnia: <https://www.merca20.com/historia-la-mercadotecnia/>

- Lugo, N. S. (2015). Enfoque social de la mercadotecnia y los desafíos de la cobertura universal en salud. *Revista Cubana de salud Pública*, 41, 97-106.
- Álvarez, H. R. (2015). *Mercadotecnia social en la salud*. (U. J. Tabasco, Ed.) Villahermosa, Tabasco, México: Colección Julián Manzur Ocaña.
- AACAP. (2014). *American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*. Recuperado el noviembre de 2019, de Información para la Familia: [https://www.aacap.org/AACAP/Families\\_and\\_Youth/Facts\\_for\\_Families/Facts\\_for\\_Families\\_Pages/Spanish/Los\\_Adolescentes\\_el\\_Alcohol\\_y\\_Otras\\_Drogas\\_03.aspx](https://www.aacap.org/AACAP/Families_and_Youth/Facts_for_Families/Facts_for_Families_Pages/Spanish/Los_Adolescentes_el_Alcohol_y_Otras_Drogas_03.aspx)
- Agencia EFE. (19 de abril de 2021). *EFE*. Recuperado el Abril de 2020, de El tortuoso camino de la marihuana legal en América: <https://www.efe.com/efe/america/mexico/el-tortuoso-camino-de-la-marihuana-legal-en-america/50000545-4515578>
- American Marketing Association. (2017). *AMA. Definitions of Marketing*. Estados Unidos .
- Beltrán, G. A. (1972). *La población negra de México: estudio etnohistórico*. (F. d. Económica, Ed.) CDMX, México.
- Bolaños, R. (2015). *Catálogo de Autoridades de Taríbaro*. Taríbaro.
- Díaz, A., & Yubero, S. (2001). *Drogas y drogadicción: un enfoque social*. Cuenca: Universidad de la Castilla-La Mancha.
- Duhigg, C. (2012). *El poder de los hábitos*. Nueva York: Vintage español.
- EOM. (12 de junio de 2019). *EOM*. Obtenido de El orden mundial: <https://elordenmundial.com/mapas/consumo-drogas-en-el-mundo/>
- Escotado, A. (1998). *Historia General de las Drogas*. Madrid, España: SPIN MultiNet.
- Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación*. (A. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Ed.) Norma.
- Global Commission on drug policy. (2014). *Asumiendo el control: Caminos hacia políticas eficaces*.
- García, J. S. (enero-junio de 2010). Em Questao Comunicação e informação. *El Marketing y su origen a la orientación social: desde la perspectiva económica a la social. Los aspectos de organización y comunicación*. Brasil, Porto Alegre , Brasil : Universidad Federal do Rio Grande do Su.
- García, J. S. (5 de noviembre de 2014). *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación.*, 1(2), 124-132.
- Gascón, F. M. (abril-junio de 2008). El marketing social, una alternativa metodológica pertinente para el diagnóstico y tratamiento de las disciplinas sociales. *Ciencia en su PC*(2), 33-42. Obtenido de Ciencia en su PC: <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181320254005.pdf>
- Gilli, G. (1985). Harold D. Lasswell; Estructura y función de la comunicación en la sociedad. *Moragas Spá, Miguel Sociología de la comunicación de masas*.
- Gobierno de México. (12 de agosto de 2019). *Informe Mundial de Drogas*. Recuperado el Noviembre de 2019, de Secretaría de Salud: <https://www.gob.mx/salud/articulos/informe-mundial-de-drogas-2019>
- Guber, P. (2011). *Storytelling para el éxito*. Empresa activa.
- IEXE Universidad. (6 de febrero de 2019). *Youtube*. Obtenido de Historia del Narcotráfico en México: <https://www.youtube.com/watch?v=Q6m3K0mKqm8>

