

A-120

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



**LAS RELACIONES PUBLICAS EN INSTITUTOS DE
SEGURIDAD SOCIAL.
EL CASO DEL IMSS.**

**Seminario de Investigación
Administrativa
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A N**

**LUNA LICONA FRANCISCO JAVIER
ORTIZ ROSAS JESUS**

Director del Seminario: LIC. GUILLERMO GOMEZ CEJA
MEXICO, D. F. 1979



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

INTRODUCCION

CAPITULO I

- 1.1 Generalidades
- 1.2 Antecedentes de las Relaciones Públicas
- 1.3 Concepto Etimológico
- 1.4 Algunas Definiciones

CAPITULO II

- 2.1 Funcionalidad de las Relaciones Públicas
- 2.2 Función Actual
- 2.3 Beneficios que representa
- 2.4 Objetivos

CAPITULO III

- 3.1 Introducción al IMSS
- 3.2 El IMSS y su problemática
- 3.3 Marco de Estudio

CAPITULO IV

- 4.1 Planeación de la Investigación
- 4.2 Fijación de Objetivos
- 4.3 Planteamiento de las Hipótesis
- 4.4 Universo
- 4.5 Determinación de la Muestra
- 4.6 Fijación de variables

CAPITULO V

(MECANICA DE LA INVESTIGACION)

- 5.1 Diseño de Cuestionarios
- 5.2 Recopilación de la Información
- 5.3 Método de Tabulación
- 5.4 Análisis de las Variables Sociológicas
- 5.5 Análisis de las Hipótesis I y II

5.6 Análisis de las Hipótesis III y IV

5.7 Interpretación de la Información

CAPITULO VI

(Modelo propuesto para estructurar las Relaciones Públicas en el IMSS)

6.1 Justificación

6.2 Organograma

6.3 Funciones

6.4 Sugerencias

CAPITULO VII

(Conclusiones)

BIBLIOGRAFIA:

I N T R O D U C C I O N

Existe en la actualidad un sin fin de organismos que de acuerdo a su dinámica tienen la necesidad de modificarse o bien ser substituidos, a fin de mejorar la tarea que estan cumpliendo actualmente; esto sin duda supone que se trata de perfeccionar una serie de sistemas y procedimientos.

Mientras más complejas son las grandes urbes, cuando los satisfactores de una sociedad resultan insuficientes o inadecuados, se presentan algunas actividades correctivas que requieren un análisis profundo y detallado así como la correcta aplicación de líneas de acción, que sirvan como instrumento de solución. Dentro de esas actividades está la Seguridad Social, que por su naturaleza, por sus resultados y por sus recursos ha logrado permanecer actualmente, como aspecto fundamental en el desarrollo de las sociedades, haciendo esto un importante e interesante hecho para un estudio.

Si hacemos un examen de conciencia y nos preguntásemos hasta qué punto necesita un organismo (que procura los servicios necesarios para el bienestar colectivo), mantener una comunicación de tipo conceptual funcional con la población donde se encuentra establecido; la respuesta debe ser lógica; sólo - - - -

que una limitante resulta ser los amplios y complejos roles de trabajo que existen, haciendo que en algún lugar o momento atrofien la cantidad de estímulos que pretenden llegar a su meta.

Una función que se antoja llena de interés es sin duda el sistema de difusión que se utiliza en ese organismo con la finalidad de mantener informado al medio ambiente, sus beneficiarios, sus derechohabientes, y sus trabajadores; y también podemos invertir cómo reciben estos sectores la comunicación - por parte de quien la emite; y una serie de interrogantes emergen sobre este tema. Sin embargo dentro de nuestro estudio se pretende la confrontación de la función de relaciones públicas con la imagen que varios sectores tienen con respecto al IMSS.

Pensando quizá, que este testimonio con el cual terminamos un ciclo de nuestra vida, pueda representar alguna utilidad dentro del campo de la Seguridad Social que se desarrolla en nuestro territorio, y si esto, por alguna razón, no fuese posible llevarse a cabo, que sea entonces una satisfacción muy particular con esfuerzo y voluntad que hemos depositado para lograr y crear algo dentro de las limitaciones que el medio ambiente nos ha impuesto.

CAPITULO I

1.1 Generalidades

Todo lo que existe en nuestro derredor y que forma parte de la vida del ser humano, tiene su antecedente, es decir aquello que forma parte del universo está constituido por una serie de fases y, éstas a su vez formarán un proceso, el cual a través de los años se va comportando o adecuando a las necesidades existentes.

Pongamos como ejemplo, el caso del hombre en su actual fase; comparándolo con el hombre prehistórico, encontraremos una gran diferencia, entre éste y aquél. El hombre ha ido evolucionando durante siglos, hasta llegar a ser lo que es en la actualidad, un ser con infinidad de conocimientos y una gran capacidad de raciocinio.

Ahora si ese hombre ha evolucionado justo es decir que sus actividades se han desarrollado junto con él; y una función que ha cobrado en la actualidad gran importancia lo son "las relaciones públicas".

Las relaciones públicas nacen en el preciso instante en que ese hombre siente el deseo de comunicarse con los demás y también en el momento en que se asocia con otros para realizar cualesquier actividad como lo fué el obtener sus alimentos

para poder subsistir; y en otros casos ayudarse mutuamente y así lograr mantener un determinado poder.

El hombre al pretender ingresar y ser aceptado en una comunidad tenía que relacionarse con gran parte de los integrantes de ella, es decir, es en ese instante en que tiene que intentar desarrollar algún tipo de comportamiento, para poder -- formar parte de dicho grupo y ser agradable en él de no ser así, corría el riesgo de ser expulsado, o limitar su participación en las actividades que realizaran.

Esto según nuestro criterio es una forma burda y primitiva de las relaciones públicas; así es entonces que las relaciones públicas nacen como una actividad imprescindible en el contexto de la vida actual del hombre.

1.2 Antecedentes

Jorge Ríos Szalay, (1) nos presenta una cronología - del desarrollo de las relaciones públicas.

"En el siglo XV la creación de la imprenta, vino a - aumentar la circulación de la palabra escrita, convirtiéndose aquella en una de las herramientas principales de las Relaciones Públicas".

A principios del siglo XVI empezó a circular una obra que fué difundida ampliamente en Europa, esta obra se conoce co mo El Príncipe, escrita por Nicolás Maquiavelo considerada co mo un tratado sobre Relaciones Públicas.

En la Reforma del siglo XVI, es decir cuando tuvo ori gen el movimiento protestante, sus iniciadores Lutero y Calvino emplearon todos los medios de Relaciones Públicas a su alcance, para influir en la opinión pública creando una idea distorsio- nada de la religión católica, por su parte los defensores de és ta, utilizando los mismos medios trataron de modificar esa ima- gen.

Aquí nos encontramos ante una situación por demás in-

(1) Relaciones Públicas su administración en las organizaciones

interesante, pues ya se empieza a gestar una lucha entre dos organismos, cada uno por su lado, tratando de colocar sus ideas en la comunidad de aquella época, utilizando para ello todos los medios existentes.

En el siglo XVIII la Revolución Francesa representa entre otras cosas, un claro ejemplo de las Relaciones Públicas, muestra de ello es la labor realizada por Rousseau, Voltaire, Montesquieu y varios más, cuyos textos se consideran como antecedentes ideológicos de los movimientos de independencia de México y de otros países latinoamericanos.

Su introducción en América se inició a principios de este siglo, fundamentalmente en la industria norteamericana, en el momento en que ésta contrata especialistas para realizar campañas y así obtener el favor del público.

Las dos guerras mundiales fueron una plataforma para proyectar las Relaciones Públicas a niveles insospechados fundamentalmente en la industria, dando origen con ello a un aumento en la producción de armamento, combatiendo el ausentismo y, fomentando la productividad en los trabajadores.

En México también encontramos ejemplos del origen de las Relaciones Públicas entre las tribus que habitaron el Valle de México, existía un personaje llamado Tecuhtli (señor) el cual hacía la función de mediador, al suscitarse algún problema en -

la tribu, tal señor, trataba de evitar, la inconformidad en la comunidad. En la época de la colonia, los virreyes utilizan, los medios difusorios a su alcance, e influyen en el pueblo para que contribuya a cubrir los gastos del gobierno, esto era - una especie de tributo llamado subvención; y, en caso de no cubrir tal tributo se les presionaba, diciendoles que de no hacerlo, Dios los castigaría, algo parecido a lo que sucede en la actualidad con el pago de impuestos.

Así también nos encontramos al cura Miguel Hidalgo - tratando de influir en el pueblo, aprovechándose de sus necesidades e incitándolo a la lucha en contra de aquellos que los estaban explotando y, es así como se gana la aceptación popular y por consiguiente el apoyo a su causa.

Asimismo nos damos cuenta, mediante los libros que se han escrito sobre nuestra historia que en la Revolución de 1910, los grupos que comandaban caudillos tan famosos como Villa, Zapata, y tantos otros se percataron que influyendo en una forma adecuada en la opinión pública podían lograr que ésta participara en la lucha de sus ideales coadyuvando a la realización de sus objetivos.

1.3 Concepto Etimológico.

Gran parte de las palabras, (por no decir todas) que usamos o que existen en nuestro idioma provienen de raíces o - voces del latín.

Es por lo anterior que para iniciar este trabajo decidimos investigar cuál es el origen del término Relaciones Públicas.

"El término Relaciones Públicas proviene del latín - relatio, onis que significa conexión, correspondencia, trato, comunicación de una persona con otra, publicare que significa - hacer notoria o patente, por voz de pregonero u otro medio, una cosa que se quiere hacer llegar a noticia de todos" (2) .

Podemos señalar que las relaciones públicas en términos generales es dar a conocer mediante una persona o grupo de ellas alguna situación o hecho, a una ó varias personas con el objeto de mantener una comunicación, asimismo establecer una re lación que puede llevar a encontrar lo que se desea.

Completando lo anterior podemos aseverar que las relaciones públicas es una variante de la comunicación puesto que los dos pretenden alcanzar el mismo objetivo. Informar.

(2) Seminario de tesis UNAM
Relaciones públicas de la Industria Químico Farmacéutica con el gobierno 1974, pág. 4. México, D. F.
Varios Autores.

1.3 Concepto Etimológico.

Gran parte de las palabras, (por no decir todas) que usamos o que existen en nuestro idioma provienen de raíces o voces del latín.

Es por lo anterior que para iniciar este trabajo decidimos investigar cuál es el origen del término Relaciones Públicas.

"El término Relaciones Públicas proviene del latín - relatio, onis que significa conexión, correspondencia, trato, comunicación de una persona con otra, publicare que significa - hacer notoria o patente, por voz de pregonero u otro medio, una cosa que se quiere hacer llegar a noticia de todos" (2) .

Podemos señalar que las relaciones públicas en términos generales es dar a conocer mediante una persona o grupo de ellas alguna situación o hecho, a una ó varias personas con el objeto de mantener una comunicación, asimismo establecer una relación que puede llevar a encontrar lo que se desea.

Completando lo anterior podemos aseverar que las relaciones públicas es una variante de la comunicación puesto que los dos pretenden alcanzar el mismo objetivo. Informar.

(2) Seminario de tesis UNAM
Relaciones públicas de la Industria Químico Farmacéutica con el gobierno 1974, pág. 4. México, D. F.
Varios Autores.

1.4 Algunas definiciones

Existen en nuestro medio un sinnúmero de definiciones sobre el término relaciones públicas, así que creimos conveniente recopilar algunas de ellas, para dar una idea más clara de lo que significa el término relaciones públicas. Ahora cuando se trate de interpretar un concepto, siempre existirá una diferencia (por lo general ésta es mínima) entre una y otra definición; ya que, mientras un autor analiza el concepto desde un punto de vista humano; otro lo señalará de una forma más técnica, en este caso, al comparar las diferentes acepciones, llegamos a la conclusión de que las relaciones públicas buscan crear o introducir una imagen en determinados sectores.

Las definiciones que se dan a continuación han sido tomadas de autores que han dedicado gran parte de su vida al estudio de este tema tan interesante: las Relaciones Públicas.

"Las actividades desplegadas por un grupo, con miras a establecer y mantener relaciones de confianza entre sus miembros y los diferentes públicos, directa o indirectamente interesados en las actividades económicas o sociales de aquellos".

(3).

"Son el conjunto de medios utilizados por las empresas para crear un clima de confianza en su personal, y en los ambien

(3) Código de Relaciones Públicas de Francia
creado el 9 de marzo de 1954.

tes en los cuales se hayan en contacto y, de modo general, en el público con miras a afianzar su actividad y desarrollarla. En último de los casos constituyen el conjunto armonioso de las relaciones sociales surgidas de la actividad económica en un -- clima de lealtad y de verdad" (4).

"Las actividades de una industria, asociación corporación, profesión, gobierno u otra organización para promover y sostener sanas y productivas relaciones con personas determinadas, tales como consumidores, empleados o comerciantes, y con el público en general, para así adaptarse a su medio ambiente, en beneficio de la sociedad" (5).

La Asociación Francesa define las Relaciones Públicas de la siguiente forma:

"Se denominan Relaciones Públicas a las actividades efectuadas por un grupo, con vistas a establecer y mantener - buenas relaciones entre los miembros del grupo y entre el grupo y los diferentes sectores de la opinión pública".

"Relaciones Públicas es la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y pro

(4) Louis Salleron. Les Relations Publiques
das le Societé Moderné. A.F.A.P. 1957

(5) The Webster New International Dictionary, 2a. edición
citado por cultlip S. M. y Center, A. H.
En el libro Relaciones Públicas de Ríos Szalay. Pag. 15

cedimientos de un individuo u organización con el interés del público y ejecuta un programa de acción para ganarse la comprensión y aceptación de ese público". (6)

Las Relaciones Públicas son: "El deliberado, planeado y constante esfuerzo para establecer y mantener un entendimiento mutuo entre personas u organizaciones e incluso comunidades". (7)

"Son las actividades de una sociedad, de una asociación, del gobierno o de otra organización tendientes a construir y mantener sólidas y productivas relaciones con públicos especiales, tales como clientes, empleados o accionistas y con el público en general. Esta definición omite identificar las Relaciones Públicas como una filosofía y una función de la dirección para crear planes de interés de la gente, y actuar en beneficio del bienestar público" (8)

-
- (6) Glen Griswold y Denny Griswold. Your public relations Hand Book.
 - (7) Public Relations in Great Britain. The public relations Journal 1950.
 - (8) Bertrand R. Confield Relaciones Públicas Buenos Aires. Mundi Ed. 1964.

CAPITULO II

2.1 Funcionalidad de las Relaciones Públicas

El campo de acción de las relaciones públicas, actualmente es tan extenso que pueden ser utilizadas para alcanzar metas por parte de grupos de individuos, como por un solo individuo.

Son útiles ya sea para fines políticos, sociales, religiosos, etc., todo esto ocasionado por la variedad de personas hacia donde se trate de influir y crear una imagen.

Así tenemos el caso de como los partidos políticos ponen en marcha su proceso de información en el cual una de sus funciones es tratar de crear una imagen favorable de cada uno de sus miembros y concientizar a la población sobre sus programas, ideología y declaración de principios.

Este ejemplo es llevado a cabo en un gran número de organizaciones día a día y en un grado cada vez mayor, se va mejorando.

Las relaciones públicas pueden desarrollarse tanto fuera como dentro de cada empresa; Raymond Simon nos dice que:

"La estructura interior de la mayor parte de los equipos consultivos es análoga a la de las agencias de anuncios. A cada cliente se le asignan ejecutivos de relaciones, con los asistentes que sean necesarios. Estos ejecutivos son la línea

principal de contacto que tiene la firma de relaciones públicas con sus clientes, y están encargados de resolver los problemas de cada día" (9)

La opinión pública ha venido a jugar un punto fundamental en el accionar de las relaciones públicas. Así mismo es aquella la que en realidad ha dado un enfoque más preciso y objetivo de las relaciones públicas, puesto que viene a ser el receptor de la información que se emite.

2.2 Función Actual.

No sólo en la vida empresarial sino en la vida política, su función, se hace cada vez más manifiesta. Nacida en un principio de la improvisación, por hombres que se sintieron llamados vocacionalmente a cumplir una tarea que el desarrollo de la vida moderna hace día a día más imperiosa; se ha tomado conciencia de sí misma al analizar y afinar métodos y sistemas -- teóricos sin los cuales sería imposible formar una mentalidad profesional.

El hombre necesita comunicarse, integrarse, dialogar, notar sus realizaciones, afirmar, informarse, explicar sus hechos. Por la conjunción de estos esfuerzos se logra un público mejor informado y con mayores deseos de participar. Por ello el

(9) Raymond Simon, perspectivas de las Relaciones Públicas
2a. edición 1975 pág. 42

principal de contacto que tiene la firma de relaciones públicas con sus clientes, y están encargados de resolver los problemas de cada día." (9)

La opinión pública ha venido a jugar un punto fundamental en el accionar de las relaciones públicas. Así mismo es aquella la que en realidad ha dado un enfoque más preciso y objetivo de las relaciones públicas, puesto que viene a ser el receptor de la información que se emite.

2.2 Función Actual.

No sólo en la vida empresarial sino en la vida política, su función, se hace cada vez más manifiesta. Nacida en un principio de la improvisación, por hombres que se sintieron llamados vocacionalmente a cumplir una tarea que el desarrollo de la vida moderna hace día a día más imperiosa; se ha tomado conciencia de sí misma al analizar y afinar métodos y sistemas -- teóricos sin los cuales sería imposible formar una mentalidad profesional.

El hombre necesita comunicarse, integrarse, dialogar, notar sus realizaciones, afirmar, informarse, explicar sus hechos. Por la conjunción de estos esfuerzos se logra un público mejor informado y con mayores deseos de participar. Por ello el

principal de contacto que tiene la firma de relaciones públicas con sus clientes, y están encargados de resolver los problemas de cada día" (9)

La opinión pública ha venido a jugar un punto fundamental en el accionar de las relaciones públicas. Así mismo es aquella la que en realidad ha dado un enfoque más preciso y objetivo de las relaciones públicas, puesto que viene a ser el receptor de la información que se emite.

2.2 Función Actual.

No sólo en la vida empresarial sino en la vida política, su función, se hace cada vez más manifiesta. Nacida en un principio de la improvisación, por hombres que se sintieron llamados vocacionalmente a cumplir una tarea que el desarrollo de la vida moderna hace día a día más imperiosa; se ha tomado conciencia de sí misma al analizar y afinar métodos y sistemas -- teóricos sin los cuales sería imposible formar una mentalidad profesional.

El hombre necesita comunicarse, integrarse, dialogar, notar sus realizaciones, afirmar, informarse, explicar sus hechos. Por la conjunción de estos esfuerzos se logra un público mejor informado y con mayores deseos de participar. Por ello el

(9) Raymond Simon, perspectivas de las Relaciones Públicas
2a. edición 1975 pág. 42

equilibrio técnico-humanístico de una empresa, sólo se logra - cuando todos comprenden la importancia que significa para un - buen desarrollo, contar con un grupo humano plenamente integrado y consciente de su participación.

La idea rectora de las relaciones públicas debe buscarse en la fórmula de hacer bien y hacerlo conocer, imagen que representa la imposibilidad de disfrazar cualquier clase de engaño, cualquier género de trampa, cualquiera de los innumera--bles embustes que, en un tiempo parecieron vinculados a los negocios.

Louis Salleron, autor de esta fórmula, comparte el - ideal de Confucio, según el cual el hombre justo traduce sus palabras en actos y luego hace que las palabras sucedan a sus ac--tos. La gramática de las relaciones públicas consiste precisa--mente en la armoniosa conjugación del "decir y del hacer": Su dialéctica no se presenta como una vana retórica, sino como una técnica en acción.