- INAFED. (2021). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México*. Obtenido de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/index.html>
- Ileri Piña. (10 de octubre de 2018). *Contramuro.com*. Obtenido de Ocupa Michoacán el 12 lugar en consumo de drogas.: <https://www.contramuro.com/ocupa-michoacan-el-12-lugar-en-consumo-de-drogas/>
- Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes. (1984). *Naciones Unidas*. Recuperado el junio de 2020, de Informe de la Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes correspondiente.: [https://www.incb.org/documents/Publications/AnnualReports/AR1984/AR\\_1984\\_Spanish.pdf](https://www.incb.org/documents/Publications/AnnualReports/AR1984/AR_1984_Spanish.pdf)
- Jurgenson, J. L.-G. (2014). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n7/r1.html>
- Kloter, P., & Zaltman, G. (julio de 1971). Social Marketing: an approach to planned social change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3-12.
- Kotler, P., & Roberto, E. (1992). *Mercadotecnia Social*. México, México: Diana.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivación y personalidad*. Madrid, España: Diaz de Santos. Obtenido de [https://books.google.com.mx/books/about/Motivación\\_y\\_personalidad.html?id=8wPdJ2Jzqg0C&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books/about/Motivación_y_personalidad.html?id=8wPdJ2Jzqg0C&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Mayasari, L. (1 de mayo de 2012). *The Perspectives to Understand Social Marketing as an Approach in Influencing Consumer Behavior for Good*. Obtenido de International Journal of Business: <https://jurnal.ugm.ac.id/gamaijb/article/view/5442>
- Mendive, D. E. (2008). *Marketing Social. Manual Práctico*. Buenos Aires, Buenos Aires: De los vientos.
- Mesquita, R. (23 de julio de 2018). *Rockcontent*. Recuperado el Enero de 2020, de ¿Qué es el Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias.: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Mohammad, N. N. (1985). *Mercadotecnia social* (Vol. Segunda edición ). México, México: Limusa.
- Naciones Unidas. (1984). *Informe de la Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes correspondiente a 1984*. Viena.
- Neetwork Business School. (s.f.). *Neetwork Business School*. Recuperado el febrero de 2020, de Campañas de marketing social exitosas: <https://neetwork.com/campanas-de-marketing-social-mas-exitosas/>
- NIH. (2020). *National Institute on Drug Abuse*. Obtenido de La ciencia de la adicción: <https://www.drugabuse.gov/es/informacion-sobre-drogas/la-ciencia-de-la-adiccion>
- Núñez, P. P. (Enero-Diciembre de 1998). *Las drogas en la historia*. Recuperado el Mayo de 2020, de Salud Uninorte: <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/salud/article/view/4217>
- Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito. (2019). *Panorama mundial de la demanda y oferta de drogas*. Obtenido de Informe Mundial sobre las drogas 2019: [https://wdr.unodc.org/wdr2019/field/B2\\_S.pdf](https://wdr.unodc.org/wdr2019/field/B2_S.pdf)

- Organización Mundial de la Salud. (2018). *Terminología e información sobre las drogas*. Nueva York: Naciones Unidas.
- Ospina, G. A., Hernadez Tinajero, J., & Jelsma, M. (febrero de 2018). *Amapola, opio y heroína La producción de Colombia y México*. Recuperado el mayo de 2020, de [https://www.tni.org/files/publication-downloads/amapola\\_opio\\_y\\_heroina\\_la\\_produccion\\_de\\_colombia\\_y\\_mexico\\_web\\_0.pdf](https://www.tni.org/files/publication-downloads/amapola_opio_y_heroina_la_produccion_de_colombia_y_mexico_web_0.pdf)
- Parra, R. A., & Echeverry, M. P. (2007). *Desarrollo Histórico del Marketing*. U. Libre de Cali.
- Portugal, I. C. (2004). La comunicación desde el actor intencional. *Revista de Investigación Social*(1), 109-144.
- Roche, I. C. (1991). *Fundamentos de Marketing*. Barcelona, Barcelona: Ariel.
- RTVE. (26 de junio de 2019). *RTVE*. Obtenido de La producción mundial de la cocaína se encuentra en máximos históricos: <https://www.rtve.es/noticias/20190626/produccion-mundial-cocaina-se-encuentra-maximos-historicos-segun-onu/1961860.shtml>
- Salmon, C. T. (1989). *Information Campaigns: Balancing Social Values and Social Change*. (C. T. Salmon, Ed.) Londres: Sage Publications.
- Secretaría de Salud. (12 de agosto de 2019). *Informe Mundial de Drogas 2019*. Recuperado el noviembre de 2019, de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/salud/articulos/informe-mundial-de-drogas-2019>
- Silva, R. (8 de julio de 2016). *Fundamentos del Marketing*. Recuperado el enero de 2020, de ¿Qué es la Mercadotecnia?: <https://fundamentosdemarketingblog.wordpress.com/2016/07/08/fundamentos-de-marketing/>
- Solera, C. (18 de noviembre de 2013). *Excelsior*. Obtenido de Michoacán, una tierra favorita para el narco: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2013/11/18/929236>
- Szalavitz, M. (7 de octubre de 2016). Un programa antidrogas para jóvenes que parece que sí funciona. *The New York Times*.
- Szalavitz, M. (7 de octubre de 2016). Un programa antidrogas para jóvenes que parece que sí funciona. *The New York Times*.
- U.S. Department of Justice . (2015). *U.S. Department of Justice* . Obtenido de Drug Enforcement Administration: <https://www.justice.gov/sites/default/files/jmd/legacy/2013/10/13/dea-justification.pdf>
- World Health Organization. (2019). *Mental health*. Obtenido de Mental health: [https://www.who.int/health-topics/mental-health#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/mental-health#tab=tab_1)
- Zorrilla, S. (2010). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. México: Ediciones Cal y Arena.

**ÍNDICES**

**ILUSTRACIONES, GRÁFICAS Y TABLAS**

## ÍNDICE ILUSTRACIONES

<i>ILUSTRACIÓN 2.1 FACTORES DE RIESGO EN EL DESARROLLO DE ADICCIONES.</i> .....	56
<i>ILUSTRACIÓN 3.1 DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA DEL MUNICIPIO DE TARÍMBARO (INEGI, 2021).</i> .....	84
<i>ILUSTRACIÓN 3.2 OFRENDA DÍA DE MUERTOS PARA EL ALUMNO DEL CBTA 233 ALEXANDER REY ORNELAS.</i> .....	91
<i>ILUSTRACIÓN 3.3 CANCHA DEL CBTA 233 ANTES DE SER REMODELADA</i> .....	93
<i>ILUSTRACIÓN 3.4 CANCHA DEL CBTA 233 DESPUÉS DE SER REMODELADA</i> .....	94
<i>ILUSTRACIÓN 3.5 PIRÁMIDE DE MASLOW: JERARQUÍA DE LAS NECESIDADES HUMANAS</i>	101
<i>ILUSTRACIÓN 4.1 EL BUCLE DE LOS HÁBITOS EXTRAÍDO DEL LIBRO “EL PODER DE LOS HÁBITOS”.</i> .....	225
<i>FIGURA 5.1 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL PRIMER VIDEO DE LA FASE INFORMATIVA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.</i> .....	243
<i>FIGURA 5.2 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL SEGUNDO VIDEO DE LA FASE INFORMATIVA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.</i> .....	244
<i>FIGURA 5.3 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL TERCER VIDEO DE LA FASE INFORMATIVA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.</i> .....	245
<i>FIGURA 5.4 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL PRIMER VIDEO DE LA FASE EMOTIVA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.</i> .....	246
<i>FIGURA 5.5 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL SEGUNDO VIDEO DE LA FASE EMOTIVA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.</i> .....	247
<i>FIGURA 5.6 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL TERCER VIDEO DE LA FASE EMOTIVA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.</i> .....	249
<i>FIGURA 5.7 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL CUARTO VIDEO DE LA FASE EMOTIVA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.</i> .....	249



FIGURA 5.8 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL PODCAST RESILIENCIA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR.....	251
FIGURA 5.9 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL PRIMER VIDEO DE LA FASE MOTIVADORA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR. ....	252
FIGURA 5.10 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL SEGUNDO VIDEO DE LA FASE MOTIVADORA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR. ....	253
FIGURA 5.11 ENLACE Y CÓDIGO QR DEL TERCER VIDEO DE LA FASE MOTIVADORA DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR. ....	254
FIGURA 5.12 CRONOGRAMA DE CONTENIDO DE LA CAMPAÑA RESILIENCIA: DISFRUTA REINICIAR. ....	256
ILUSTRACIÓN 5.13 COSTO PROMEDIO CERVEZA Y CIGARROS EN MÉXICO.....	262

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICO 4.3 PARTICIPACIÓN DE ACUERDO AL SEXO DE LOS ESTUDIANTES DEL CBTA 233 EN EL PROYECTO.....	161
GRÁFICO 4.4 NIVEL DE ENSEÑANZA MÁXIMO CULMINADO POR LOS PADRES DE LOS ENTREVISTADOS. ....	162
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO- ENTREVISTA (2020). ELABORADO POR: AUTOR .....	162
GRÁFICO 4.5 NIVEL DE ENSEÑANZA MÁXIMO ALCANZADO POR LAS MAMÁS DE LOS ENTREVISTADOS. ....	164
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO- ENTREVISTA (2020). ELABORADO POR: AUTOR. ....	164
GRÁFICO 4.6 NÚMERO EN PROMEDIO DE LOS INTEGRANTES DE LAS FAMILIAS DE LOS ENTREVISTADOS. ....	166
GRÁFICO 4.7 FORMA EN QUE LOS SUJETOS DE ESTUDIO CALIFICAN SU COMUNICACIÓN FAMILIAR .....	169