Los especialistas en esta disciplina Nielander y Mi--ller dicen al respecto: "no hay lugar en las relaciones públi--cas para frases de encubrimiento que intenten paliar las acciones irresponsables. Si se ha cometido un error debe reconocerse el mismo y hacer inmediatamente algo que corrija esa acción u omisión desafortunada. La verdad es una fuerza y constituye el auténtico fundamento que caracteriza a un individuo o a una -

corporación." (10)

Es comprensible que se confunda frecuentemente la función de publicidad y la de relaciones públicas, ya que ésta última tuvo su origen en aquella, puesto que la publicidad fue uno de los primeros y más importantes medios de que se valieron las relaciones públicas, para definir de manera más objetiva lo anterior, Leonardo Montolí en su libro "cómo tener buenas Relaciones Públicas" nos dice que:

"Las relaciones públicas no son la publicidad, son el modo de usarla y, los principios en que deben inspirarse los mensajes publicitarios, considerados bajo el aspecto de sus efectos sociales y comerciales. La publicidad, no es sólo una técnica para valorar un producto y venderlo, es también un modo de comunicarse con la sociedad y ofrecerle símbolos que incidan en su cultura" (11).

Es claro que la publicidad busca alcanzar objetivos muchas veces diferentes a los de relaciones públicas, a fin de incrementar la venta de un producto o a enfatizar un servicio determinado y, la publicidad institucional que se emplea para tratar de evocar una imagen favorable de un organismo, a través de los medios masivos de comunicación, mientras que las relaciones públicas persiguen también proyectar una imagen propicia -

(10) Nielander, W.A. y Miller, R.W., Relaciones Públicas. Barcelona: Hispano Europea, 1970 pág. 25

(11) Leonardo Montolí Cómo tener Buenas Relaciones Públicas. Iberico Europea. Madrid 1971.

del organismo al ganarse la opinión favorable y por tanto, el apoyo de los diversos públicos como son: proveedores, financiadores, personal y sobre todo, en nuestro caso específico, derecho-habientes.

2.3 Beneficios que representa.

Un organismo ya sea público o privado al crearse pretenderá obtener un beneficio que compense el uso de los recur-sos empleados para desarrollar una actividad. Tal beneficio puede o no ser de tipo económico. Pero en la mayoría de los empre-saribs se ha generalizado la idea de que el beneficio a obtener deba ser en forma cuantitativa y a muy corto plazo; es por ello que las relaciones públicas no han tenido la debida atención - dentro de un sistema; ya que en muchos organismos se piensa que tal actividad no compensa en realidad lo que se invierte en -- ella.

Pero si analizamos detenidamente nos daremos cuenta que las relaciones públicas pueden proporcionar muchas satisfacciones cuando se les utiliza en forma adecuada. Para confirmar lo anterior vaya el siguiente ejemplo:

"Cuando la General Electric, resolvió trasladar su división mayor de aparatos a Louisuille en 1952, desplegó enormes esfuerzos de relaciones públicas para demostrar a los residentes de Louisuille y áreas circunvecinas que la General Electric era

un buen vecino. Quería hacerse acreedora a la bienvenida por parte de la comunidad, conseguirse empleados locales y evitar conflictos y rivalidades con las industrias de la región; Organizó conferencias de prensa entre sus directivos. En los periódicos, radio y televisión de Louisville; publicó anuncios especiales de la General Electric, e hizo publicidad de sus actividades y condiciones de trabajo. La campaña fué tan eficaz que la General Electric la utiliza ahora como modelo para inaugurar nuevas plantas" (12).

Este es uno de tantos ejemplos en los cuales lleva implícito el obtener un beneficio; las relaciones públicas, podemos decirlo así, es una inversión.

(12) Raymond Simon, "Perspectivas de las Relaciones Públicas". 2a. Edición 1975, pág. 46

2.4 Objetivos

Es Ley fundamental en la administración que, toda actividad que se pretenda realizar o que se efectúe, debe proponerse alcanzar una meta, que puede estar compuesta por uno o varios objetivos. Estos son los que en realidad van a definir toda actividad que se realice en la organización, conjugado esto con algunos otros elementos.

Es así que las relaciones públicas como actividad necesaria en todo organismo pretenda alcanzar ciertos objetivos como son:

- _ Desarrollo de las relaciones humanas
- Integración del personal
- Proyección de la imagen
- Desarrollo de las comunicaciones
- Apertura de nuevos canales de comunicación
- Divulgación de los programas en desarrollo.
- Información del quehacer de la empresa a las políticas gubernamentales.
- Fortalecer y consolidar las estructuras de la empresa.
- Eliminar falsa información, entre otras.

Cabe hacer la aclaración de que los objetivos descritos sólo son enunciativos mas no limitativos, puesto que todos

los organismos pretenderán alcanzar sus propios objetivos en relación a los Recursos con que cuenta.

En el caso específico que nos ocupa corresponde a un Instituto de Seguridad y sus relaciones publicas tienden a : "ganar la amistad, confianza y cooperación de todas las personas con quienes trata la Institución -humanizándola-" (13), -- además lleva implícito:

- poner en conocimiento de directivos, empleados y trabajadores, las características de la comunidad a que sirve y la opinión de sus integrantes acerca de los servicios existentes.
- El lograr que la comunidad en la cual habita el organismo conozca los servicios que presta, sus funciones principales como son promoción de la salud, prevención, curación, rehabilitación de enfermedades, educación e invalidez médica y paramédica, haciendo resaltar su utilidad. Así como el por qué los Hospitales o clínicas son instituciones difíciles, complejos en su organización y costosos en su función y operación.
- Crear y mantener relaciones de ayuda recíproca con Instituciones y servicios afines; sanatorios, cen-

(13) Las Relaciones Públicas en los servicios médicos (Guillermo Fajardo Ortiz). Ed. 1970, la. edición Ed. Limusa, pág. 17, 19.

**tros de salud, escuelas de medicina y enfermería,
establecimientos de seguridad social y salud pública.**

- Promover y estimular la cooperación social moral y económica de la comunidad en general y determinados sectores en particular a favor de la Institución.**

CAPITULO III

3.1 Introducción al IMSS *

El presidente Alvaro Obregón, fué el primero en comprender la limitación de las leyes del trabajo y de las sociedades mutualistas para proteger plenamente a los trabajadores y a sus familiares. Así mismo, entendió cabalmente el papel del Estado en la época contemporánea, pues consideraba que debería ser principal gestor de la justicia social.

En un proyecto de ley para la creación del "seguro obrero" (1921), Obregón señaló el carácter meramente teórico de las prestaciones otorgadas por las legislaciones laborales, impotentes para obligar a los patrones a cumplir con las disposiciones favorables al trabajador. Propuso, para solucionar el problema, la creación del seguro social administrado por el Estado, que se encargaría de velar los derechos de los trabajadores y de protegerlos en el mismo ordenamiento. En la exposición de motivos afirmó también la necesidad de crear el seguro obrero para evitar los continuos choques entre patrones y trabajadores, que frenaban el desarrollo de la economía nacional.

Las huelgas y los paros se presentaron con relativa frecuencia, en virtud de la intención del gobierno, creándose un nuevo problema, el de la desocupación de los trabajadores

* Extracto de los apuntes "Orígenes del IMSS."

en razón de la suspensión de labores decretada por el sindicato o por la empresa. En esta situación, se presentó en la Cámara de Diputados un proyecto de ley para reglamentar las huelgas y los paros (1925), en el cual se establecía el seguro obligatorio para cubrir el riesgo de suspensión involuntaria de labores.

Este mismo año se da lectura en la Cámara baja a un proyecto de ley sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, en el que se propone la creación de un Instituto Nacional de Seguro Social, administrado por una representación tripartita, y cuyos fondos se conseguirían con las aportaciones del sector empresarial.

Los patrones, evidentemente, se resistían a aceptar dichos proyectos, pues consideraban inoportuno aumentar los gastos de producción a la industria que había logrado sobrevivir durante los años más difíciles de la revolución pero que todavía no alcanzaba un total restablecimiento.

Puede decirse, sin embargo, que los patrones nunca rechazaron la idea de implantar el seguro social en la República; se limitaron a solicitar el reparto de las cargas entre los diferentes sectores.

Alvaro Obregón en su campaña política de 1927, convirtió en un punto fundamental de su programa la promesa de luchar por la aceptación de su "Proyecto de Ley para la Creación del -

Seguro Obrero", que había sido aprobado por aclamación en el Congreso Mundial del Trabajo, celebrado por aquellas fechas en la ciudad de Río de Janeiro. Francisco Serrano, su opositor, también prometió una legislación que garantizara al obrero el bienestar en la vejez y una debida protección en caso de sufrir un riesgo profesional.

El proyecto de crear el seguro social dió origen a un partido político, denominado "Previsión Social", que solicitaba el concurso de la clase media y de los obreros para apoyar a los "candidatos mejor preparados y que incluían en su programa el proyecto de seguro social que propuso el C. General Alvaro Obregón". Sin embargo esto no desvirtúa la preocupación social de sus fundadores, quienes en un estudio publicado en 1927, se refieren a una serie de instituciones extranjeras que pretenden implantarse en México. En 1928 se reunió una Convención Obrero-Patronal en la ciudad de México: ante ella se presentó el proyecto de Ley Federal del Trabajo elaborado por la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo, uno de cuyos capítulos reglamentarios establecía el seguro contra el riesgo no profesional, invalidez, vejes, jubilación, muerte de los trabajadores, falta involuntaria al trabajo y necesidades de familia.

En este proyecto se propone un nuevo sistema para recabar fondos, que se formarían con las aportaciones de los empresarios, los trabajadores y el Estado, y quienes administrarían -

la institución por medio de una representación tripartita.

Los patrones, en esta ocasión, aceptaron la implantación del seguro, pero sugirieron que se hiciera progresivamente, teniendo en cuenta la realidad económica del país y las posibilidades de las finanzas públicas, con base en una estadística completa de los riesgos sociales y en los principios científicos - que norman el procedimiento de los seguros, y sólo después de haber consultado la opinión de "todos los sectores de la economía Nacional".

Las palabras de los empresarios pronto tuvieron res-- puesta. En marzo de 1929, apareció un estudio del Departamento de Estadística, en el que se estudiaban las posibilidades reales de establecer el seguro social en la República, con base en una serie de estadísticas en relación al probable número de asegurados, en los cálculos aproximados del costo del sistema y en los probables efectos de la implantación del régimen en la vida económica de México.

A pesar de los buenos propósitos de los gobiernos revolucionarios, no fué posible en aquellos años, implantar el régimen de seguridad social en la República. Debe considerarse - que no fué sino hasta el año 1929, cuando se reformó la Constitución, en el sentido de otorgarle a la Federación el derecho a legislar en materia de trabajo y concederle la facultad de -

crear el régimen obligatorio del seguro social. Como podía preverse, los legisladores federales, dieron atención preferente a la Ley Federal del Trabajo, que se promulgó en 1931, y dejaron para el futuro los estudios relativos a la Ley del Seguro Social.

Sin embargo, en 1934 y en ocasión del Primer Congreso Mexicano de Derecho Industrial, el licenciado Emilio Portes Gil leyó un discurso en el cual proponía las bases fundamentales de una futura legislación sobre seguridad social. En una sesión posterior el profesor Federico Bach y el licenciado Adolfo Zamora - presentaron una ponencia relativa a la organización del seguro social, que protegería al trabajador y a sus familiares en los casos de enfermedades generales y maternidad, cesantía, vejez e invalidez, muerte y ayuda educacional. El Instituto "por crearse" sería autónomo y sus fondos se recaudarían con las aportaciones de los tres sectores cuyos representantes se encargarían de la administración del organismo.

En la memoria de la Secretaría de Gobernación del 26- de marzo de 1938 aparece un proyecto de Ley del Seguro Social, obra de Ignacio García Tellez. Se elaboró el proyecto a fin de satisfacer los postulados del primer Plan Sexenal, en el cual se había planteado la necesidad de implantar, a la brevedad posible, un sistema de seguridad social en la República.

En el proyecto se sigue la opinión de la Organización Internacional del Trabajo para definir el "riesgo social", que

crear el régimen obligatorio del seguro social. Como podía preverse, los legisladores federales, dieron atención preferente a la Ley Federal del Trabajo, que se promulgó en 1931, y dejaron para el futuro los estudios relativos a la Ley del Seguro Social.

Sin embargo, en 1934 y en ocasión del Primer Congreso Mexicano de Derecho Industrial, el licenciado Emilio Portes Gil leyó un discurso en el cual proponía las bases fundamentales de una futura legislación sobre seguridad social. En una sesión posterior el profesor Federico Bach y el licenciado Adolfo Zamora - presentaron una ponencia relativa a la organización del seguro social, que protegería al trabajador y a sus familiares en los casos de enfermedades generales y maternidad, cesantía, vejez e invalidez, muerte y ayuda educacional. El Instituto "por crearse" sería autónomo y sus fondos se recaudarían con las aportaciones de los tres sectores cuyos representantes se encargarían de la administración del organismo.

En la memoria de la Secretaría de Gobernación del 26- de marzo de 1938 aparece un proyecto de Ley del Seguro Social, obra de Ignacio García Tellez. Se elaboró el proyecto a fin de satisfacer los postulados del primer Plan Sexenal, en el cual se había planteado la necesidad de implantar, a la brevedad posible, un sistema de seguridad social en la República.

En el proyecto se sigue la opinión de la Organización Internacional del Trabajo para definir el "riesgo social", que

se considera como toda amenaza que pone en peligro los ingresos de los trabajadores asalariados y de los trabajadores independientes económicamente débiles, en cuya previsión está interesada la sociedad. La mención de la Oficina Internacional del Trabajo no es meramente casual. México al ser aceptado en la Sociedad de las Naciones comenzó a aprovechar la experiencia internacional en materia social y a recibir la ayuda técnica y el aliciente de los organismos internacionales, sin las cuales hubiera sido sumamente difícil elaborar un sistema de seguridad social.

Por otra parte, la segunda guerra mundial permitió al gobierno mexicano ofrecer la hospitalidad del país a distinguidos técnicos extranjeros como Emilio Schoenbaum y Paul Tixier, quienes colaboraron ampliamente en el ante-proyecto definitivo de la Ley del Seguro Social.

Las circunstancias internacionales facilitaron la implantación del Seguro Social en México, cuya creación propuesta desde 1921 había sido imposible debido a una serie de problemas técnicos, jurídicos, políticos y económicos. El Presidente Manuel Avila Camacho, consciente de la situación histórica de México, nombró una Comisión Redactora en 1921, la que entregó un anteproyecto 13 meses después. Los organismos internacionales aprobaron calurosamente el proyecto de Ley del Seguro Social, -

que aceptado por el Congreso de la Unión en diciembre de 1912, fué promulgado en enero de 1943.

El seguro social mexicano es una institución nacida del pensamiento revolucionario, que se expresó en las sesiones del Congreso Constituyente de 1916, en ocasión de los debates suscitados por los proyectos relativos a la legislación del trabajo. Los constituyentes descubrieron las limitaciones de las garantías individuales, incapaces de proteger la dignidad de los trabajadores en la segunda mitad del siglo XIX.

El anteproyecto mexicano, nacido del pensamiento revolucionario, coincidía en sus aspectos axiológicos con los postulados que sustentaban los organismos internacionales, que manifestaron oficialmente su aprobación de la Ley del Seguro Social, siendo esto, una nueva etapa en la vida del pueblo mexicano; un jalón decisivo en su lucha por alcanzar su pleno desarrollo.

Y desde entonces a la fecha se ha pasado por un sinnúmero de obstáculos y barreras en razón de una variedad de intereses y fuerzas antagónicas sobre los fines que el IMSS ha pretendido alcanzar. Sólo que esos ataques han servido para una mayor consolidación de éste; que actualmente mantiene bajo su función a uno de cada 3 mexicanos, como promedio.

El régimen del Seguro Social ha contribuido al mejor desarrollo económico del país mediante la superación de las con

diciones de vida del trabajador y la disminución de las tensiones laborales, asimismo, ha ayudado a disminuir los resultados negativos de la industrialización en un país donde la mayoría de su población pertenece a un sector agrícola, en la medida que es un instrumento redistribuidor del ingreso y un factor de integración nacional.

La medicina y variados servicios culturales se han ido extendiendo para llegar a muchos rincones de México, los servicios de hospitales, clínicas y derivados, así como los centros de recreación, de alguna manera sirven para unir a las diferentes clases sociales que existen.

El incremento demográfico tan acelerado que actualmente vivimos lleva implícito un mayor número de situaciones problemáticas, mayores necesidades donde muchas veces las medidas correctivas son insuficientes para dar una buena solución. Siempre que exista algún planteamiento de cualquier tipo de mejora por cualquier directivo, ejecutivo o funcionario público, es imperante pensar en la comunicación, la opinión pública e imagen social, ya que constituyen pilares fundamentales sobre los que se desenvuelve el hombre.

3.2 El IMSS y su Problemática

Dentro de las características del desarrollo social - en México, para lograr el avance que el país necesita es impres

cindible que las instituciones sociales busquen la confianza y la colaboración del pueblo, en especial aquellas cuyo cometido es reforzar la integración social y actualizar la infraestructura salud pública, cumplimiento de los derechos laborales, con vivencia armónica entre los sectores, seguridad social, etc.

La participación popular, factor indispensable para el logro de las finalidades de nuestras instituciones, requiere, a su vez, que todos y cada uno de los integrantes de la sociedad conozca y se identifique con los propósitos realmente establecidos . El desconocimiento de la esencia de alguno de ellos afecta la confianza y la participación que se traduce con frecuencia en actitudes que frenan u obstaculizan el desarrollo de esa institución y de la sociedad en su conjunto.

Es importante hacer notar que los organismos son - capaces de modificar, en su carácter de causa y efecto el desarrollo social, las pautas y la intensidad de la interacción entre los miembros de la colectividad, en este sentido, la solidaridad puede ser disminuida o aumentada por las instituciones entre cuyas funciones esté implicada, así como también puede ser dotada de modalidades diferentes según se exprese en la actividad concreta de las asociaciones.

El IMSS como instrumento de la Seguridad Social en México, requiere en forma más acentuada de la participación y cola

boración de todos los sectores para el logro de sus propósitos.

A través de su funcionamiento, el Instituto ha ido conformando una imagen específica que determina la manera en que se relacionan los usuarios con la Institución. La relación interpersonal constante entre usuarios y trabajadores del IMSS ha generado una serie de conductas que en ocasiones son desfavorables a la plena consecución de su meta como institución social y a la satisfacción de las necesidades de los usuarios a pesar de los múltiples esfuerzos que en diferentes aspectos se han realizado para superar estas situaciones.

Una de las causas de esas conductas es la falta de conocimiento que la opinión pública tiene de la estructura y función del Seguro Social. Es por eso que, para el instituto es una necesidad apremiante evaluar la base conceptual que la opinión pública tiene tanto de la estructura ideológica del instituto - como de sus características funcionales, a fin de establecer un constante flujo bidireccional de comunicación con ella.

3.3 Marco de Estudio.

Su creación, la trascendencia social, el funcionamiento y el desarrollo del IMSS se sustentan en una estructura ideológica que se define de la siguiente manera:

1. El IMSS debe responder por la Seguridad Social de

una gran parte de mexicanos.

2. El IMSS es garantía del derecho a la salud de millones de mexicanos.
3. El IMSS es un resultado de la necesidad popular.
4. El IMSS es consecuencia de la evolución histórica de México.
5. El IMSS es una declaración de solidaridad social.
6. El IMSS es mecanismo de redistribución de la riqueza.
7. El IMSS es un sistema a nivel nacional.
8. El IMSS proporciona servicios y prestaciones
9. El IMSS es una organización que tiende a una constante superación.
10. El IMSS tiene una base financiera, que asegura para el futuro, el cumplimiento de sus objetivos.