GRÁFICO 4.8 PRESENCIA DE PROBLEMÁTICAS EN LOS HOGARES DE LOS ENTREVISTADOS. .....	171
GRÁFICO 4.9 PRESENCIA O AUSENCIA DE LINEAMIENTOS DENTRO DEL HOGAR DE LOS ENTREVISTADOS. ....	173
GRÁFICO 4.10 FORMA EN QUE LOS SUJETOS DE ESTUDIO CALIFICAN SU AUTOESTIMA. ....	175
GRÁFICO 4.11 FORMA EN LA QUE LOS SUJETOS DE ESTUDIO CALIFICAN SU LA PRESIÓN ESCOLAR EN EL CBTA 233. ....	178
GRÁFICO 4.12 CONSUMO TABACO POR PARTE DE LOS SUJETOS DE ESTUDIO. ....	181
GRÁFICO 4.13 EDAD DE INICIO DEL CONSUMO DE TABACO POR PARTE DE LOS ENTREVISTADOS. ....	184
GRÁFICO 4.14 CONSUMO DE ALCOHOL POR PARTE DE LOS SUJETOS DEL ESTUDIO. ....	185
GRÁFICO 4.15 EDAD INICIO CONSUMO DE ALCOHOL POR PARTE DE LOS SUJETOS DEL ESTUDIO. ....	188
GRÁFICO 4.16 CONOCIMIENTO DE LOS SUJETOS DE ESTUDIO SOBRE DIFERENTES TIPOS DE DROGAS. ....	189
GRÁFICO 4.17 CONOCIMIENTO Y CONTACTO DE LOS SUJETOS DEL ESTUDIO CON DROGAS ILEGALES. ....	192
GRÁFICO 4.18 NIVEL DE PÉRDIDA AMIGOS AL CONSUMIR DROGAS. ....	196
GRÁFICO 4.19 CONSECUENCIAS NEGATIVAS POR EL CONSUMO DE DROGAS POR PARTE DE LOS SUJETOS DE ESTUDIO. ....	199
GRÁFICO 4.19 PRESENCIA DE PROBLEMAS MÉDICOS POR CONSUMO DE DROGAS. ....	202
GRÁFICA 4.20 PERSONAS A LAS CUALES LOS ADICTOS LES PEDIRÍAN AYUDA PARA REHABILITARSE. ....	204
GRÁFICO 4.21 CONOCIMIENTO DE LOS SUJETOS DE ESTUDIO RESPECTO A LOS TRATAMIENTOS EXISTENTES SOBRE DROGAS. ....	207

GRÁFICO 4.22 <i>PROYECCIÓN DE LOS SUJETOS DE ESTUDIO RESPECTO A SUS INTERESES EN EL FUTURO.</i> .....	210
GRÁFICO 4.23 <i>PRINCIPALES MOTIVACIONES QUE AYUDARÍAN A UN ADICTO PARA DEJAR LAS DROGAS.</i> .....	213
GRÁFICA 4.24 <i>ALTERNATIVAS QUE PODRÍAN AYUDAR A UN ADICTO A SUPERAR LAS DROGAS.</i> .....	216

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 2.1 PORCENTAJES DE ALCOHOLISMO EN MORELIA, MICHOACÁN.....	53
TABLA 2.2 CIFRAS DROGADICCIÓN EN MORELIA POR EDAD Y POR SEXO. ....	54
TABLA 2.3 VÍA DE ADMINISTRACIÓN DE LAS PRINCIPALES DROGAS EN MORELIA.....	77
TABLA 3.1 ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENZAS) DEL CBTA 233.....	96
TABLA 4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS SUJETOS DE ESTUDIO DEL PROYECTO: PROPUESTA CAMPAÑA MARKETING SOCIAL RESILIENCIA; DISFRUTA REINICIAR. ....	113
TABLA 4.2 PORCENTAJES DE ACUERDO AL SEXO DE LOS PARTICIPANTES DEL PROYECTO.	160



# ANEXOS

## ANEXOS

### Cuestionario de la entrevista a los sujetos de estudio del presente trabajo

#### Antes de empezar, sírvase leer lo siguiente:

El presente cuestionario forma parte de un estudio [internacional/nacional] sobre el consumo de alcohol, drogas y tabaco entre los estudiantes. La encuesta es realizada por [.....]. Su escuela y su clase han sido seleccionadas al azar para participar en el estudio. Usted es uno de aproximadamente [.....] alumnos en [.....] que participan en el estudio. La información que suministre contribuirá a comprender mejor a los jóvenes como usted.

NO escriba su nombre en el cuestionario. Sus respuestas serán confidenciales. Nadie sabrá lo que ha escrito. Las preguntas sobre sus antecedentes solamente se utilizarán para describir los tipos de alumnos que responden al cuestionario. La información no se utilizará para averiguar su nombre. No se revelará ningún nombre en ningún momento.

Responda a las preguntas diciendo lo que realmente sabe y hace. Sírvase responder con la mayor franqueza posible. No hay ninguna obligación de responder al cuestionario. El hecho de que responda o no a las preguntas no afectará a sus notas en esta clase. Si no se siente cómodo respondiendo a una pregunta, simplemente deje el espacio en blanco.