Estos postulados teóricos se expresan en la siguiente forma:

- 1.- Es responsable de la seguridad social, tanto individual como familiar y colectiva de millones de mexicanos.
- 2.- El IMSS garantiza el derecho a la salud de los asegurados mexicanos y sus familiares, entendiendo el concepto salud como expresión de armonía biológica, psicológica, social y económica tanto a

nivel individual como familiar colectivo.

- 3.- Protege el salario de los trabajadores, ampara - sus familias y coadyuva el fortalecimiento de la cohesión social.
- 4.- Da servicios y prestaciones sociales a grupos no asegurados de la población.
- 5.- Es la expresión concreta, en la historia de México, de un acto de la voluntad popular que nace con la Revolución Mexicana.
- 6.- Significa la colaboración de los sectores obrero, empresarial y oficial.
- 7.- Es un eficaz instrumento redistribuidor de la riqueza.
- 8.- Es una manifestación del bienestar compartido.
- 9.- Coadyuva en el logro de la justicia social.
- 10.- Está organizado a nivel nacional para ofrecer la misma calidad de prestaciones y servicios, y funcionar dentro de esquemas que hacen posible disminuir diferencias sociales, geográficas y de comunicaciones.
- 11.- Sus prestaciones y servicios son suficientes, oportunos, eficaces y humanos, en su mayoría.
- 12.- Proporciona cada día más servicios a más mexicanos en más lugares. Su crecimiento está garantizado.

do por una situación financiera estable.

CLASIFICACION de las actitudes que generan los elementos funcionales de la imagen del instituto.

Relativos al Personal

Relativos a los Salarios

Relativos al Equipo Técnico

Relativos a los Recursos Físicos

Relativos a las Instalaciones

Relativos a los Servicios Institucionales

Relativos a las Prestaciones

Relativos a los Derechohabientes

Relativos a los Requisitos que otorgan a la Prestación de los Servicios.

En cuanto al área funcional de la que derivan, las actitudes pueden referirse:

A la organización del Instituto en su conjunto

Al Area Médica

Al Area Administrativa

Al Area Social

Al Area Económica.

CAPITULO IV

4.1 Planeación de la Investigación.

El proceso administrativo consta de varias etapas, estas son: planeación, organización; coordinación; dirección; control.

La primera, llamada planeación nos va a determinar el camino a seguir para alcanzar la meta deseada.

La causa por la cual pretendemos llevar a cabo esta etapa es con la idea de fijar un planteamiento de aspectos a seguir, es decir estableceremos una serie de pasos de tal forma que nos permita llegar a nuestro objetivo con eficacia.

Esta actividad que se piensa realizar en base a una función de escritorio no representa un seguimiento real y definitivo ya que existirán una serie de variables complejas y difíciles de controlar; es por ello que, ya dentro de la mecánica -- del estudio se tomarán medidas correctivas que se consideren necesarias.

A continuación se enumeran los puntos que pretendemos agotar de una manera objetiva a fin de lograr de la mejor forma nuestra investigación.

- 1.- Fijación de objetivos
- 2.- Planteamiento de Hipótesis
- 3.- Definición del universo

- 4.- Determinación de la muestra
- 5.- Fijación de variables
- 6.- Recopilación de la información
- 7.- Análisis e interpretación de la información
- 8.- Sugerencias
- 9.- Conclusiones

Para su mejor comprensión y presentación convenimos reunir los puntos 5, 6, 7, en un sólo capítulo que llamaremos mecánica de la investigación.

Asimismo, los puntos 8 y 9 se estudiarán en capítulo distinto cada uno.

4.2 Fijación de Objetivos

Ya que nuestro trabajo obedece al estudio de la función, relaciones públicas sentimos la necesidad de conocer lo que se piensa de las funciones que desarrolla el IMSS.

A partir de las necesidades del Instituto de establecer bases objetivas para retroalimentar su operación, de delinear políticas de comunicación masiva efectiva y optimizar las relaciones con derechohabientes y con el público en general (mediante el conocimiento de los efectos de sus acciones en la opinión pública), y considerando que el IMSS se sustenta en una estructura ideológica y funcional, la que tiende a ser determinada por el contexto social en que está implantada. Los objetivos -

fundamentales de esta investigación son:

- Conocer las bases conceptuales en las que la opinión pública sustenta su percepción de la seguridad social en general y del IMSS en lo particular.
- Definir el conocimiento que la opinión pública tiene de los elementos conceptuales peculiares del IMSS.
- Establecer el grado de conocimiento que la opinión pública tiene de los elementos funcionales característicos del IMSS, sus actitudes hacia ellos.
- Concluir, de tal modo, qué lineamientos deben seguir las comunicaciones institucionales colectivas.

4.3 Planteamiento de las Hipótesis.

El establecer Hipótesis, sin duda alguna nos permitirá realizar nuestra tarea de investigación de tal forma que ellas nos delinien y encaucen hacia los objetivos que nos hemos fijado.

Considerando que este estudio es de carácter analítico y exploratorio fundamentalmente, se propusieron las siguientes hipótesis que serán analizadas en el capítulo 5 (Mecánica de la Investigación).

HIPOTESIS I: La opinión pública en general según los grupos en que convencionalmente se ha dividido para los fi-

nes de éste estudio posee un conocimiento total de menos del 50% de los elementos conceptuales que estructuran la ideología del IMSS.

HIPOTESIS II: El total de los elementos conceptuales que integran la estructura ideológica del IMSS es conocido por menos del 50% de los sujetos que constituyen la opinión pública, integrada por los grupos en que ésta se ha dividido convencionalmente para los fines de éste estudio.

HIPOTESIS III: La opinión pública en general, integrada por los grupos en que convencionalmente se ha dividido posee un conocimiento total de menos del 50% de los elementos funcionales que estructuran la imagen del IMSS.

HIPOTESIS IV: El total de los elementos funcionales que integran la imagen del IMSS es conocido por menos del 50% de los sujetos que constituyen la opinión pública, integrada por los grupos en que convencionalmente se ha dividido.

HIPOTESIS V: Si la Hipótesis I, es verdadera, la opinión pública, según los grupos en que convencionalmente se ha dividido, carece de elementos cognitivos suficientes para comprender la ideología del IMSS.

HIPOTESIS VI: Si la Hipótesis II es verdadera, el contenido y los canales de comunicación del IMSS no son efectivos para la difusión de los elementos conceptuales que integran la ideología del IMSS, a nivel colectivo. (masivo)

HIPOTESIS VII: Si la Hipótesis III es verdadera, el contenido de la comunicación colectiva que emite el IMSS carece de información suficiente relativa al funcionamiento de servicios y prestaciones, derechos y obligaciones que la relación con el instituto - implica.

HIPOTESIS VIII: Si la Hipótesis IV es verdadera, los canales de la comunicación colectiva del IMSS carecen del alcance y cobertura suficientes.

4.4 Universo

Dentro de este estudio consideraremos los términos población y universo como sinónimos esto tomando como base la definición del diccionario de términos estadísticos de Kendall y Buckland (1957) donde:

Población o Universo: Es toda aquella colección finita ó infinita de individuos ó elementos.

El problema fundamental al cual se enfrenta todo investigador al tratar de obtener una muestra es la definición -

del universo, objeto de estudio; conociendo éste se facilitará más su labor; así para lograr una determinación más objetiva - del universo primero definiremos los siguientes conceptos.

OPINION PUBLICA EN GENERAL:

Se refiere a la población total. Convencionalmente se ha dividido en cinco (5) grupos en función de la relación de los sujetos que la integran con el IMSS.

GRUPO 1: PATRONES:

Cualquier sujeto que así esté clasificado según las normas del IMSS y con esta denominación se encuentre registrado en los archivos del Instituto.

GRUPO 2: ASEGURADOS:

Cualquier sujeto que así esté clasificado según las normas del IMSS y con esta denominación se encuentre registrado en los archivos del Instituto.

GRUPO 3: BENEFICIARIOS:

Cualquier sujeto que así esté clasificado según las normas del IMSS, mayor de dieciocho (18) años, y sea declarado en esta condición por el ASEGURADO que le otorga este carácter.

GRUPO 4: TRABAJADORES:

Cualquier sujeto que sostenga una relación laboral con el instituto, ya sea en la condición de BASE o de CONFIANZA, y así esté

registrado en los archivos del instituto.

**GRUPO 5: OPINION
P U B L I C A :**

Cualquier sujeto que no sostenga una relación directa con el IMSS y que no aparezca en ninguno de los registros del IMSS con la calidad de PATRON, ASEGURADO, BENEFICIARIO, o TRABAJADOR DEL IMSS.

CONOCIMIENTO:

Información recibida no forzosamente comprobada detectable en las respuestas orales de los sujetos.

A C T I T U D :

Inclinación o predisposición a actuar, pensar y percibir de una manera determinada - ante un objeto cognitivo o un estímulo qualquiera, evaluable al través de las respuestas orales de los sujetos.

**ESTRUCTURA IDEOLO
GICA DEL IMSS:**

Conjunto de ideas o postulados que sustenta el instituto, explícita o implícitamente, en la realización de las tareas que la Ley le señala.

Para esta investigación nuestro universo serán todos aquellos elementos que caigan dentro de las definiciones anteriores y exclusivamente a nivel Distrito Federal.

4.5 Determinación de la Muestra

La palabra muestra es muy común en todos los aspectos de nuestra vida (es decir en aquellos aspectos dentro de los cuales se manejen gran número de elementos) tenemos el término muestra incluso en situaciones tan simples como las siguientes:

El tomar un sorbo de alguna bebida nos lleva a determinar el sabor y temperatura de toda la bebida en su conjunto.

Al asistir a una librería y deseamos comprar un libro, lo primero que hacemos es leer pequeños párrafos de uno y otro capítulo, de esa forma determinamos si el libro en cuestión es o no, interesante.

Al analizar los ejemplos expuestos ¿qué sacamos en conclusión?, ¿qué fué lo que hicimos? solamente tomamos y analizamos una muestra de todo el universo que nos interesaba investigar o conocer.

Con lo anterior no queremos decir que la muestra sea completamente igual al total del universo, sólo se tratará que aquella sea representativa de éste ya que habrá casos, en los cuales la muestra no sea representativa del universo y entonces el resultado de la investigación será falso.

Existen varias situaciones que pueden llevar a un resultado falso, algunas de ellas son: no definir perfectamente la población; ó el haber utilizado técnicas equivocadas, para -

obtener una muestra. Y como consecuencia daría motivo a la toma de decisión equivocada y el establecer sistemas deficientes.

Para poder obtener información con el objeto de formarnos un juicio acerca de este estudio, nos sería difícil la captación de datos, de todos los individuos que habitan en el D.F., Así que partiendo de nuestra población (personas mayores de 18 años de edad que habitan en la capital) y a través de un modelo matemático obtendremos una representación del universo a examinar; suponiendo un grado mínimo de error en el resultado.

Existen varias técnicas para obtener la muestra una; es la fórmula:

$$No = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{t. Yamane pág. 379}) \text{--- (1)}$$

Esta fórmula es utilizada cuando la longitud del intervalo de confianza (γ) sea igual a .5 y el nivel de confianza de dicho intervalo (Z) sea igual a 2; es decir que exista un 95.45% de certeza en el resultado de la investigación.

Otra forma de obtener la muestra es la fórmula.

$$No = \frac{Z^2 \gamma^2 N}{Z (\gamma)^2 + Ne^2} \quad (\text{t. Yamane pág 380}) \text{(2)}$$

(Se utiliza sólo en caso de que $\gamma = 0.5$ y $Z = 3$)

Ahora si analizamos la fórmula anterior nos daremos

cuenta de que el cambio en la fórmula se originó al substituir $Z=3$ por $Z=2$, (esto significa que existirá mayor porcentaje de certeza en la segunda fórmula, 99.73%)

- e. Tendrá que ser determinada por el investigador según lo que él desee tener como error máximo permitido en su muestra.

En nuestra investigación se utilizará la fórmula (2) permitiendo una $e = 0.10$.

Otros datos para obtener la muestra son:

$$N = 4,331,602$$

$$P = 0.5$$

$$Z = 3$$

$$e = 0.10$$

$$N = \frac{(3)^2 (0.5)^2 4,331,602}{3 (0.5)^2 + 4,331,602 (0.10)^2}$$

$$N = \frac{9,746,104.5}{43,316.7} = 225$$

$$N = 225$$

*Proyección a 1978 censo poblacional del Distrito Federal, realizado en 1970. Obtenido en la Dirección Gral. de Estadística de la Sria. de Programación y Presupuestos.

4.6 Fijación de variables.

Unos elementos que permitirán coadyuvar a que la información que se capte tenga mayor validez en su contenido, serán una serie de variables de tipo sociológico. Estas, servirán como parte del mecanismo regulador al instante de la recolección de datos y servirá también como elemento de control al momento de analizar e interpretar la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Estas variables suponen las características representativas que tiene la población de la que se obtendrá información.

Dichas variables son el prototipo alusivo del aspecto sociológico de la población que nos servirá para la obtención de los datos, y quedarán enlistadas como a continuación se presentan:

- Edad de los individuos que servirán como fuente de información.
- Sexo de los individuos como fuente de información.
- Estado Civil.
- Ocupación.
- Escolaridad.

CAPITULO V

MECANICA DE LA INVESTIGACION

La Mecánica de la Investigación es la esencia - del estudio, ya que lleva implícito el desarrollo de todo lo planeado, lo cual nos llevará a sentir y a conocer la situación actual de la función de Relaciones Públicas y así proponer algún modelo que corrija dichas limitaciones y a la vez ayude a aumentar la eficiencia del área en estudio.

5.1 Diseño de Cuestionarios

Un elemento necesario para obtener información es el cuestionario, éste deberá resumir en forma clara y concisa preguntas que proporcionen al investigador los datos deseados. En - nuestro caso y tal vez en la mayoría fué problemático diseñar un cuestionario que satisfaga por completo el objetivo del estudio.

Cabe hacer la aclaración de que de manera poco - formal se llevó a cabo una prueba piloto para sondear el ambiente y así tener una idea general del medio al cual nos enfrentaríamos cuando realizáramos formalmente nuestra investigación. Así - también es necesario observar que dicha prueba se llevó a efecto meses antes de iniciar el último semestre de estudios, ya que la idea de hacer un trabajo sobre el área de Relaciones Públicas no

surgió en forma imprevista. En tal prueba se emplearon 225 cuestionarios, cuyos resultados fueron de mucha utilidad más adelante.

Así que ya con esos antecedentes y para efectos de este trabajo, primero elaboramos tres series diferentes de preguntas, las cuales con ayuda de personas expertas en elaborar cuestionarios se fueron afinando, de tal manera que sólo quedaron aquellas que nos proporcionaron información adecuada a nuestro estudio.

Las preguntas deberían ser sencillas en su planteamiento, fáciles de contestar y que llevaran como principio encaminar al entrevistado a dar la respuesta que se le pedía y a eliminar por completo la ambigüedad en la misma, aunque esto último es una tarea difícil de solucionar.

Es decir las preguntas se elaboraron de tal forma que el individuo a entrevistar, las contestara con términos definidos.

5.2 Recopilación de la Información

Existen diversas formas de información, por mencionar dos de ellas, está: primaria y secundaria, como este trabajo deseaba datos "reales" (primarios) nos vimos en la necesidad de obtenerlos en el lugar donde se encontrasen.

Por otra parte es conocido de todos; los problemas a los cuales se enfrenta el entrevistador al cuestionar a la

gente puesto que ella está cansada de contestar y dar opiniones sobre alguna institución o actividad que no va a aprovechar la información que proporciona.

Pero una vez delineado el camino por donde pretendemos llevar a cabo la investigación, se procedió a obtener los datos acerca de la idea que se tiene en la capital sobre la ideología y funcionamiento del IMSS.

Como se manifestó dicha labor de recolección se efectuará dentro del D. F. entrevistándose a grupos de individuos que convencionalmente se han dividido para los fines de este estudio.

La transmisión de conocimientos que obtendremos, será útil ya que ahí se encontrará la idea que la opinión pública tiene sobre el Instituto, sólo que esos conceptos recabados deberán ser tratados, analizados e interpretados para entender una situación real sobre la relación IMSS-Población; dentro de un contexto tan importante como lo es comunicación-comprensión-toma de decisión.

Otras técnicas que utilizaremos para la recolección de datos serán las siguientes:

- Entrevistas personales
- Observación directa
- Publicaciones existentes

5.3 Método de Tabulación

Esta etapa, donde empiezan a visualizarse los resultados de la investigación, es considerada como la más laboriosa así como la más importante, puesto que en ella habrá que revisar pregunta por pregunta y calcular el número de personas que caerán dentro de alguna categoría de respuesta.

La forma en que llevamos a cabo dicho análisis -- fué, en primer lugar observar parte de los cuestionarios y así -- tener una idea de cuáles eran las respuestas, además de conocer la proporción de las mismas, basados en ello creamos cuadros for mados de tres columnas en las que la primera de ellas incluiría las categorías de las posibles respuestas; en la segunda columna se determinaría el porcentaje y finalmente en la tercera se defi nirían las expresiones más comunes del entrevistado al contestar una pregunta.

Otro paso a seguir lo fué el establecer un tipo di ferente de cuadro el cual debería incluir en su estructura, las categorías de respuesta y el tipo de personas entrevistadas es de cir, podía ser un derechohabiente (un beneficiario, patrón, ó empleado del IMSS) ó la opinión pública en general.

Para concluir este análisis observamos que el tener los datos distribuidos en dichos cuadros no nos daba una idea clara de la situación imperante, así que decidimos transportarlos a gráficas, las cuales tendrían la función de plasmar de una for

ma más objetiva el análisis de la información.

5.4 Análisis de las Variables Sociológicas

El estudio de ciertas variables nos lleva a estructurar la base del análisis de las hipótesis establecidas.

Y a partir de un marco de referencia como lo es el definir las características de los individuos nos da una idea de cómo aquellas influyen en los resultados de la investigación.

Las variables serán:

La edad.- Se clasificaron los individuos que constituyeron la muestra en 10 grupos de edad que se categorizaron con el fin de contar con información suficiente para analizar básicamente las posibles correlaciones entre la edad de los sujetos y sus respuestas, obtenidas mediante el cuestionario aplicado.

EL OBJETIVO QUE SE PRETENDE CON ESTE CUESTIONARIO ES EL DE OBTENER INFORMACION A FIN DE PODER DETERMINAR LA IMAGEN ACTUAL QUE TIENEN DEL SEGURO SOCIAL SUS DISTINTOS SECTORES.

EDAD _____ SEXO _____ ESTADO CIVIL _____

ESCOLARIDAD _____

¿QUE ACTIVIDAD DESARROLLA Y DONDE? _____

1.- ¿QUE CREE USTED QUE QUIERE DECIR LA PALABRA SEGURIDAD?

¿POR QUE PIENSA ASI? _____

2.- ¿COMO SE ENTERO USTED DE LO QUE CONOCE SOBRE EL SEGURO SOCIAL?

¿POR QUE? _____

3.- ¿QUE CREE USTED QUE QUIERE DECIR LA PALABRA SALUD?

¿POR QUE PIENSA ASI? _____

4.- ¿QUE CREE USTED QUE QUIERE DECIR LA PALABRA SOLIDARIDAD?

¿POR QUE PIENSA ASI? _____

5.- ¿QUE CREE USTED QUE QUIERE DECIR LA PALABRA SEGURIDAD SOCIAL?

¿POR QUE PIENSA ASI? _____

6.- ¿QUE CAUSAS PIENSA USTED QUE CONTRIBUYERON A LA CREACION DEL SEGURO SOCIAL Y CUAL CONSIDERA QUE ES LA FINALIDAD DE ESTE ORGANISMO?

¿POR QUE PIENSA ASI? _____

8.- ¿QUE HAY QUE HACER PARA UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL SEGURO SOCIAL?

¿POR QUE ? _____

9.- ¿QUE PRESTACIONES Y SERVICIOS CREE USTED QUE OTORGA EL SEGURO SOCIAL?

¿POR QUE PIENSA ASI? _____

10.- ¿QUE SERVICIOS DEL SEGURO HA UTILIZADO?

¿POR QUE PIENSA ASI? _____

11.- QUE RELACION TIENE USTED CON EL IMSS:
(MARCAR CON UNA CRUZ SEGUN EL CASO)

- a) ASEGURADO
- b) BENEFICIARIO
- c) PATRON
- d) TRABAJADOR DEL IMSS
- e) CORRESPONDIENTE A LA OPINION PUBLICA

OBSERVACIONES: _____

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN LA EDAD DE LOS INDIVIDUOS
POR GRUPOS DE EDAD.**

<u>E D A D</u>	<u>PORCENTAJE</u>	
De 18 a 22 años	19	%
De 23 a 27 años	14	%
De 28 a 32 años	21	%
De 33 a 37 años	11	%
De 38 a 42 años	12	%
De 43 a 47 años	6	%
De 48 a 52 años	5	%
De 53 a 57 años	3	%
De 58 en adelante	8	%
Sin especificar	1	%

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN LA EDAD DE LOS INDIVIDUOS POR GRUPOS ESTUDIADOS

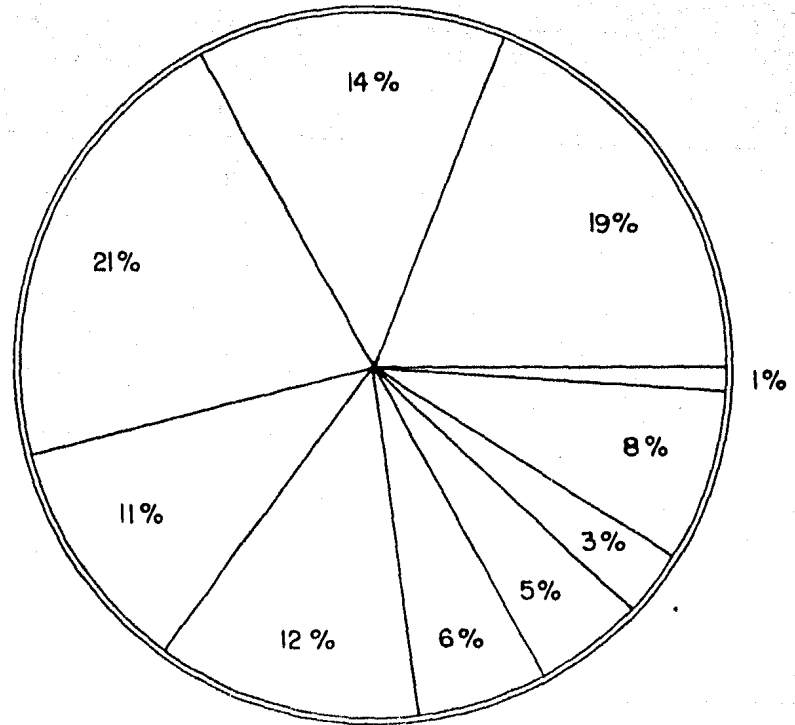
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Gpo. de Edad</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
De 18 a 22 años	14	26	4	0	56	50	19
De 23 a 27 años	39	13	13	6	29	38	14
De 28 a 32 años	29	18	18	10	25	56	21
De 33 a 37 años	39	14	18	14	15	28	11
De 38 a 42 años	39	13	23	0	25	31	12
De 43 a 47 años	40	20	13	7	20	15	6
De 48 a 52 años	17	0	8	0	75	12	5
De 53 a 57 años	12	25	0	13	50	8	3
De 58 ó más	0	38	5	28	29	21	8
Sin especificar	34	66	0	0	0	3	1

N=262 100

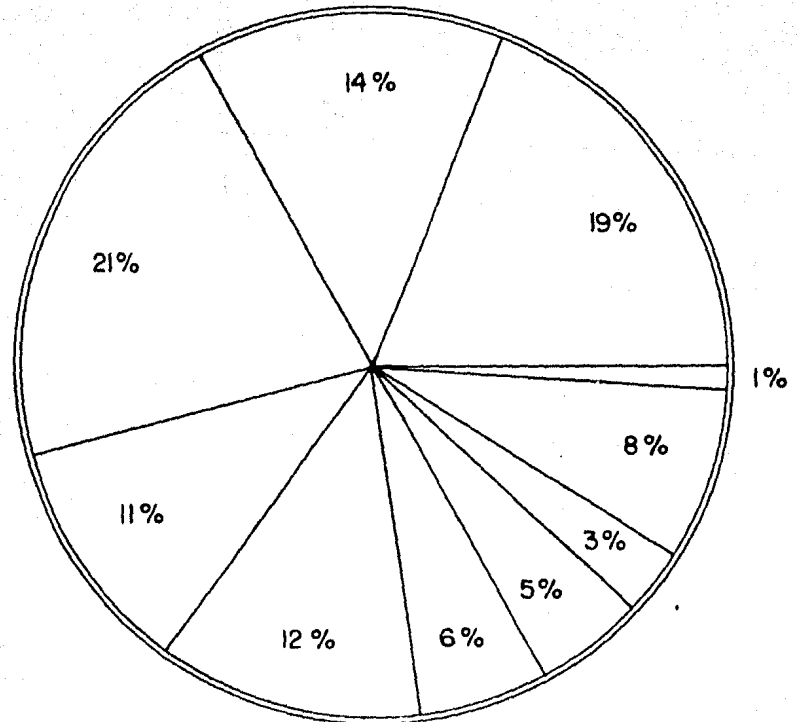
"EDAD"

EDAD	%
DE 18 A 22 AÑOS	19 %
DE 23 A 27 AÑOS	14 %
DE 28 A 32 AÑOS	21 %
DE 33 A 37 AÑOS	11 %
DE 38 A 42 AÑOS	12 %
DE 43 A 47 AÑOS	6 %
DE 48 A 52 AÑOS	5 %
DE 53 A 57 AÑOS	3 %
DE 58 EN ADELANTE	8 %
SIN ESPECIFICAR	1 %



"EDAD"

EDAD	%
DE 18 A 22 AÑOS	19 %
DE 23 A 27 AÑOS	14 %
DE 28 A 32 AÑOS	21 %
DE 33 A 37 AÑOS	11 %
DE 38 A 42 AÑOS	12 %
DE 43 A 47 AÑOS	6 %
DE 48 A 52 AÑOS	5 %
DE 53 A 57 AÑOS	3 %
DE 58 EN ADELANTE	8 %
SIN ESPECIFICAR	1 %



SEXO:

Se agruparon los individuos de la muestra de acuerdo con su sexo, a fin de contar con información suficiente para analizar, básicamente la información obtenida en el estudio y determinar si el pertenecer a uno u otro sexo influye en el tipo de respuestas que emiten ante los estímulos contenidos en el cuestionario aplicado.

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN EL SEXO DE LOS INDIVIDUOS

<u>SEXO</u>	<u>PORCENTAJE</u>
Masculino	41 %
Femenino	58 %
sin dato	1 %

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN SEXOS DE LOS INDIVIDUOS POR GRUPOS ESTUDIADOS

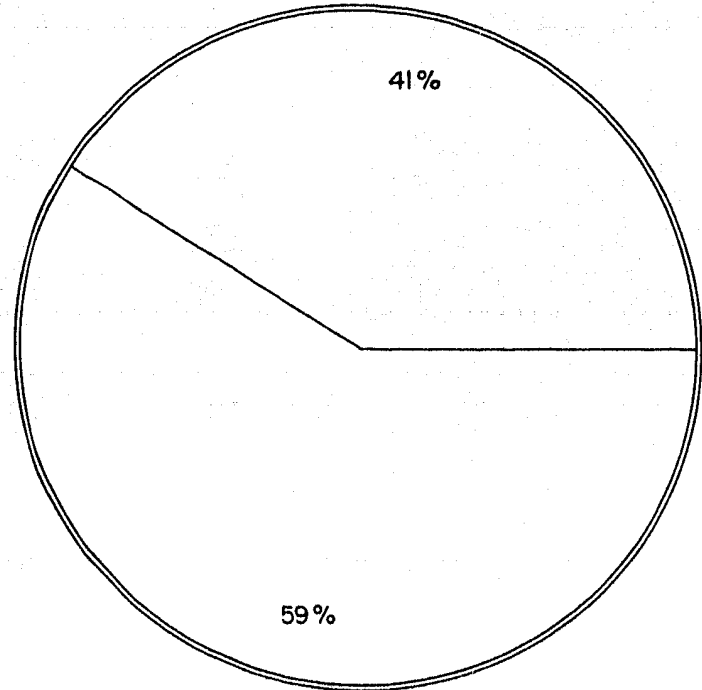
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Sexo</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Masculino	40	15	7	11	27	108	41
Femenino	28	32	26	5	9	152	58
Sin dato	0	100	0	0	0	2	1
						N=262	100

"SEXO"

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN EL SEXO DE LOS INDIVIDUOS

SEXO	%
MASCULINO	41 %
FEMENINO	59 %



ESTADO CIVIL:

Se agruparon los individuos de la muestra de acuerdo con su estado civil a fin de contar con la información suficiente para analizar basicamente las posibles correlaciones entre su estado civil y los resultados obtenidos del cuestionario aplicado.

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN EL ESTADO CIVIL DE LOS INDIVIDUOS QUE LA INTEGRAN.

<u>ESTADO CIVIL</u>	<u>PORCENTAJE</u>
Solteros	32 %
Casados	61 %
Divorciados	0.5 %
Viudos	4 %
Viven en unión libre	1 %
No especificaron	1.5 %

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN EL ESTADO CIVIL DE LOS INDIVIDUOS POR GRUPOS ESTUDIADOS

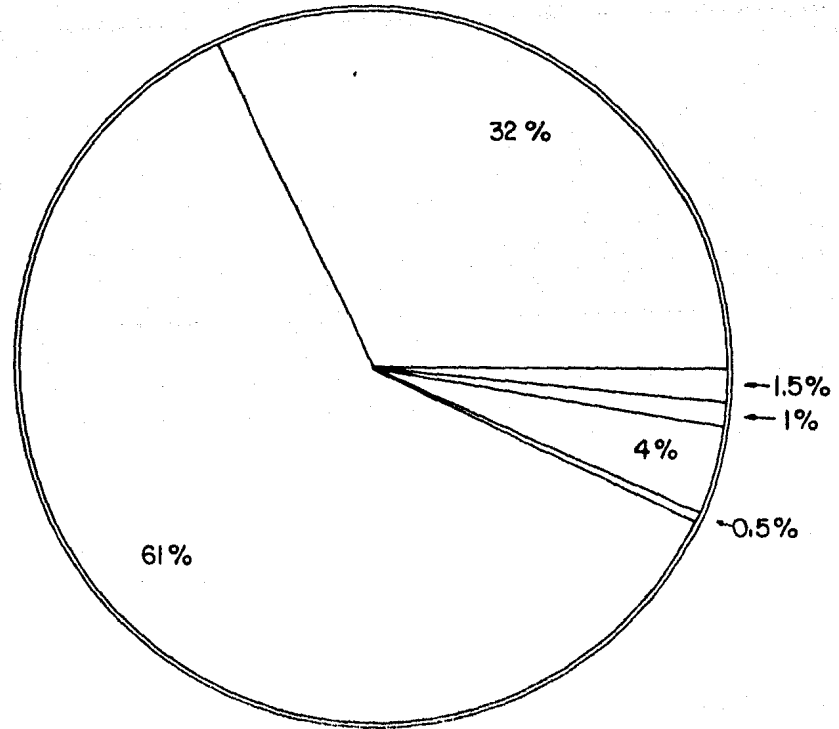
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Estado Civil</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Soltero	29	17	14	7	33	84	32
Casado	28	20	13	8	31	159	61
Divorciado	0	0	0	0	100	1	.5
Viudo	9	31	0	9	51	12	4
Unión libre	0	0	0	0	100	2	1
Sin especificar	50	25	0	0	25	4	1.5

N=262

"ESTADO CIVIL"

ESTADO CIVIL	%
SOLTEROS	32 %
CASADOS	61 %
DIVORCIADOS	0,5 %
VIUDOS	4 %
VIVEN EN UNION LIBRE	1 %
NO ESPECIFICARON	1,5 %



OCUPACION:

Se agruparon los individuos que constituyeron la muestra de acuerdo con su ocupación a fin de contar con información suficiente para analizar básicamente las posibles correlaciones entre su principal ocupación y las respuestas a los estímulos obtenidos mediante el cuestionario aplicado.

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN LA OCUPACION DE LOS INDIVIDUOS QUE LA CONSTITUYEN

<u>* OCUPACION</u>	<u>PORCENTAJE</u>
Ocupados en la Industria de la Transformación	11 %
Dedicados a servicios eléctricos, agua y sanitarios	1.5 %
Dedicados al comercio	2 %
A transportes y comunicaciones	2 %
Prestan servicios a la comunidad	37 %
Amas de casa	31 %
Estudiantes	7 %
No especificaron ocupación	5 %
Desocupados	3 %

* Según clasificación de la OIT.

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN LA OCUPACION DE LOS INDIVIDUOS POR GRUPOS ESTUDIADOS

(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

Ocupación	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Sin ocupación	0	29	0	0	71	7	3
Industrias de Transformación	73	0	0	7	20	30	11
Servs. de elec- tricidad, agua y S. Sanitarios	100	0	0	0	0	4	1.5
Comercio	40	0	0	20	40	5	2
Transportes y Comunicaciones	83	0	0	0	17	6	2
Servicios a la comunidad	29	1	34	15	20	98	37
Estudiantes	0	67	0	0	33	18	7
Sin Especificar	58	17	0	0	25	12	5

N=262

100

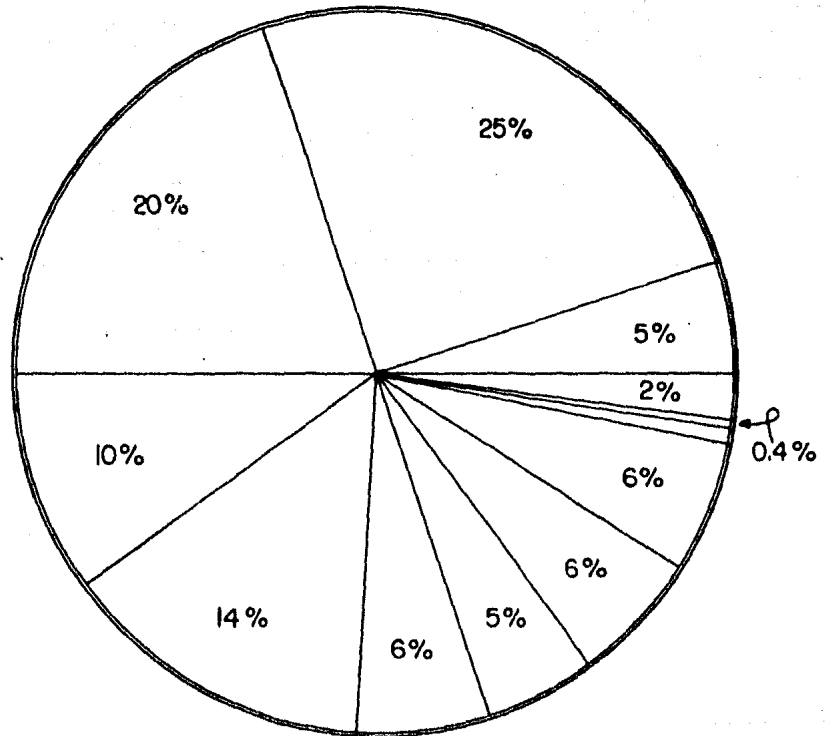
ESCOLARIDAD:

Se agruparon los individuos que constituyeron la muestra de acuerdo con su escolaridad (el último grado cursado) a fin de contar con información suficiente para analizar básicamente las posibles correlaciones entre su grado de instrucción escolar y las respuestas obtenidas mediante el cuestionario aplicado.

<u>ESCOLARIDAD</u>	<u>PORCENTAJE</u>
Sin escolaridad	5 %
Primaria incompleta	25 %
Primaria	20 %
Secundaria o equivalente incompleta	10 %
Secundaria o equivalente completa	14 %
Preparatoria o vocacional incompleta	6 %
Preparatoria o vocacional completa	5 %
Estudios Universitarios equivalentes	
Incompletos	6 %
Estudios Universitarios o equivalente	
Completos	6 %
Estudios de Postgrado	0.4 %
Sin dato	2 %

"ESCOLARIDAD"

ESCOLARIDAD	%
SIN ESCOLARIDAD	5 %
PRIMARIA INCOMPLETA	25 %
PRIMARIA	20 %
SECUNDARIA O EQUIVALENTE INCOMPLETA	10 %
SECUNDARIA O EQUIVALENTE COMPLETA	14 %
PREPARATORIA O VOCACIONAL INCOMPLETA	6 %
PREPARATORIA O VOCACIONAL COMPLETA	5 %
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS O EQUIVALENTES INCOMPLETOS	6 %
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS O EQUIVALENTES COMPLETOS	6 %
ESTUDIOS DE POSTGRADO	0.4 %
SIN DATO	2 %



DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN LA ESCOLARIDAD DE LOS INDIVIDUOS QUE LA INTEGRAN POR
GRUPOS ESTUDIADOS .

(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Escolaridad</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Sin escolaridad	31	38	0	0	31	13	5
Primaria Incompleta	20	26	9	3	41	65	25
Primaria	41	11	4	4	40	53	20
Sec. Incompleta (Com./Prevoca.)	30	11	4	7	48	27	10
Sec./Comercio Prevocacional	28	14	19	14	25	36	14
Prepa. Incomp. Vocacional	11	50	19	0	19	16	6
Prepa./Voca.	38	31	8	8	15	13	5
Estudios Univer sitarios Incomp.	12	6	29	24	29	17	6
Estudios Univer sitarios	31	6	31	19	12	16	6
Estudios de Postgrado	0	0	100	0	0	1	0.4
Sin especificar	0	20	40	20	20	5	2
						N=262	100

Ahora para entrar en materia hagamos un breve resumen de lo que se hizo en capítulos anteriores y lo que tratará este capítulo llamado Mecánica de la Investigación.

1. Obtención de la muestra que fue determinada en base a fórmulas matemáticas.

2. Definición de la población compuesta por residentes y/o empleados en el Distrito Federal mayores de dieciocho años de edad clasificables en cualesquiera de los cinco grupos descritos: PATRONES, ASEGURADOS, BENEFICIARIOS, TRABAJADORES DEL IMSS Y OPINION PUBLICA. Siendo éstos representativos de sus respectivos universos.

3. De las personas a quienes se les aplicó el cuestionario, la distribución fué como sigue:

20 PATRONES: 7.6%; de la Muestra Total;

71 ASEGURADOS: 27.1%;

51 BENEFICIARIOS: 19.5%;

33 TRABAJADORES DEL IMSS: 12.6%;

87 Correspondientes a OPINION PUBLICA: 33.2%

4. El tipo de instrumento utilizado fue cuestionario especialmente diseñado para investigar las Hipótesis propuestas, constituido por preguntas abiertas cuyas respuestas se clasificaron numéricamente, de acuerdo a las categorías.

5. Análisis de variables sociológicas controladas

COMO:

La edad de los individuos

El estado civil

El nivel académico

La ocupación de los individuos

6. Prueba piloto, se aplicó el cuestionario inicial a 225 sujetos a fin de conocer la validez de su contenido y la funcionalidad de las categorías conocidas. En atención a lo observado se modificó ligeramente el cuestionario y se diseñó en su forma definitiva. Así también fue modificado el campo muestral aumentando a 262 entrevistas para dar mayor porcentaje de certeza a los resultados.