## Cédula de entrevista

**EN ESTA ENTREVISTA NO LE PEDIMOS SU NOMBRE, ES ANÓNIMO**

**En las primeras preguntas se desea obtener cierta INFORMACIÓN DE ANTECEDENTES sobre usted.**

1. **¿Cuál es su sexo?**

Masculino

Femenino

2. **¿En qué año nació?**

\_\_\_\_\_

3. **¿En qué grado escolar está?**

Primer año

Segundo año

Tercer año

**Las próximas preguntas se refieren a sus PADRES. Si usted fue criado principalmente por padres adoptivos, un padrastro o una madrastra u otras personas, responda sobre ellos. Por ejemplo, si tiene un padrastro además de su padre verdadero, responda acerca del que haya sido más importante en su crianza.**

4. **¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su padre?**

Enseñanza primaria parcial o completa

Enseñanza secundaria parcial

- Enseñanza secundaria completa
- Enseñanza universitaria parcial
- Enseñanza universitaria completa
- No sabe o no se aplica

**5. ¿Cuál es el nivel de enseñanza más alto alcanzado por su madre?**

- Enseñanza primaria parcial o completa
- Enseñanza secundaria parcial
- Enseñanza secundaria completa
- Enseñanza universitaria parcial
- Enseñanza universitaria completa

**6. ¿Cuál de las siguientes personas vive en el mismo hogar que usted?**

- Vivo solo
- Padre
- Padrastro
- Madre
- Madrastra
- Hermano(s) o hermana(s)
- Abuelo(s)
- Otros parientes

- 7. ¿Cómo es la comunicación con tu familia? La calificarías como poca, buena o muy buena... Justifica tu respuesta**
- 8. Dentro de tu núcleo familia ¿Han tenido alguna problemática?**
- 9. ¿Existen reglas establecidas en tu casa o lineamientos que tienes que respetar? Cuéntame como funcionan**
- 10. ¿Consideras que tienes autoestima? Poca, buena o muy buena. Justifica tu respuesta.**
- 11. ¿Has sentido que la presión en la escuela es muy grande para ustedes como estudiantes y que es un problema lidiar con ella? Cuéntame por qué.**
- 12. ¿En cuántas ocasiones ha fumado cigarrillos?**
- 13 . ¿En cuántas ocasiones ha tomado una bebida alcohólica (más de unos pocos sorbos)?**
- 14. ¿Ha oído nombrar alguna de las siguientes drogas?**
1. (a) Tranquilizantes o sedantes
  2. (b) Marihuana (hierba, María, etc.) o hachís (aceite, chocolate, etc.)
  3. (c) Anfetamina (anfeta, bombita, ais, batu, etc.)
  4. (d) Éxtasis
  5. (e) LSD
  6. (g) Crack
  7. (h) Cocaína
  8. (i) Heroína



**15. ¿Por favor, me puede contar cómo ha sido su experiencia con el consumo de drogas?” ¿Que edad tenía cuando consumió algún tipo de droga por primera vez y qué significan para ti?**

**16. De las drogas que figuran a continuación ¿cuál fue la primera que probó?**

- Tranquilizantes o sedantes (sin indicación de un médico ni de otro trabajador de la salud)
- Marihuana o hachís
- LSD
- Anfetamina
- Crack
- Cocaína
- Relewin
- Heroína
- Éxtasis

**17. ¿Ha perdido amigos por su uso de drogas?**

**18. ¿Ha descuidado a su familia o faltado al trabajo como consecuencia del uso de drogas?**

**19. ¿Ha tenido problemas médicos como resultado de su uso de drogas (por ejemplo: pérdida de memoria, hepatitis, convulsiones, sangrados, etc.)?**

**20. ¿Ha estado en un tratamiento específicamente relacionado con el uso de drogas?**

**21. ¿Cómo te gustaría que fuera tu futuro?**

**22. ¿Qué te motivaría dejar el consumo de drogas?**

## **Historia de vida de un drogadicto en vías de recuperación.**

### **(Se requirió para posteriormente armar el video testimonial de la campaña)**

Hola que tal soy Ander soy un alcohólico drogadicto en vías de recuperación, primero que nada, quisiera poder expresar que este testimonio no es con el afán de que a las personas a las cuales se les comunique hagan lo mismo o su intención sea repetir mi historia, solo es un testimonio porque quisiera que se llevaran lo mejor y lo que no les sirve no tomarlo en cuenta.

Estos dos años en sobriedad han sido de los mejores en mi corta vida, lo afirmo y lo digo bien, hoy la verdad es que no cambiaría uno de mis peores días estando sobrio a unos de mis mejores días estando en consumo. Yo empecé a conocer un poco todo este rollo de las drogas como a los doce años, ya había tenido acercamientos con el alcohol, pero jamás con la droga, en mi casa nunca hubo alguien adicto, en mi familia jamás se mostró algún acercamiento hacía eso, fue corriendo el tiempo y obviamente comienzas a conocer amistades y eso me lleva a una cosa y a otra, por querer pertenecer a un círculo social, por quererme sentir querido, con protección, con cariño lo hice.