7. La recolección de datos realizada entre Patronos, Asegurados, Trabajadores del IMSS, Beneficiarios y Opinión Pública se llevó a cabo en centros de reunión. Las respuestas se registraron por escrito, lo más literalmente posible.

8. Determinación de los elementos conceptuales básicos: compuesta por expresiones orales a las que se atribuye un significado identificable y comparable con el atribuido en la estructura ideológica del IMSS como marco de referencia.

9. Determinación de los elementos funcionales de la

imagen del IMSS, como son mecanismos operativos e instrumentos, de los que el IMSS se vale para realizar sus postulados y para poner en práctica las tareas que la Ley le señala, y las características particulares de cada uno de ellos.

10. Finalmente se realizó el análisis de los datos mediante un procesamiento estadístico manual analizando las frecuencias y estimaciones porcentuales de las respuestas a cada pregunta, según categorías ya conocidas, en relación a la manera total y a cada uno de los grupos en que ésta quedó dividida.

5.5 Análisis de la Hipótesis I y II

HIPOTESIS I:

"La Opinión Pública en general, integrada por los - grupos en que convencionalmente se ha dividido para los fines de este estudio; posee un conocimiento total de menos del 50% de los elementos conceptuales - que estructuran la Ideología del IMSS".

HIPOTESIS II:

"El total de los elementos conceptuales que integran la estructura ideológica del IMSS es conocido por menos - del 50% de los sujetos que constituyen la opinión pública, integrada por los grupos en que esta se ha dividido convencionalmente para los fines de este estudio".

Para la investigación de ~~esta~~ hipótesis se emplearon los reactivos 1,2,3,4,5,6 y 7, cuyos propósitos y resultados se detallan a continuación.

REACTIVO I.

¿Qué significa para usted la palabra Seguridad?

OBJETIVOS:

Determinar la estructura conceptual que la Opinión Pública tiene del Concepto Seguridad.

Determinar si existe en la opinión pública la estructura conceptual básica para el manejo adecuado de los elementos de la Seguridad Social.

CONCEPTO

"SEGURIDAD"

CATEGORIAS DE RESPUESTAS
SEGUN RELACION Y APLICACION DEL CONCEPTO.

PORCENTAJE

EXPRESIONES REPRESENTATIVAS

N=262

APLICACION DEL CONCEPTO

Individual	50 %	"Mi propia tranquilidad"
Familiar	4 %	"La tranquilidad de mi familia"
Colectiva	7 %	"La tranquilidad de todos"
sin especificar la aplicación	31 %	"Tener confianza"
No sabe	7 %	
	<u>100</u>	

RELACION DEL CONCEPTO

Física	9 %	"Conservación de la Integridad Física"
Económica	7 %	"Tener ingresos permanentes"
Psicológica	42 %	"Tener confianza"
sin datos para clasificarla	35 %	"Seguridad para la familia"
No sabe	<u>7</u> %	
	<u>100</u>	

**APLICACIONES DEL CONCEPTO SEGURIDAD POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)**

<u>Aplicación del Concepto</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Individual	33	23	11	5	28	132	50
Familiar	9	0	0	0	91	11	4
Colectiva	42	0	26	26	5	19	7
Sin especificar la aplicación	18	22	17	11	32	83	31
No sabe	17	11	0	0	72	18	7
						N=262	100

**RELACION DEL CONCEPTO SEGURIDAD POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)**

<u>Relación del Concepto</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Física	39	17	13	4	26	23	9
Económica	22	6	0	0	72	18	7
Psicológica	31	22	12	8	26	111	42
Sin datos suficientes para clasificar	22	21	18	11	28	92	35
No sabe	17	11	0	0	72	18	7
						N=262	100

**APLICACIONES DEL CONCEPTO SEGURIDAD POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)**

<u>Aplicación del Concepto</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Individual	33	23	11	5	28	132	50
Familiar	9	0	0	0	91	11	4
Colectiva	42	0	26	26	5	19	7
Sin especificar la aplicación	18	22	17	11	32	83	31
No sabe	17	11	0	0	72	18	7
						N=262	100

**RELACION DEL CONCEPTO SEGURIDAD POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)**

<u>Relación del Concepto</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Física	39	17	13	4	26	23	9
Económica	22	6	0	0	72	18	7
Psicológica	31	22	12	8	26	111	42
Sin datos suficientes para clasificar	22	21	18	11	28	92	35
No sabe	17	11	0	0	72	18	7
						N=262	100

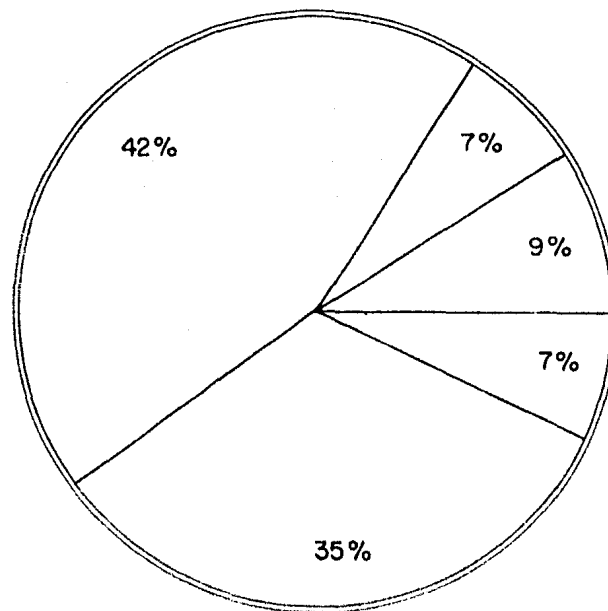
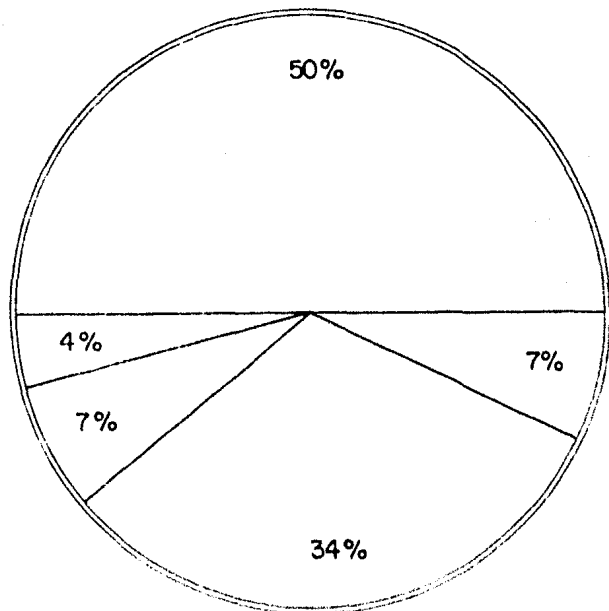
CONCEPTO "SEGURIDAD"

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN RELACION Y APLICACION DEL CONCEPTO

INDIVIDUAL	50 %
FAMILIAR	4 %
COLECTIVA	7 %
SIN ESPECIFICAR LA APLICACION	31 %
NO SABE	7 %

RELACION DEL CONCEPTO

FISICA	9 %
ECONOMICA	7 %
PSICOLOGICA	42 %
SIN DATOS PARA CLASIFICARLA	35 %
NO SABE	7 %



FUENTES DE INFORMACION:

Reactivo 2:

"¿Cómo se enteró usted, de lo que conoce sobre el Seguro Social?"

OBJETIVO:

Conocer el grado en que los medios masivo, así como las redes interpersonales de comunicación influyen en la formación de la imagen actual del IMSS y la Seguridad Social.

**CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN LA
FUENTE ATRIBUIDA POR LOS INDIVI-
DUOS A SU INFORMACION SOBRE EL IMSS**

PORCENTAJE

EXPRESIONES REPRESENTATIVAS

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN LA FUENTE ATRIBUIDA POR LOS INDIVIDUOS A SU INFORMACION SOBRE EL IMSS	PORCENTAJE	EXPRESIONES REPRESENTATIVAS
Televisión	2 %	"Por la T. V."
Radio	0.4 %	"Por el radio".
Prensa	3 %	"Por los periódicos"
Comunicación interpersonal	40 %	"He oído comentarios"
Experiencia personal	42 %	"He recibido servicio"
Constatación visual	2%	"He acompañado a mi hija y lo he visto"
Comunicaciones del propio Instituto.	5 %	"Por pláticas que han dado"
Obras	2 %	"Me lo imagino"
No respondieron	4 %	

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGUN EL ORIGEN ATRIBUIDO A LA INFORMACION SOBRE EL SEGURO SOCIAL POR GRUPOS ESTUDIADOS

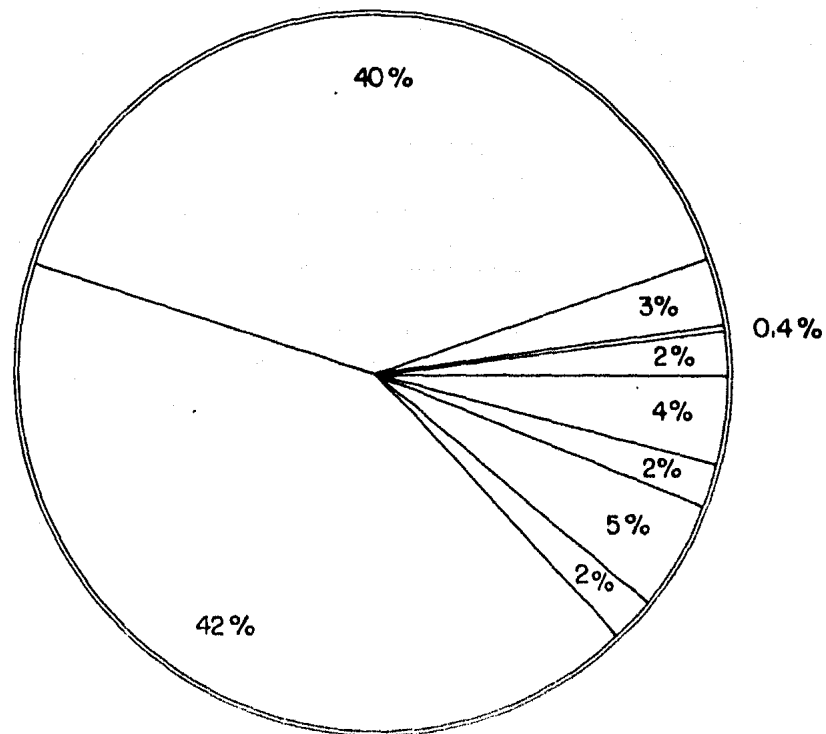
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Orden atribuido</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Televisión	17	33	0	17	33	6	2
Radio	0	0	0	0	100	1	0.4
Prensa	29	29	14	14	14	7	3
Comunicación Inter personal	16	23	1	7	54	106	40
Experiencia perso nal	41	16	26	7	10	109	42
Constatación visual	0	40	20	20	20	5	2
Comunicaciones del propio Instituto	36	21	14	14	14	14	5
Otras	25	0	0	0	75	4	2
No respondieron	0	10	0	0	90	10	4

N=262 100

**CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN LA FUENTE
ATRIBUIDA POR LOS INDIVIDUOS
A SU INFORMACION SOBRE EL IMSS**

TELEVISION	2 %
RADIO	0.4 %
PRENSA	3 %
COMUNICACION INTERPERSONAL	40 %
EXPERIENCIA PERSONAL	42 %
CONSTATAACION VISUAL	2 %
COMUNICACIONES DEL PROPIO INSTITUTO	5 %
OBRAS	2 %
NO RESPONDIERON	4 %



REACTIVO 3:

¿Qué cree usted que quiere decir la palabra "Salud"?

OBJETIVOS:

Conocer el alcance de las Relaciones Biológica, Psicológica y Social del concepto "Salud" y los niveles de su aplicación (Individual, Familiar y Colectiva) en la Opinión Pública.

Conocer si existen las Bases conceptuales que requiere la aplicación adecuada del concepto Seguridad Social en lo que se refiere a su relación Sanitaria.

CONCEPTO "SALUD"

Categorías de respuestas
según la relación y aplica-
ción del concepto.

	Porcentaje	Expresiones Representativas
Aplicación de concepto individual	76 %	"Ausencia de enfermedades en mi persona"
Familiar	1 %	"Bienestar <u>Familiar</u> "
Colectiva	2 %	" Bienestar de <u>Todos</u> "
Sin especificar la aplicación	17 %	" Bienestar "
No sabe	<u>4</u> %	
	100	
<u>Relación del Concepto</u>		
Física	65 %	"Ausencia de <u>enfermedades</u> "
Económica	0.4 %	"Estar en condiciones de ganar dinero"
Psicológica	12 %	"Buen estado mental"
Sin datos suficientes para clasificarla	18 %	"Estar bien"
No sabe	4 %	
	<u>100</u>	

APLICACIONES DEL CONCEPTO SALUD POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)

<u>Aplicación</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Individual	27	23	15	6	28	199	76
Familiar	0	0	0	0	100	3	1
Colectiva	33	0	17	17	33	5	2
Sin especificar la aplicación	30	11	2	16	41	45	17
No sabe	10	0	0	0	90	10	4
						N=262	100

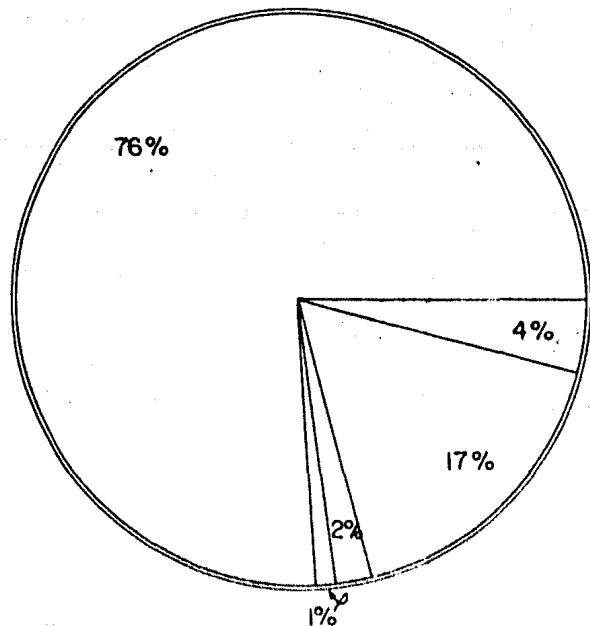
RELACION DEL CONCEPTO SALUD POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)

<u>Relación</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Física	26	25	12	4	32	170	65
Económica	0	0	0	100	0	1	0.4
Psicológica	28	6	34	16	16	31	12
Sin datos suficientes para clasificar	33	12	2	15	37	47	18
No sabe	10	0	0	0	90	10	4
						N=262	100

CONCEPTO "SALUD"

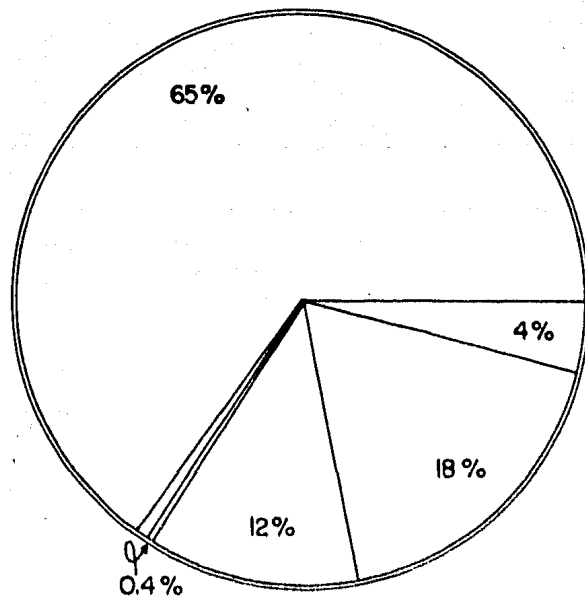
CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN LA RELACION Y APLICACION DEL CONCEPTO.

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN LA RELACION Y APLICACION DEL CONCEPTO.	%
APLICACION DE CONCEPTO INDIVIDUAL	76 %
FAMILIAR	1 %
COLECTIVA	2 %
SIN ESPECIFICAR LA APLICACION	17 %
NO SABE	4 %



RELACION DEL CONCEPTO

RELACION DEL CONCEPTO	%
FISICA	65 %
ECONOMICA	0,4 %
PSICOLOGICA	12 %
SIN DATOS SUFICIENTES PARA CLASIFICARLA	18 %
NO SABE	4 %



REACTIVO 4 :

¿Qué cree usted que quiere decir la palabra "Solidaridad?"

OBJETIVOS:

Determinar el contenido del concepto Solidaridad de la Opinión Pública y el alcance de su aplicación en la comunidad.

Establecer si la base conceptual y el nivel de cohesión Social implícitos en el concepto son suficientes para la percepción adecuada de la Seguridad Social en sus aspectos de más trascendencia para la comunidad nacional.

CONCEPTO "SOLIDARIDAD"

CATEGORIAS DE RESPUESTAS
SEGUN EL CONTENIDO DEL
CONCEPTO

CONCEPTO	PORCENTAJE	EXPRESIONES REPRESENTATIVAS
Unión	31 %	"Estar unido a otros"
Interés	4 %	"Estas preocupado por los demás"
Colaboración	9 %	"Cooperación y ayuda mutua"
Contenido incorrecto por consonancia de otros términos	13 %	"que uno no tiene a nadie" (Consonancia con soledad) "Qué es sólida" (Consonancia con solidez).
No sabe	43 %	
	100	

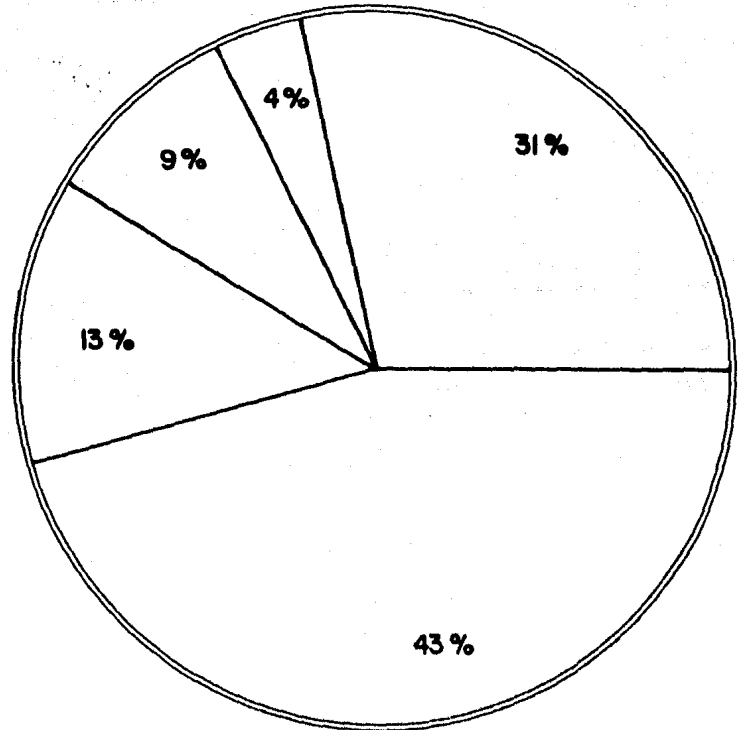
CONTENIDO DEL CONCEPTO SOLIDARIDAD POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)

<u>Contenido</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Unión	26	15	15	15	29	81	31
Interés	25	17	0	08	50	10	4
Colaboración	17	12	29	25	17	24	9
Contenido incorrecto	41	9	18	3	29	34	13
No sabe	26	28	7	0	39	113	43
						N=262	100

**CONCEPTO:
"SOLIDARIDAD"**

**CATEGORIAS DE RESPUESTAS
SEGUN EL CONTENIDO DEL CONCEPTO** %

UNION	31	%
INTERES	4	%
COLABORACION	9	%
CONTENIDO INCORRECTO POR CONSONANCIA DE OTROS TERMINOS	13	%



REACTIVO 5 :

¿Qué cree usted que quiere decir "Seguridad Social" ?

OBJETIVOS:

**Establecer los niveles de percepción de las Relaciones Física, -
Psicológica y Social del concepto "Seguridad Social" y de su apli
cación a los ámbitos individual, Familiar y Colectivo.**

**Determinar si existe en la Opinión Pública la infraestructura con
ceptual básica para el manejo adecuado de los elementos estructu-
rales de la Seguridad Social relativos a su acción protectora.**

CONCEPTO "SEGURIDAD SOCIAL"

CATEGORIAS DE RESPUESTAS
SEGUN EL CONTENIDO APLICACION Y RELACION DEL CONCEPTO.

<u>Relación del Concepto</u>	<u>PORCENTAJE</u>	<u>EXPRESIONES REPRESENTATIVAS</u>
Protección	42 %	"Protección al Pueblo"
Protección que se otorga institucionalmente	12 %	"Protección que da el Seguro"
Bienestar y/o Justicia Social	17 %	"Bienestar para el trabajador"
Otros	9 %	"Relación con la sociedad"
No sabe	<u>20</u> %	"Seguridad con la sociedad"
	100	

APLICACIONES DEL CONCEPTO

Individual	18 %	"Bienestar para mi persona"
Familiar	10 %	"Protección Familiar"
Colectiva	64 %	"Protegida toda la sociedad"
Sin datos suficientes para clasificar	<u>8</u> %	"Tener protección"
	100	

CONTENIDO DEL CONCEPTO "SEGURIDAD SOCIAL" POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones porcentuales)

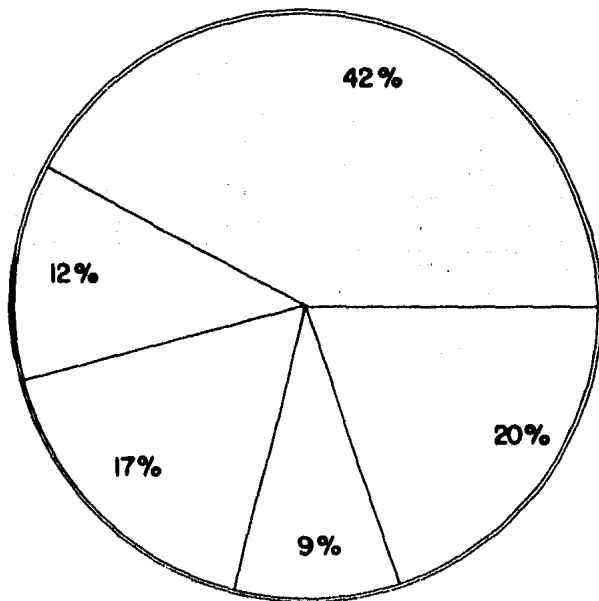
<u>Contenido</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Protección	23	18	18	11	30	110	42
Protección oficial	33	20	3	7	37	31	12
Bienestar y/o justicia.	27	20	11	7	36	45	17
Otros	48	16	4	8	24	24	9
No sabe	23	23	12	2	40	52	20
						N=262	100

APLICACION DEL CONCEPTO SEGURIDAD SOCIAL POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)

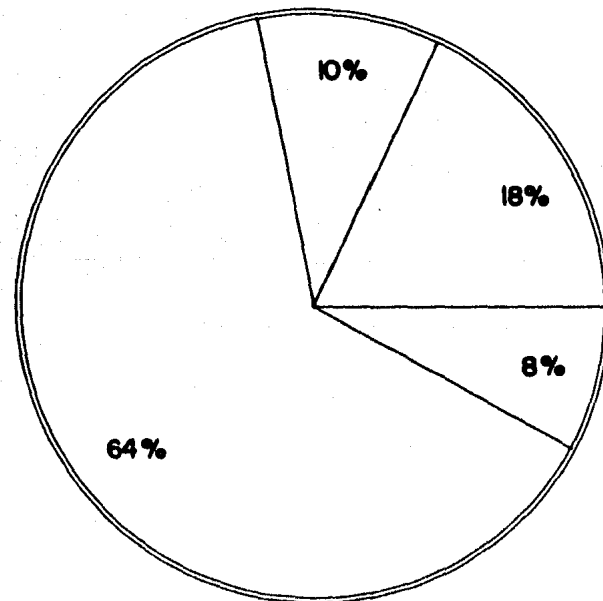
<u>Aplicación</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Individual	16	24	24	8	28	24	18
Familiar	38	0	8	8	46	14	10
Colectiva	23	15	15	14	33	86	64
Sin especificar la aplicación	45	27	9	0	18	11	8
						N=135	100

**CONCEPTO :
"SEGURIDAD SOCIAL"**

RELACION DEL CONCEPTO	%
PROTECCION	42 %
PROTECCION QUE SE OTORGA INSTITUCIONALMENTE	12 %
BIENESTAR Y/O JUSTICIA SOCIAL	17 %
OTROS	9 %
NO SABE	20 %

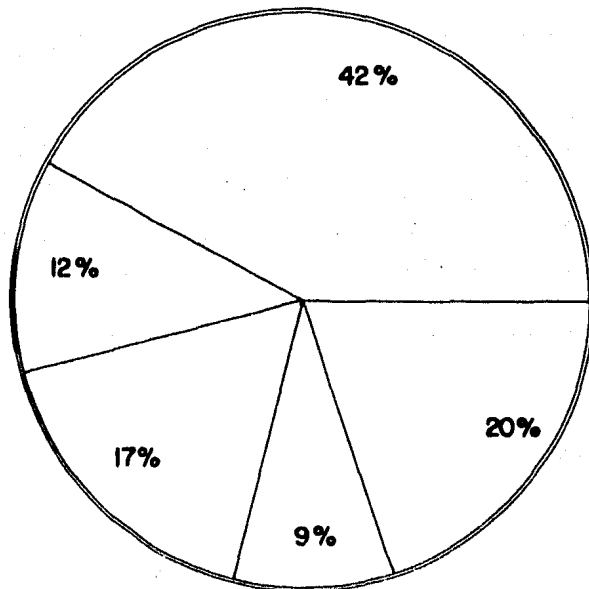


APLICACIONES DEL CONCEPTO	%
INDIVIDUAL	18 %
FAMILIAR	10 %
COLECTIVA	64 %
SIN DATOS SUFICIENTES PARA CLASIFICAR	8 %

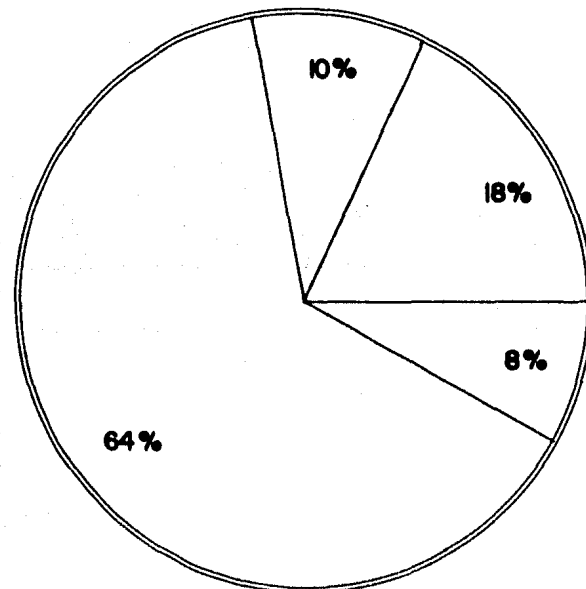


**CONCEPTO :
"SEGURIDAD SOCIAL"**

RELACION DEL CONCEPTO	%
PROTECCION	42 %
PROTECCION QUE SE OTORGA INSTITUCIONALMENTE	12 %
BIENESTAR Y/O JUSTICIA SOCIAL	17 %
OTROS	9 %
NO SABE	20 %



APLICACIONES DEL CONCEPTO	%
INDIVIDUAL	18 %
FAMILIAR	10 %
COLECTIVA	64 %
SIN DATOS SUFICIENTES PARA CLASIFICAR	8 %



REACTIVO 6 :

¿Qué causas piensa usted que contribuyeron a la creación del Seguro Social y cual considera que es la finalidad de este organismo?

OBJETIVO:

Establecer el grado en que están presentes, dentro del concepto "Seguridad Social", voluntad popular y el desarrollo social nacional como elemento fundamental y asimismo determinar la idea general que se tiene de la finalidad que persigue el instituto.

ORIGEN Y CAUSAS DEL IMSS

**CATEGORIAS DE RESPUESTAS
SOBRE ORIGEN Y CAUSAS DEL
IMSS**

	PORCENTAJE	EXPRESIONES REPRESENTATIVAS
Sector obrero	28 %	"La necesidad de los trabajadores"
Sector Patronal	1 %	"Los patrones para proteger a los trabajadores"
Sector Público	2 %	"Lo creó el Gobierno"
Político	2 %	"Políticas Principalmente"
Popular	26 %	"El pueblo lo exigió"
Histórico Social	5 %	"Los grandes problemas sociales que existían por la salud"
Sin especificar el origen	25 %	"La falta de atención Médica"
No sabe	11 %	

CREACION DEL ORIGEN ATRIBUIDO AL IMSS POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)

<u>Origen</u>	<u>Asegurados</u>	<u>Beneficiarios</u>	<u>Empleados IMSS</u>	<u>Patrones</u>	<u>Op. Pública</u>	<u>n</u>	<u>% de N</u>
	<u>%</u>	<u>%</u>	<u>%</u>	<u>%</u>	<u>%</u>		
Obrero	29	21	7	7	37	73	28
Patronal	0	33	33	0	33	3	1
Sector Público	33	17	17	33	0	6	2
Político	33	17	33	0	17	6	2
Popular	34	22	12	12	21	68	26
Histórico/Social	15	8	46	15	15	13	5
Sin especificar origen	21	25	15	5	24	65	25
No sabe	25	4	0	0	71	28	11
						n=262	100

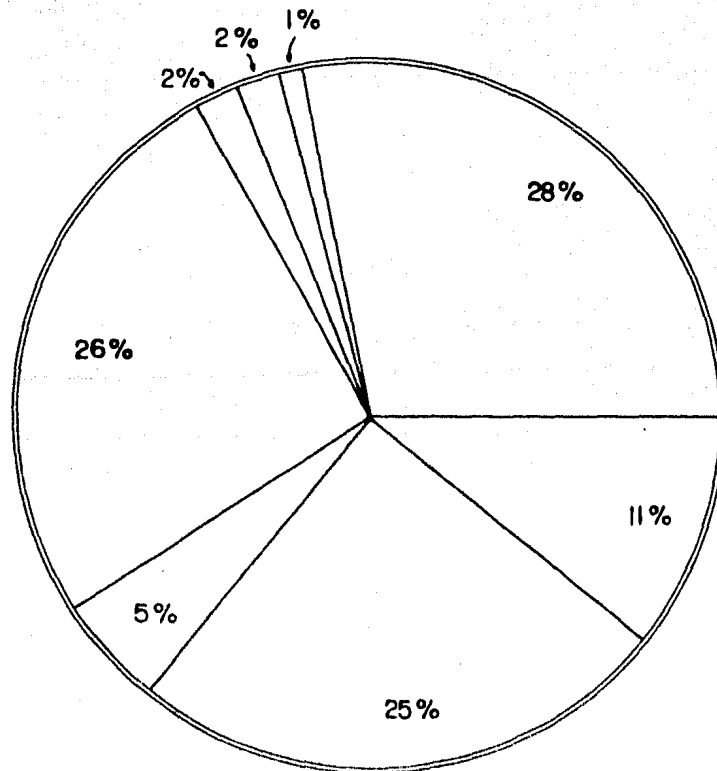
CREACION DEL ORIGEN ATRIBUIDO AL IMSS POR GRUPOS ESTUDIADOS
(Estimaciones Porcentuales)

<u>Origen</u>	<u>Asegurados</u>	<u>Beneficiarios</u>	<u>Empleados IMSS</u>	<u>Patrones</u>	<u>Op. Pública</u>	<u>n</u>	<u>% de N</u>
	%	%	%	%	%		
Obrero	29	21	7	7	37	73	28
Patronal	0	33	33	0	33	3	1
Sector Público	33	17	17	33	0	6	2
Político	33	17	33	0	17	6	2
Popular	34	22	12	12	21	68	26
Histórico/Social	15	8	46	15	15	13	5
Sin especificar origen	21	25	15	5	24	65	25
No sabe	25	4	0	0	71	28	11
						n=262	100

"ORIGEN Y CAUSAS DEL IMSS"

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SOBRE ORIGEN Y CAUSAS DEL IMSS

		%
SECTOR OBRERO	28	%
SECTOR PATRONAL	1	%
SECTOR PUBLICO	2	%
POLITICO	2	%
POPULAR	26	%
HISTORICO SOCIAL	5	%
SIN ESPECIFICAR EL ORIGEN	25	%
NO SABE	11	%



FINALIDADES DEL I.M.S.S.

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN FINALIDADES Y APLICACIONES ATRIBUIDAS AL IMSS.

Finalidades	PORCENTAJE	EXPRESIONES REPRESENTATIVAS
Protección	4 %	"Protege a los enfermos"
Protección individual	10 %	"Protegerme"
Protección familiar	7 %	"Proteger a la familia del asegurado"
Protección a la colectividad	62 %	"Dar protección al pueblo"
Otorgar servicios	5 %	"Dar servicio"
No sabe	<u>12 %</u>	
	100	
 RELACIONES		
Fisica	44 %	"Protección a los enfermos"
Económica	4 %	"Ayudar económicamente a los trabajadores"
Social	2 %	"Propiciar la Salud Social"
Sin datos suficientes para clasificar	<u>51 %</u>	"Ayudarnos a todos".
	100	

**FINALIDADES ATRIBUIDAS AL IMSS POR GRUPOS ESTUDIADOS
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)**

<u>Finalidad</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Protección	82	0	0	9	9	11	4
Protección del indi viduo.	19	15	27	4	35	26	10
Protección de la familia	17	17	17	6	4	18	7
Protección de la colectividad	30	23	14	10	22	162	62
Otorgar servicios	8	23	8	0	62	13	5
No sabe	12	9	0	0	78	32	12
						N=262	100

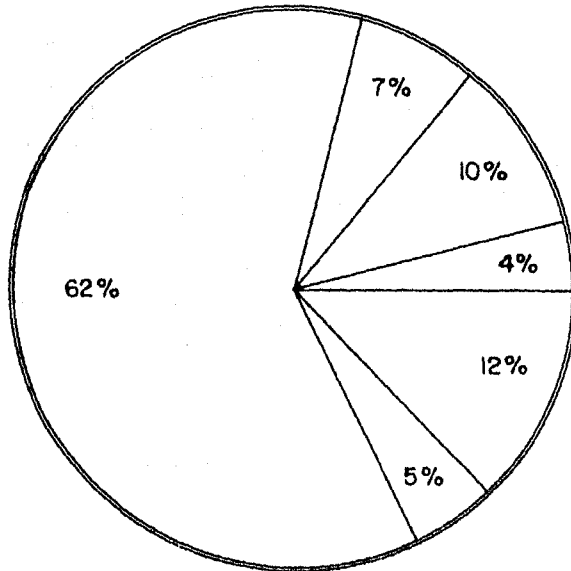
**RELACION DE LAS FINALIDADES ATRIBUIDAS AL IMSS POR GRUPOS
ESTUDIADOS (ESTIMACIONES PORCENTUALES)**

<u>Relación</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Física	31	32	13	6	18	114	44
Económica	9	18	27	27	18	11	4
Social	0	25	25	25	25	4	2
Sin datos sufi- cientes para cla- sificar	26	9	10	7	47	133	51
						N= 262	100

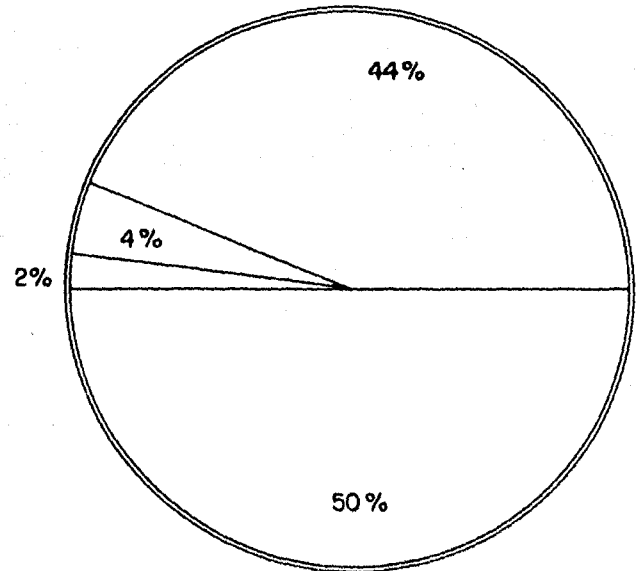
"FINALIDADES DEL IMSS"

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN FINALIDADES Y APLICACIONES ATRIBUIDAS AL IMSS.

FINALIDADES	%
PROTECCION	4 %
PROTECCION INDIVIDUAL	10 %
PROTECCION A LA COLECTIVIDAD	62 %
OTORGAR SERVICIOS	5 %
PROTECCION FAMILIAR	7 %
NO SABE	12 %



RELACIONES	%
FISICA	44 %
ECONOMICA	4 %
SOCIAL	2 %
SIN DATOS SUFICIENTES PARA CLASIFICAR	50 %



REACTIVO 7:

"¿Quiénes cree usted que sostienen económicamente al Seguro Social?"

OBJETIVO:

Conocer si se concibe al Instituto como expresión de la Solidaridad Social que implica su carácter Tripartito y, por tanto, si existe la base conceptual necesaria para identificarlo como Instrumento Redistribuidor de la Riqueza.

S E C T O R E S D E P A R T I C I P A C I O N E C O N O M I C A D E L I M S S

CATEGORIAS DE RESPUESTA DE PARTICIPACION ECONOMICA	PORCENTAJE	EXPRESIONES REPRESENTATIVAS
Sector patronal	16 %	"Con lo que paga el patrón"
Sector obrero	55 %	"Los impuestos del trabajador"
Sector Estatal	9 %	"Lo sostiene el Gobierno"
Patronal - obrero-estatal	3 %	"Con las cuotas de los obreros y lo que dan los patrones y el gobierno"
Popular	5 %	"Con nuestros impuestos"
Ninguno de los anteriores	8 %	"Lo sostiene el presidente"
No sabe	4 %	

100

SECTORES A LOS QUE SE ATRIBUYE PARTICIPACION ECONOMICA EN EL IMSS
POR GRUPOS ESTUDIADOS.