La marihuana fue mi primer acercamiento con la droga, quisiera decir que fue por gusto o por querer librarme de problemas, pero simplemente lo hice porque me llamaba la atención y yo quería también llamar la atención de mis amigos o de según mis amigos que hoy en día me doy cuenta que no eran más que compañeros de consumo, fue pasando el tiempo y mi consumo fue aumentando, recuerdo que fumaba un martes y no volvía a fumar dentro de 15 días por temor o terror de sufrir efectos secundarias, esos quince días se convirtieron en una semana, esa semana se convirtió en tres días, y esos tres días se convirtieron en horas, y esas horas en segundo. Ya no podía parar, perdí mi capacidad de decidir y de muchas otras, cuando entré en prepa fue cuando mi consumo se convirtió en algo constante, algo más fuerte porque yo lo veía como algo normal, porque en las fiestas te ofrecen, tus mismos amigos, esos que se dicen llamar amigos se burlan de ti, te dicen que si no lo haces eres esto, eres lo otro, tratan de humillarte y en mi caso no me gustaba verme débil ante ellos, entonces por eso lo hacía, no lo hacía porque fuera algo que me gustaba.

Cuando comencé a volver adicto señales simples aparecieron, comencé a faltar en la escuela, empecé a alejarme de mi madre que es la más cercana a mí, ella siempre ha sido madre y yo como su cachorro, empecé a faltar a muchas cosas, ya no estaba, todo me molestaba, me sentía solitario, sentía que nadie me quería, sentía que todos estaban en mi contra, en muchas ocasiones llegue a pensar que nadie me entendía, gran parte de mi consumo fue para olvidarme de mi realidad, huía de su realidad consumiendo, pensaba que los problemas se iba a ir a base de una fumada o que se iban a ir con la botella, pero la realidad es que no, llegaban más y más problemas y más iba descendiendo, entonces creo que se notó bastante el cambio de personalidad porque siempre he sido una persona muy alegre, que habla mucho, tratando de siempre ver el lado positivo de las cosas.

Algo de lo que nosotros los adictos nos mofamos es decir que nosotros los adictos no causamos un daño físico a la familia, pero creo las agresiones son de todo tipo, acciones, palabras y creo que una palabra duele más que mil golpes, yo no me había dado cuenta que estaba haciendo una agresión directa hacia mis padres y hermanos faltándoles al respecto y faltándole el respeto al lugar donde yo vivía, muchas veces culpe a mi madre, porque decía ella no me entendía, le echaba en cara las veces que no estaba en casa por irse a trabajar, pero todas esas cosas no las veía, tenía una venda en los ojos, solo me concentraba en lo malo, culpando a todos menos a mí, ignorando lo que pasaba en mi interior, nunca jamás me vi a mí, lo más fácil y sencillo era echarle la culpa a los demás de mis problemas.

Dicen por ahí que esta enfermedad es burlona, porque cuando menos te lo esperas burla toda barrera que pongas, así quieras consumir menos o quieras hacer tus cosas, yo no he conocido un drogadicto que sea funcional o que pueda dejarlo cuando el decida.

Yo tuve que dormir varias veces en la calle, tuve que pedir comida, dinero, ya en mi casa no me recibían. Recuerdo un diciembre, era tanta mi locura, era tanto mis delirios de persecución que cuando soltaron los balazos de años nuevo, sentí que me estaban disparando a mí. Al final de cuentas esto es cuestión de decisión, es querer cambio tu estilo de vida por completo.

Soy feliz como soy y como quede, sufro mucho de facturas, los adictos le llamamos así a las repercusiones que eso nos deja, el día de hoy estoy bien cimentado, tengo los pies en la tierra para que todos esos golpes saberlos soportar y siempre apegado a algo. Las drogas no te llevan a nada bueno, hice demasiadas cosas de las cuales estoy arrepentido, dañe a terceros, pero sobre todo me dañe a mi mismo, lo peor que me pudo haber pasado es que me perdí a mismo, perdí motivaciones, el sentido de la vida, amigos.

Al principio fue divertido, sentí mucha adrenalina, de verdad sonará loca, pero sentía que tenía superpoderes y que todo lo podía, muchas veces llegue a hacer cosas que estando en mis cinco sentidos jamás pensaría en hacer, pero después fue todo en picada, ya nada me llenaba, tenía que consumir demasiado para poder llegar al estado donde quería estar, tuve que salirme de casa y vivir en una casa abandonada donde llegaban heroinos, cocainos ,cualquier tipo de persona, llegue a ver como mataron gente, como levantaron gente, es un ambiente demasiado feo y creo que solamente el mundo las noticias todo nos muestra muy por encima lo que realmente es vivir en esto, llegue a ver a mamás que prostituían a sus hijas por conseguir una dosis, todo ese tipo de cosas que ahora alcanzo a ver. Consumir drogas es algo ya muy cotidiano, algo que vemos normal, en muchas ocasiones llegue a robar para tener droga, sin tener necesidad de sufrir y vivir en la calle. Al final del día me di cuenta que estoy aquí por un motivo, estoy aquí por algo, no sé por qué sea, pero en el camino estoy, mi adicción fue algo que devasto con todo, perdí muchas cosas, lo más importante es que perdí a mi mismo.

Antes yo jugaba al futbol, estuve en las fuerzas básicas del Morelia, en sub 13 y 14, tenía muchas metas, muchos sueños como todos, ese sentido de la vida se me perdió, perdí las ganas de vivir las drogas me las quito. Sentía que mi vida iba a acabar ahí.

Creo que, dentro de mi inconsciencia, lo poquito de consciencia que tenía me daba cuenta que realmente necesitaba algo, necesitaba volverme encontrar y saber a que rumbo ir. Estaba en un rumbo donde pesaba más la droga que mi familia. Nunca pedí ayuda, nunca pedí que me internaran, estuve después internado 9 meses, jamás busque la ayuda, pero dice un dicho: "Las mejores cosas llegan cuando no

las buscas” y la verdad es que quisiera decir que estoy enojado como mi mamá porque me interno pero la verdad es que no, fue un renacer a la vida, un renacer a mi mismo, en este proceso me encontré con etapas muy duras, tuve que trabajar con mucho resentimiento que tenía hacía mi familia, el proceso es largo aún sigo trabajando en el, pero al final de cuentas todo vale la pena.

Recuerdo una vez que estaba en el internamiento, solamente dejaban que me visitaran dos veces al año, casi no veía a mis papás, fue la primera vez que lloré realmente porque extrañaba mi mamá, sentía esa inseguridad, me sentía débil, cada vez que regresan esas ganas de volver a caer en las drogas recuerdo ese momento, recuerdo que tengo una madre que esa una guerra incansable, tu madre es quien nunca te va a dejar caer, pueden venir miles de mujeres, pueden venir miles de hombres, pero el amor de una madre siempre va a estar ahí, amor como el de una madre jamás habrá. Lejos de la atención médica, psicológica, fue mi madre quien de verdad se lleva el premio por haber estado conmigo dándolo todo, sin mi mamá este proceso no sería posible.

Aún recuerdo esas noches en mi cuarto cuando me sentaba en silencio y el cuarto estaba oscuro, volteaba a todos lados y no veía a nadie, creo que esas cosas hasta el día de hoy me duelen, por eso no quiero volver a lo mismo.

Creo que nunca me he puesto metas en si, hoy ya no vivo del futuro ni del pasado, vivo mi día a día, mi presente, trato de enfocarme en las cosas que puedo hacer hoy, trato siempre de mejorarme día con día y haciéndome siempre un autoexamen pensando o cambiando cosas que pueden afectarme. Creo que una de mis metas sería estudiar psicología, me gustaría aprender que es lo que te lleva a una adicción y el porqué. No voy a estar anclado al pasado ni atarme a un futuro que es incierto, lo mejor es vivir el presente, la verdad este proceso ha sido demasiado duro, demasiado desgastante, pero ha valido la pena.

Yo le digo a todos los que están consumiendo drogas, dentro de ese mundo:

Es momento de tomar cartas en el asunto y saber cuanto vale tu vida, disfrutar tu vida, vivirla, amarla, respetarla, pero sobre todo cuidarla, es lo único que tenemos, la vida no es un juego, estamos jugando, yo jugué con mi vida y casi la pierdo, las cosas a veces no salen como uno quiere, pero siempre habrá días mejores.

## **Historia de vida de mi informante clave**

Yo como médico lo veo como un problema de salud pública, que mata tus siete vidas, tu vida física, mental, emocional, espiritual, productiva, social y tu vida familias.

Mi hermano murió a causa de las adicciones... Soy ranchero, soy indio suriano, soy de un pueblo que se llama Jungapeo. Tengo como adictologo cuarenta y cinco años, y casi los cincuenta años como médico, terminé como médico en de la Universidad Michoacana en la Facultad Doctor Ignacio Chávez, después por parte del Seguro Social hizo Medicina familiar a Guadalajara.

En toda mi carrera de estudiante, de médico, nunca tomé ni fumé nada, era un buen chico, pero un buen día, el menos esperado, mi hermano mayor empezó a tomar mucho y cuando concluye mi trabajo como Jefe de Servicio Médico de la Comisión Federal de Electricidad, empecé a tomar, ¿Por qué?... Porque se vive en una sociedad, enferma, egoísta, empobrecida, materialista, esa modernidad que nos ha llevado al glamour, una sociedad que en lugar de vivir espiritualmente bien, viven para el dinero, creen que el dinero lo es todo, pero solamente lo barato se compra con dinero, hay cosas que el dinero no compra, podrá comprar una chica guapa, preciosa, pero no el respeto de ella, podrá usted comprar un hospital, pero no la salud, podrá usted comprar el reloj más hermoso del mundo, pero no la hora, podrá comprar lo que usted quiera pero no la vida, yo conozco porque he sido médico de muchos ricos, pobres y millonarios, tuve un cliente que cada año me regalaba un carro porque rescaté a su hijo.