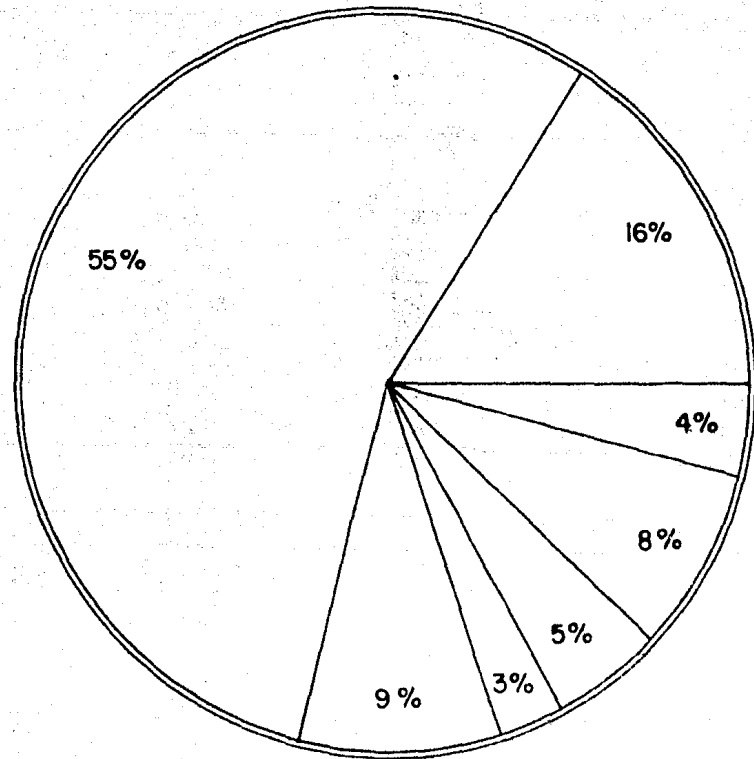
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Sector</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Patronal	29	12	22	19	17	41	16
Obrero	31	22	10	6	30	144	55
Estatal	8	20	4	0	67	24	9
Patronal-Obrero- Estatal	11	0	78	11	0	9	3
Popular	0	17	8	0	75	12	5
Ninguno de los anteriores	48	29	0	10	14	21	8
No sabe	9	9	0	0	82	11	4
						N= 262	100

SECTORES DE PARTICIPACION ECONOMICA DEL IMSS.

CATEGORIAS DE RESPUESTA DE PARTICIPACION ECONOMICA %

SECTOR PATRONAL	16 %
SECTOR OBRERO	55 %
SECTOR ESTATAL	9 %
PATRONAL - OBRERO-ESTATAL	3 %
POPULAR	5 %
NINGUNO DE LOS ANTERIORES	8 %
NO SABE	4 %



5.6 Análisis de las Hipótesis III y IV

HIPOTESIS III: "La opinión pública en general, integrada por los grupos en que convencionalmente se ha dividido, - posee un conocimiento total de menos del 50% de los elementos funcionales que estructuran la ima gen del IMSS"

HIPOTESIS IV: "El total de los elementos que integran la imagen del IMSS es conocido por menos del 50% de los su jetos que constituyen la opinión pública, integra da por los grupos en que convencionalmente se ha dividido".

Para la investigación de estas hipótesis se emplearon los reactivos 8, 9 y 10 cuyos propósitos y resultados se detallan a continuación.

OBLIGACIONES -REQUISITOS Y TRAMITES- CONOCIDAS

**CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN
EL TIPO DE OBLIGACIONES EXPRESADAS
REQUISITOS Y TRAMITES**

REQUISITOS Y TRAMITES	PORCENTAJE	EXPRESIONES REPRESENTATIVAS
Requisitos	63 %	"Trabajar en una empresa"
Trámites	16 %	"Tener credencial"
Otros	12 %	"Estar enfermo", "Ir a la Clínica".
No sabe	9 %	
	<u>100</u>	

REQUISITOS QUE SE MENCIONAN:

- Ser trabajador	34 %
- Pagar cuotas	8 %
- Estar inscrito	56 %
- Ser beneficiario	<u>1 %</u>
	100

TRAMITES MENCIONADOS

Relativos a documentos	76 %	"Presentar documentos que lo acrediten como derechohabiente"
Relativos a acciones físicas	<u>24 %</u>	"Hacer cola"
	100	

REACTIVO 8 : "¿Qué hay que hacer para utilizar los servicios del Seguro Social?"

OBJETIVO: Establecer en qué medida la opinión pública es consciente de que la relación con el Instituto implica obligaciones, en cualquier grado de complejidad, como contraparte de los Derechos, entendidos ambos como componentes de la imagen funcional del IMSS.

OBLIGACIONES QUE IMPLICA LA RECEPCION DE LOS SERVICIOS DEL SEGURO SOCIAL POR GRUPOS ESTUDIADOS (ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Obligaciones</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Requisitos	24	16	15	8	37	165	63
Trámites	41	27	10	5	17	41	16
Otras	30	36	12	9	12	33	12
No sabe	17	9	0	9	65	23	9
						N= 262	100

REQUISITOS QUE SE MENCIONAN COMO OBLIGACIONES PARA LA RECEPCION DE LOS SERVICIOS POR GRUPOS ESTUDIADOS

<u>Requisitos</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Ser trabajador	18	10	3	7	61	57	34
Pagar cuotas	29	0	21	14	36	14	8
Estar inscrito	28	21	20	7	23	93	56
Ser Beneficiarios	0	0	100	0	0	1	1
						N=165	100

TRAMITES QUE SE MENCIONAN COMO OBLIGACIONES PARA LA RECEPCION DE LOS SERVS. POR GRUPOS ESTUDIADOS.

<u>Trámite</u>	<u>Aseq.</u>	<u>Benef.</u>	<u>Emp. IMSS</u>	<u>Patrones</u>	<u>Op. Pública</u>	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Presentar documentos	48	26	6	6	13	31	76
Acciones físicas	20	30	20	0	30	10	24
						N= 41	100

REACTIVO 9 :

"¿Qué Prestaciones y Servicios cree usted que otorga el Seguro Social?"

OBJETIVOS: **Determinar el número y la naturaleza de los servicios IMSS que la opinión pública conoce.**
Establecer, en consecuencia qué elementos funcionales determinan la imagen institucional.

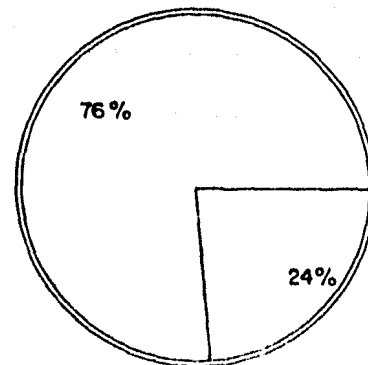
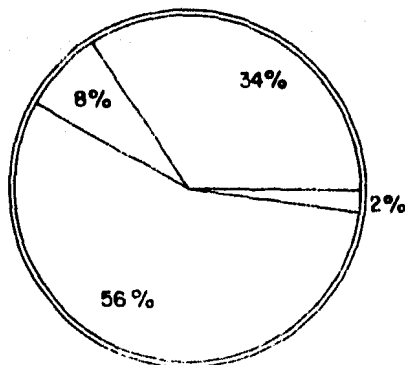
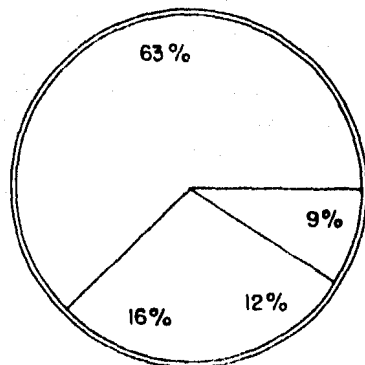
"OBLIGACIONES REQUISITOS Y TRAMITES CONOCIDAS".

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN EL TIPO DE OBLIGACIONES EXPRESADAS REQUISITOS Y TRAMITES

	%
REQUISITOS	63 %
TRAMITES	16 %
OTROS	12 %
NO SABE	9 %

REQUISITOS QUE SE MENCIONAN	%
SER TRABAJADOR	34 %
PAGAR CUOTAS	8 %
ESTAR INSCRITO	56 %
SER BENEFICIARIO	2 %

TRAMITES MENCIONADOS	%
RELATIVOS A DOCUMENTOS	76 %
RELATIVOS A ACCIONES FISICAS	24 %



**CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN
TIPO DE SERVICIOS MENCIONADOS**

PORCENTAJE

EXPRESIONES REPRESENTATIVAS

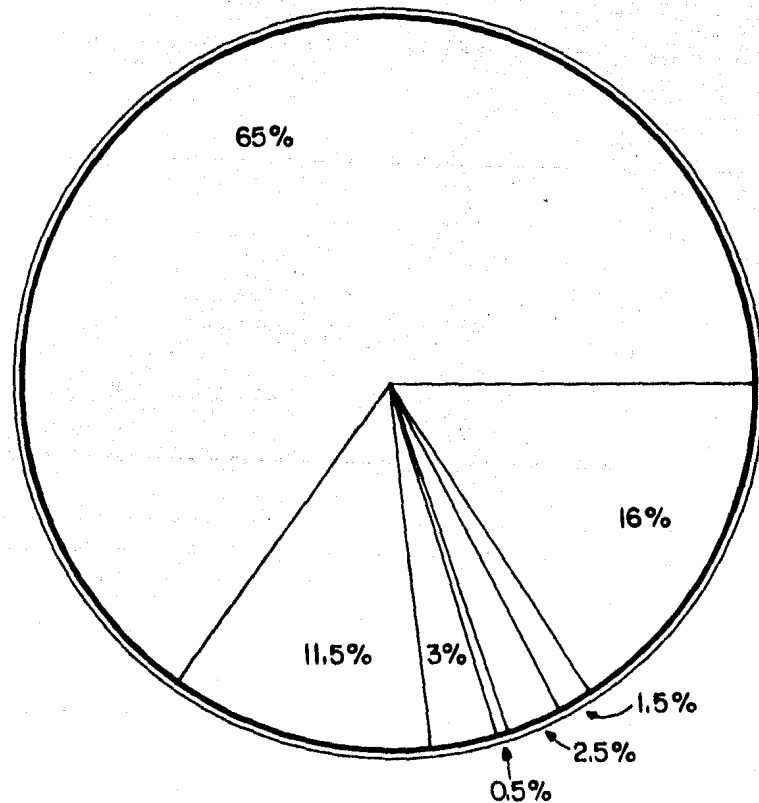
Servicios Médicos	65 %	"Servicios Médicos"
Prestaciones Económicas	11 %	"Pensiones para los inválidos"
Prestaciones Sociales	3 %	"Clases en las casas de la Asegurada"
Prestaciones en Especie	0.5 %	"Leche para los niños"
Otras	2.5 %	"Programas de televisión"
No conoce ninguno	1.5 %	"No da ningún servicio"
No sabe	16 %	
	<hr/> 100	

**SERVICIOS Y PRESTACIONES DEL IMSS MENCIONADOS POR GRUPOS ESTUDIADOS
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)**

<u>Servicio ó Prestación</u>	<u>Aseg.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Servicios médicos	28	25	15	7	25	170	65
Prestaciones econó- micas	45	10	17	10	17	29	11
Prestaciones socia- les.	22	22	22	11	22	9	3
Prestaciones en es- pecie.	0	0	0	0	1	1	.5
Otras	29	14	14	14	29	7	2.5
No sabe	7	5	0	7	81	42	16
No conoce ninguno	75	0	0	0	25	4	1.5
						N=262	100

CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN TIPO DE SERVICIOS MENCIONADOS

SERVICIOS MEDICOS	65 %
PRESTACIONES ECONOMICAS	11.5 %
PRESTACIONES SOCIALES	3 %
PRESTACIONES EN ESPECIE	0.5 %
OTRAS	2.5 %
NO CONOCE NINGUNO	1.5 %
NO SABE	16 %



REACTIVO 10 :

"¿Qué servicios del Seguro Social ha utilizado?"

OBJETIVO:

Determinar el grado en que el conocimiento que la opinión pública tiene de los elementos funcionales que integran la imagen del IMSS en base a sus experiencias en la relación directa con el Instituto.

"SERVICIOS Y PRESTACIONES UTILIZADOS"

**CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN
LOS SERVICIOS O PRESTACIONES
QUE SE HAN UTILIZADO.**

QUE SE HAN UTILIZADO.	PORCENTAJE	EXPRESIONES REPRESENTATIVAS
Servicios y Prestaciones Médicas	61 %	"Clínica y Hospital"
Prestaciones económicas	0.8 %	"Incapacidades"
Prestaciones Sociales	2 %	"Canchas de juego"
Ninguno de los anteriores	37 %	"Ninguno"

100

SERVICIOS Y PRESTACIONES DEL IMSS UTILIZADOS POR GRUPOS ESTUDIADOS

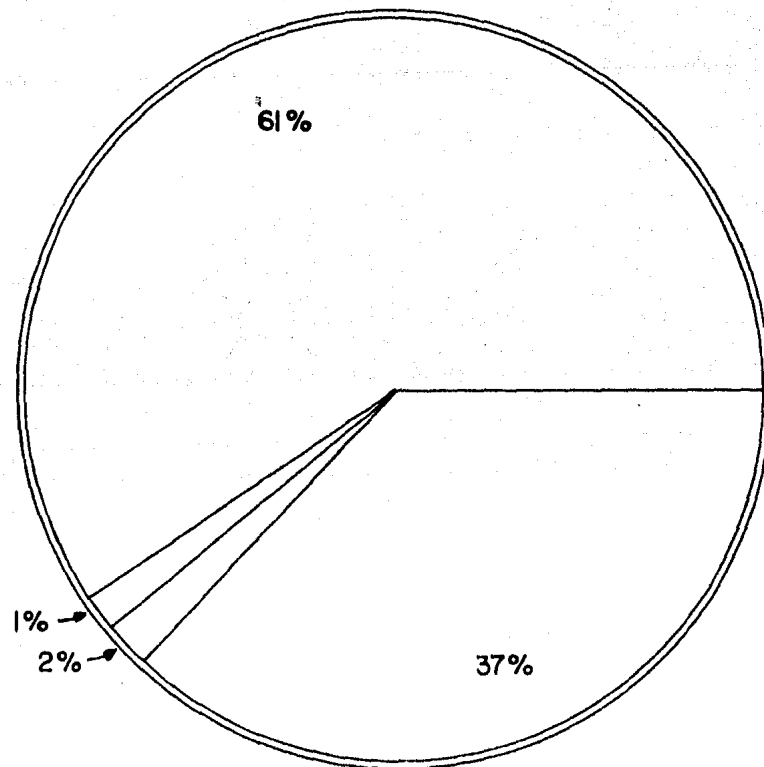
(ESTIMACIONES PORCENTUALES)

<u>Servicio y/o Prestación</u>	<u>Aseq.</u> %	<u>Benef.</u> %	<u>Emp. IMSS</u> %	<u>Patrones</u> %	<u>Op. Pública</u> %	<u>n</u>	<u>% de N</u>
Servicios Médicos	38	28	19	6	8	159	61
Prestaciones económicas	100	0	0	0	0	2	.8
Prestaciones sociales	20	0	20	0	60	5	2
Ninguno	7	6	1	11	74	96	37
						N= 262	100

"SERVICIOS Y PRESTACIONES UTILIZADOS

**CATEGORIAS DE RESPUESTAS SEGUN LOS SERVICIOS
O PRESTACIONES QUE SE HAN UTILIZADO.**

SERVICIOS Y PRESTACIONES MEDICAS	61	%
PRESTACIONES ECONOMICAS	1	%
PRESTACIONES SOCIALES	2	%
NINGUNO DE LOS ANTERIORES	37	%



5.7 Interpretación de la Información.

En función de los resultados de la investigación, las hipótesis de trabajo propuestas han sido observadas de la siguiente manera:

HIPOTESIS I (La Opinión Pública en General, integrada por los grupos en que convencionalmente se ha dividido para los fines de este estudio, posee un conocimiento total de menos del 50% de los elementos conceptuales que estructuran la ideología del IMSS) ES VERDADERA.

HIPOTESIS II (El total de los elementos conceptuales que constituyen la estructura ideológica del IMSS es conocido por menos del 50% de los sujetos que conforman la Opinión Pública, integrada por los grupos en que convencionalmente se ha dividido para los fines de este estudio) ES VERDADERA.

HIPOTESIS III (La Opinión Pública en general, integrada por los grupos en que convencionalmente se ha dividido, posee un conocimiento total de menos del 50% de los elementos funcionales que estructuran la imagen del IMSS) ES VERDADERA.

HIPOTESIS IV (El total de los elementos funcionales que integran la imagen del IMSS es conocido por menos del 50% de los sujetos que constituyen la Opinión Pública, integrada por los grupos en que convencio-

nalmente se ha dividido) ES VERDADERA.

HIPOTESIS V ES VERDADERA AL SER VERDADERA LA HIPOTESIS I, -
(La Opinión Pública, integrada por los grupos en
que convencionalmente se ha dividido, carece de
elementos cognitivos suficientes para comprender
la ideología del IMSS)

HIPOTESIS VI ES VERDADERA al ser VERDADERA LA HIPOTESIS II (el
contenido y los canales de comunicación del IMSS
no son efectivos para la difusión de los elemen-
tos conceptuales que integran la ideología del -
IMSS, a nivel colectivo).

HIPOTESIS VII ES VERDADERA al ser VERDADERA LA HIPOTESIS III (el
contenido de la comunicación colectiva que emite
el IMSS carece de información suficiente relativa
al funcionamiento de servicios y prestaciones y -
de los derechos y obligaciones que la relación con
el Instituto implica).

HIPOTESIS VIII ES VERDADERA al ser VERDADERA LA HIPOTESIS IV (los
canales de la comunicación colectiva del IMSS ca-
recen del alcance y cobertura suficientes).

CAPITULO VI

(Modelo propuesto para estructurar las Relaciones Públicas en el IMSS).

6.1 JUSTIFICACION

Este aspecto pretende dar un planteamiento genérico hacia las mejoras que deberán realizarse (a nuestro juicio y en base al estudio efectuado) con la intención de superar fallas o bien mejorar actividades puestas en funcionamiento actualmente en los procesos de comunicación que mantiene el Seguro Social.

En razón a la intencionalidad pretendida, este punto quedará contenido en un solo capítulo, donde las líneas de acción que debemos manifestar pretendan la integración y aplicación, de lo mejor posible, a fin de superar el funcionamiento de las - Relaciones Públicas que se desarrollan.

Haciendo la observación que la información con respecto al IMSS, obtenida, para realizar este estudio fué en su mayoría superficial y genérica puesto que era considerada como datos confidenciales, o en su defecto existió la explicación de que al estar en una época de reorganización la información solicitada podría ser modificada en breve tiempo, y por lo tanto su contenido sería obsoleto al momento que esta investigación culminara.

Así que en la información proporcionada observamos que no existe un área de Relaciones Públicas, aunque de alguna u otra forma se está llevando a cabo las funciones de esta actividad.

Es por lo anterior que se propone un modelo general con la idea de que sea aplicado en el IMSS.

Para adaptar un modelo como el que se describe, es necesario contar con el apoyo de la dirección del IMSS, la que de terminará la factibilidad de su implantación.

MODELO PROPUESTO

"RELACIONES PUBLICAS I.M.S.S."