Un problema adictivo te puede llevar a un problema delictivo, he sido conducto de ayuda de muchos seres desgraciados, como son los drogadictos y los adictos, que para únicamente están enfermos del cerebro, ahí está el problema de las adicciones. El problema de las adicciones, es un problema multifactorial, el tratamiento es un tratamiento multidisciplinario. Cuando yo comencé en esto tuve que ver morir a mi hermano, a mi hermano nada le faltaba, estaba fuerte, decía que tenía muchas novias, tenía caballos y hasta un rancho que mi papá le había dejado,

pero un día mi padre me manda a llamar y me dice: tu hermano anda mal, yo ya me dedicaba a esto de las adicciones.

Vivimos en una sociedad adicta, donde te hacen comentarios como:

¿Qué no quieres porque te pegan?

¿Te regañan?

¿No eres de la onda?

Hace muchos años yo me juntaba con un banquero a tomar, que porque si lo hacía me iba a incrementar mi sueldo, me gastaba más pagando las borracheras de él y mías.

El adicto se va haciendo poco a poco, es un proceso, aunque ahorita con las drogas de diseño con una sola ingesta de éxtasis o fentanilo, que es que esta de moda actualmente, esta sustancia tiene dos acciones, la primera criminal y la otra medicinal, el fentanilo es usado como pre-anestésico, actualmente están revolviendo el fentanilo con otros medicamentos, lo queman, se cubren con una cobija o toalla y comienzan a inhalar, esto tiene varias reacciones en el organismo, primero se embota el cerebro, la zona dopaminérgica, nosotros tenemos más de mil millones de neuronas en el cerebro, esas se van muriendo poco a poco desde que uno nace, cuando uno no come a sus horas, cuando se desvela hay muertes de neurona y con más razón hay cuando uno se droga, se alcoholiza o se mete alguna sustancia psicoactiva o psicoadictiva, activa porque te activa el cerebro, psicoadictiva porque te mata muchas neuronas. Si un día te metes una sustancia psicoadictiva, hay bienestar y placer, eso es lo que sienten los adictos.

Cuando Estados Unidos mandaba sus soldados a la Guerra con Vietnam en la Segunda Guerra Mundial, les daban una coca cola y un cigarro de marihuana, cuando regresaron de la guerra, los que regresaron, regresaron todos neuróticos, con problemas cerebrales.

Cuando yo vi morir a mi hermano, lo primero que detecté fue la obsesión y la compulsión, no es fácil poderlo dejar, porque nuestro cerebro tiene mecanismos de recompensa, si yo me fumo un cigarro de marihuana me libera placer, para una persona con adicciones no es pecaminoso por eso no lo pueden dejar, y ya una vez que se enamoró el cerebro.

El tabaquismo es la boca de entrada para las demás sustancias, gradualmente el cerebro te va pidiendo más, el cerebro es lo más sagrado que tenemos.

En la marihuana, el joven que empieza a fumar impide el desarrollo del cerebro, si le metes drogas lo encoges porque se empiezan a morir miles de neuronas.

El camino a las drogas es primero uso, hábito, abuso, mal uso, y vino la adicción.

Desde hace cuarenta y cinco años, cuando vi morir a mi hermano, lleve su cadáver con mi cuñada, recuerdo que mi cuñada me dijo:

-No me des el pésame, felicítame, se acabaron las complicaciones, los gritos, los golpes, las humillaciones, mis hijos están todos traumatados, felicítame, muerto el perro se acaba la rabia.

Yo quería ahorcarla, pero yo ya me dedicaba a esto, sabía que tenía razón, porque donde hay un adicto es un infierno.

El Padre de la psicología moderna, William James decía que solamente el amor, una conversión espiritual puede hacer que dejes de ser esclavo de las drogas.

Hay un dragón de dos cabezas, la cabeza adictiva y la cabeza neurótica o emocional, la cabeza adictiva es de vivir para beber y beber para vivir, vivir para drogarme y drogarme para vivir, y la cabeza neurótica cuando hay traumas en el hogar. El problema de las adicciones no son las sustancias, es una pequeña parte de, la verdadera enfermedad son los problemas emocionales (miedos, temores, ansiedad, angustia, desesperación, depresión). Antes de drogarse el adicto tenía un problema psicopatológico, problema emocional.