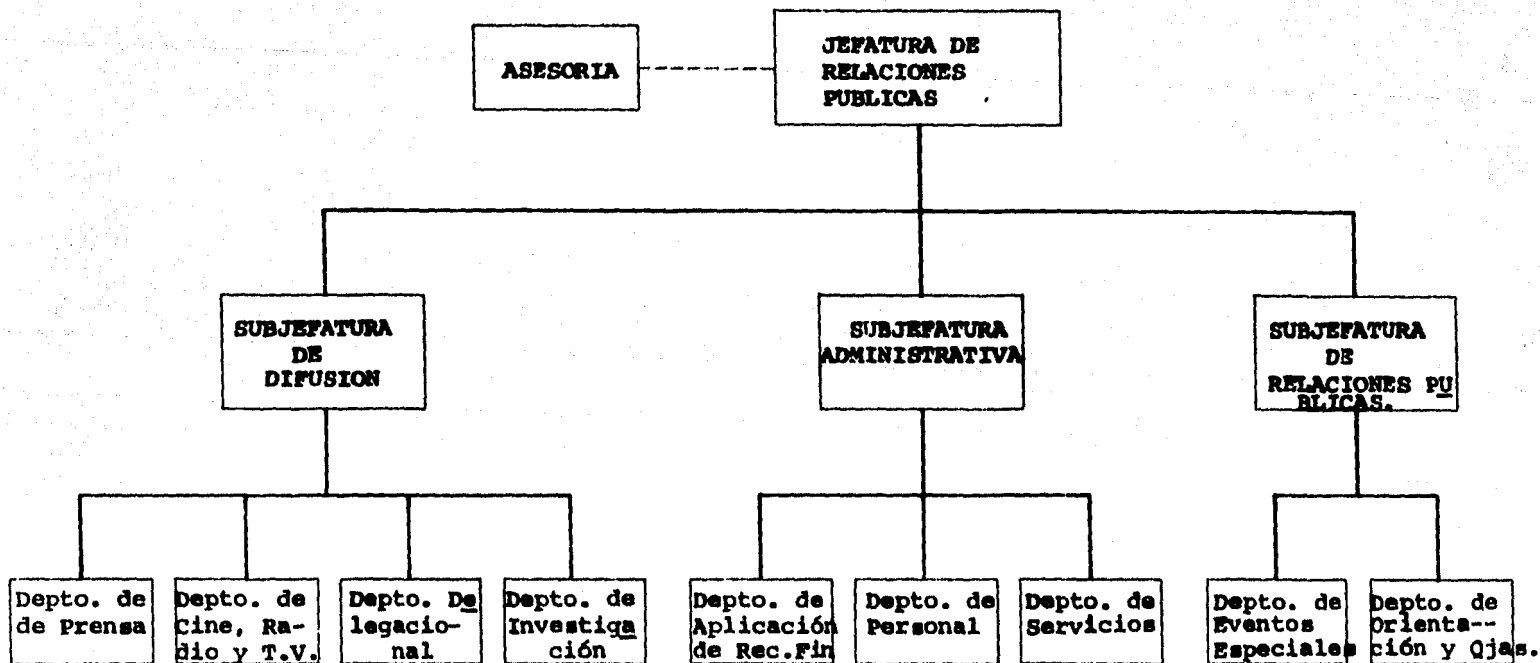
A continuación se detalla la estructura del Modelo de Relaciones Públicas que se sugiere para el IMSS, así como las funciones que se llevarán a cabo en éste para que su sistema de comunicación funcione con eficiencia de tal forma que se logre alcanzar el objetivo.

Objetivo: Mantener y fortalecer una imagen positiva del IMSS en base a unas adecuadas relaciones tanto internas como externas.

Este órgano de Relaciones Públicas dentro de la administración general del Instituto toma el carácter de Jefatura (tercer nivel en sus áreas funcionales). Esta Jefatura dependerá directamente de la Dirección General y está estructurada como sigue:

6.2 ORGANIGRAMA PROPUESTO

JEFATURA DE RELACIONES PUBLICAS DEL IMSS



Elaboró: Francisco Javier Luna
Verificó: Jesús Ortiz
México, D.F., Julio 29 de 1979

6.3 FUNCIONES

Las funciones que se llevarán a cabo en cada uno de los órganos que integran la Jefatura de Relaciones Públicas - son las siguientes:

Jefatura de Relaciones Públicas:

El titular de esta Jefatura se responsabilizará de las siguientes funciones.

Mantener y mejorar una imagen positiva del IMSS, así como conservar buenas relaciones y vínculos tanto internos como externos.

Verificará que las metas y políticas ayuden a proyectar una buena imagen ante la opinión pública, usuarios y trabajadores del IMSS.

Autorizar los Planes para alcanzar los resultados deseados, fijando programas - para comunicar, informar y controlar las necesidades que lleven a el objetivo fijado.

Debe vigilar y coordinar el funcionamiento de las áreas de difusión, Relaciones Públicas, y Administración y Finanzas.

Tomar decisiones importantes y de gran relevancia que tengan trascendencia para el

Instituto.

Reportar al Director del IMSS de los resultados, desviaciones y correcciones de las funciones desempeñadas en la Jefatura a su cargo.

A s e s o r í a:

N o t a :

Cabe hacer la aclaración de que un cuerpo de Asesores pueden ser de gran utilidad y éstos podrían ser personal con gran capacidad que presta sus servicios en el propio IMSS. Ellos serían quienes asesorarían sobre distintos aspectos importantes, al titular de la Jefatura de Relaciones Públicas.

Subjefe de Difusión:

El titular de esta área será responsable de planear, coordinar e implementar los programas de comunicación e información. En base a la Prensa, cine, radio y T.V. Para mantener y crear una imagen día a día más positiva.

Detectar a través de los medios masivos de comunicación cuál es la situación pre

valiente ante la opinión pública sobre la imagen del Instituto, para conocer las deficiencias del mismo y así aplicar las aclaraciones y correctivos necesarios para alcanzar los objetivos fijados.

Verificar que las actividades antes descritas mantengan una cobertura a nivel nacional.

Reportará directamente al Jefe de Relaciones Públicas.

Departamento de
Prensa:

El titular será responsable de la Difusión impresa de diversas actividades y aspectos de interés; canalizados por los medios: periódicos, revistas, carteles ó posters, folletos, boletines, etc.

Será apoyado por dos áreas de fotografía e impresión respectivamente.

Se llevará un control de los mensajes, que sobre el IMSS, sean emitidos a través de cualquier forma impresa. Al respecto se evaluará y asimismo se mantendrá una esta

dística de notas favorables, neutras o negativas. Esto será con el fin de tener un indicador para la toma de decisiones.

Sus informes serán directamente a la Subjefatura de Difusión.

Departamento de Cine
Radio y T.V.:

El titular es responsable de llevar a ca-
bo la difusión de las actividades que se
consideren pertinentes del IMSS. A través
de los medios audio y/o visuales. Así mis
mo se analizará y evaluará lo emitido por
esos medios, con esto se mantendrá una es
tadística de los aspectos favorables, neu
tros o bien negativos. Dependerán de este
Departamento las secciones de Cine, Radio
y T. V. Reportará directamente a la Subje
fatura de Difusión.

Departamento De-
legacional:

El titular será responsable de coordinar,
apoyar y asesorar a los delegados de la ac
tividad de Relaciones Públicas a nivel na-
cional (ya que el IMSS mantiene esa cober-
tura) y así a ese alcance mantener y exten

der una imagen favorable.

Reportará directamente a la Subjefatura de Difusión.

Departamento de Investigación:

El titular será responsable de que se realicen estudios permanentes y diversos, con el fin de medir la imagen del Seguro Social en espacio y tiempo.

Para la elaboración de dichos estudios estará coordinando en forma directa con los Departamentos de Prensa, Cine, Radio y T.V. y Orientación y Quejas.

El análisis de la información y su respectivo informe tendrá la función de retroalimentar al sistema y con ello superar deficiencias en el mismo.

Reportará directamente a la Subjefatura de Difusión.

Subjefatura de Relaciones Públicas:

El titular será responsable de que sean sólidos los vínculos de esta organización y su medio ambiente. Abrir canales que puedan ayudar a difundir eficientemente lo que

se desee informar, supone esto, que se deben fortalecer y extender las relaciones en niveles altos de organismos que se consideren estratégicos para los objetivos fijados (Directivos de periódicos, revistas, televisión, etc.) Asimismo con grupos de referencia tales como: actores, locutores, agrupaciones sociales y culturales entre otros.

Se responsabilizará también, de orientar, recibir sugerencias y quejas que serán - evaluadas y analizadas para informar a - las áreas responsables y que apliquen medidas correctivas.

Otra función propia de esta área será visitar a organismos, informando lo que se considere pertinente acerca del IMSS. A través de conferencias, proyecciones, pláticas, etc. Reportará a la Jefatura.

Departamento de
Eventos Especiales;

El titular será el responsable de la información que ayude a orientar en los diversos eventos y actividades políticas, so-

ciales, médicas, etc. Basándose en un grupo de edecanes y personal especializado, con el objetivo de coadyuvar el mejor -- desarrollo de dichos eventos. Reportará y acordará directamente con el Subjefe de Relaciones Públicas.

Departamento de Orientación y Quejas:

El titular se responsabilizará de la elaboración de programas y sistemas que sirvan para informar al público de una manera más directa (de persona a persona, por teléfono, por carta, etc.) y de esa forma recibir las quejas, y/o sugerencias.

Estas se analizarán e interpretarán para ser reportadas al responsable del área de quien se tengan las quejas a fin de que éste pueda tomar una decisión.

Para facilitar este servicio se mantendrán casetas con personal capacitado en lugares estratégicos y así tener una cobertura general.

También supervisará la difusión de aspec-

tos de interés relativos al IMSS, enviando personal especializado a dar conferencias, audiovisuales, pláticas, etc.; a agrupaciones, empresas, universidades y demás, o bien en el mismo Instituto.

Reportará directamente con el Subjefe de Relaciones Públicas.

Subjefe Administrativo;

Será el responsable del óptimo manejo de los recursos financieros, de proveer a los puestos del personal adecuado, así mismo vigilaré que todas las áreas cuenten con los implementos necesarios (papelería, escritorios, vehículos, cámaras fotográficas, etc.) para el mejor desarrollo de las tareas.

Tendrá bajo su control la seguridad y limpieza de las áreas de trabajo.

Reportará directamente al titular de la Jefatura de Relaciones Públicas.

Departamento de Aplicación de los Recursos Financieros;

El encargado de este Departamento será responsable de la correcta aplicación del presupuesto en base a programas que se elabo-

ren de acuerdo a las necesidades imperantes.

Se efectuarán reportes periódicamente, detallando cómo se transforman los recursos económicos. El Control deberá ser lo más estricto posible y sus reportes se harán para el Subjefe Administrativo.

Departamento de Personal:

El titular de esta área tiene la responsabilidad del aprovisionamiento de los Recursos Humanos, que realizarán las actividades de la función de Relaciones Públicas a nivel operativo.

Su labor consistirá principalmente en el manejo y control del personal.

Reportará directamente con el Subjefe Administrativo.

Departamento de Servicios:

El titular se responsabilizará de que se surta papelería y utensilios de trabajo - en las áreas que lo requieran, de una forma oportuna y eficiente, así como mante--

ner limpios y en buenas condiciones los lugares de trabajo. Controlará un cuerpo de choferes, mensajeros y mozos que sirvan de apoyo a las actividades de toda la Jefatura de Relaciones Públicas y también controlará la existencia del material de trabajo (vehículos, cámaras fotográficas y de cine, grabadoras, etc.)

Después de haber visto cual es la estructura y algunas de las funciones más importantes que deben llevarse a cabo en este modelo, se desprende que puede aplicarse para satisfacer las necesidades de crear una imagen positiva y establecer relaciones y vínculos de comunicación ante la opinión pública, personas externas e internas al IMSS.

Se hace incapié que debido a la carencia de información, tal vez al llevar a la práctica este modelo propuesto - aparezcan fallas susceptibles de corregirse en una fase práctica.

Por otra parte, si no se aplica este u otro modelo lo que sí estamos plenamente seguros, en base al estudio efectuado, es que se tiene que satisfacer la necesidad de establecer la actividad de Relaciones Públicas y, de esa plataforma proponemos las siguientes sugerencias:

6.4 Sugerencias:

1. Es necesario difundir en la población estudiada una infraestructura conceptual suficiente que ayude a comprender plenamente el papel social del IMSS.
2. El procedimiento más viable para establecerla es subrayar el contenido de solidaridad social implícita en las acciones institucionales. Para lograrlo, deben satisfacer las siguientes condiciones en el público:
 - A. Una mayor comprensión de la interacción social que requiere la Seguridad Social.

- B. Una más amplia concepción del alcance del concepto salud.
 - C. Una mayor disposición a la participación en los procesos sociales que afectan a la comunidad.
3. Debe buscarse un nuevo equilibrio del concepto solidari-dad :
- A. Dando un mayor énfasis a su carácter protector del salario de los trabajadores y sus implicaciones fa-
miliares y colectivas.
 - B. Propiciando la identificación de las acciones socia-
les del Instituto y su trascendencia sobre la colec-
tividad.
 - C. De la Seguridad Social ante la apariencia de dádiva
que actualmente tiene.
4. Aunque no se percibe como resultante de la trayectoria
histórica mexicana, el IMSS se identifica parcialmente
con la voluntad popular. Para ampliar el alcance de esta
identidad, es necesario difundir con mayor intensidad -
aquellas acciones institucionales cuya trascendencia re
caiga preponderantemente en el ámbito familiar y a nivel
social en su expresión más amplia.
5. La actitud pasiva frente a las obligaciones que implica
la relación Instituto-Derechohabiente sugiere una rela--

ción pasiva.

Para incrementar el que la opinión pública se involucre con las metas de la Seguridad Social es necesario:

- A. Dar una mayor énfasis a las bases conceptuales que se refieren a la participación tripartita en el financiamiento del IMSS.
 - B. Dar un mayor sentido práctico a los requerimientos Institucionales relativos a trámites y requisitos, correlacionándolos con la calidad y eficacia de los servicios que se ofrecen.
 - C. Hacer más claros los fines y los procedimientos de los servicios Institucionales y de las obligaciones que la relación con el Instituto exige, estableciendo claramente la diferencia que existe entre los servicios que otorgan Instituciones Privadas y los que proporcionan Instituciones de carácter Social como el IMSS.
6. En la medida en que los servicios médicos representan totalmente al Instituto ante la mayor parte de la población, es necesario identificar con mayor claridad al Instituto como un organismo en constante desarrollo, mediante:
- A. Una mayor difusión del número de mexicanos que reciben los beneficios de la Seguridad Social integral.
 - B. La difusión del significado social y económico del crecimiento del Instituto.

- C. La comunicación de las posibilidades financieras del Instituto.
 - D. La difusión del alcance geográfico de los servicios y prestaciones del IMSS.
7. En forma indirecta la muestra identifica al instituto como responsable de la Seguridad Social, sin embargo, es necesario reforzar y hacer más clara esta concepción.
- A. Difundiendo a sectores cada vez más amplios de la población la asociación del IMSS con la Seguridad Social.
 - B. Asociando a su vez el concepto Seguridad Social a acciones que no se limiten únicamente a la función sanitaria correctiva.
8. El carácter que el Instituto tiene de instrumento redistribuidor de la riqueza exige un esfuerzo especial de comunicación.
9. La calidad de las prestaciones y servicios que el Instituto otorga debe ser objeto de comunicaciones donde donde formen parte las bases ideológicas relacionadas con el carácter solidario del Instituto.
10. Debe integrarse a la imagen del Instituto su naturaleza tripartita para conseguir de ese modo, identificarlo más ampliamente con su función redistribuidora de la riqueza, con su carácter de expresión de alianza popular mediante la colaboración de los sectores, con su naturaleza de bienestar compartido y con su propósito de cumplimiento de la voluntad -

popular.

Para conseguir esta identificación, es necesaria una difusión de la participación de los sectores asociados no solo a su efecto financiero, sino a sus causas y efectos económicos y sociales a nivel nacional que, simultáneamente, compense el carácter gubernamental - paternal que actualmente se le atribuye.

CAPITULO VII

Conclusiones

Las conclusiones representan el final de todo estudio, así mismo determinan los problemas detectados en el análisis de la información.

De esta manera y considerando la importancia que implica, se le asignó un capítulo donde se concentrarán los conceptos de mayor relevancia e interés, respecto a la imagen del Seguro Social en la opinión pública.

Para la mejor comprensión del capítulo es necesario tener un punto de partida que será en este caso los objetivos fundamentales de la investigación. Estos fueron:

- Conocer las bases conceptuales en las que la opinión pública sustenta su percepción de la seguridad social en general y del IMSS en lo particular.
- Definir el conocimiento que la opinión pública tiene de los elementos conceptuales peculiares del IMSS.
- Establecer el grado de conocimiento que la opinión pública tiene de los elementos funcionales característicos del IMSS y sus actitudes hacia ellos.
- Concluir, de tal modo, que lineamientos deben seguir las comunicaciones institucionales colectivas.

En función de los 262 cuestionarios aplicados la conclusión observada es:

I RESPECTO A LOS CONCEPTOS "SEGURIDAD", "SALUD" Y "SOLIDARIDAD":

Los conceptos básicos de la Seguridad Social tienden a:

1. Aplicarse a un nivel individual que corresponden a una falta de conciencia social.
2. Expresarse mediante términos referidos a efectos psicológicos debido a una posible inseguridad colectiva.
3. Entenderse como acciones, cuyos efectos se reducen al ámbito físico fundamentalmente.
4. Identificarse con conceptos en ocasiones opuestos por ser expresión literal, especialmente el concepto "solidaridad"

II RESPECTO AL CONCEPTO "SEGURIDAD SOCIAL"

Existen tendencias a percibir el concepto "Seguridad Social";

1. Como sinónimo de protección
2. Sin un ámbito de acción definido
3. Como un fenómeno que afecta a la colectividad, por influencia del término "social", sin relación aparente con una concepción de grupo sólida.
4. Como concesión que no requiere de la participación activa de quien la recibe.

III RESPECTO A LA CONCEPCION DEL IMSS COMO INSTRUMENTO DE LA SEGURIDAD SOCIAL:

De las funciones que se atribuyen al IMSS:

1. La más frecuente es la protección a la comunidad.
2. Existe la tendencia a no identificar el campo de acción de la protección atribuida a las acciones del IMSS.
3. En las respuestas que contienen una identificación de las funciones institucionales existe la tendencia a limitarlas al aspecto sanitario.
4. Las funciones de seguridad y solidaridad social son prácticamente desconocidas.

IV RESPECTO AL ORIGEN ATRIBUIDO POR LA OPINION PUBLICA A LA INFORMACION QUE TIENE SOBRE EL IMSS.

1. En relación con la imagen del IMSS, los medios masivos no son, aparentemente, determinantes de la transmisión de conocimientos y de la formación de opiniones y actitudes.
2. El Instituto debe contemplar el manejo de la comunicación interpersonal como uno de los canales primordiales para la estructuración de su imagen.
3. Las políticas que el caso se definan deben derivar de una aproximación más cercana a la problemática psico-social del país.

V RESPECTO A LA CONCEPCION DEL ORIGEN DEL SEGURO SOCIAL:

La causa y el origen de la Seguridad Social no constituyen un objeto importante de conocimiento para la población estudiada. El conocimiento observado sobre el origen del IMSS puso de manifiesto las siguientes tendencias:

1. Se identifica con necesidades e iniciativas mayoritarias

2. Se le atribuye el carácter de satisfactor de necesidades de Salud Pública.
3. En menor escala, se le identifica como solución a problemas económicos o sociales sin una naturaleza específica.

VI RESPECTO A LA CONCEPCION DEL IMSS COMO INSTRUMENTO REDISTRIBUIDOR DE LA RIQUEZA:

Existe un conocimiento acertado del origen del financiamiento del Instituto. Las tendencias predominantes son:

1. Se le atribuye una fuente económica eminentemente popular, especialmente entre derechohabientes.
2. Este fenómeno, comparado con el origen y causas de la creación de la Seguridad Social, a los que se atribuye un carácter proponderantemente popular, subraya la naturaleza protectora de la actual imagen institucional, asociada con el sector obrero.
3. Su carácter tripartito es prácticamente desconocido.

VII RESPECTO A LA PERCEPCION DE OBLIGACIONES EN LA RELACION CON EL IMSS:

Respecto a las obligaciones de los derechohabientes con el Instituto:

1. Existe un conocimiento de la existencia de obligaciones que se limita a la enumeración de requisitos sin una aparente conciencia de su significado estructural.
2. La mayor parte de las menciones de trámites se refieren a la presentación de documentos:

3. Los requisitos y trámites mencionados ponen de manifiesto una tendencia hacia la pasividad del público frente a las instituciones.

RESPECTO AL NUMERO Y LA NATURALEZA DE LOS SERVICIOS Y PRESTACIONES DEL IMSS QUE FORMAN PARTE DE SU IMAGEN ACTUAL:

Existe una marcada tendencia a identificar al Instituto con sus servicios médicos, y estos, a su vez, son identificados con:

1. Consulta externa en clínicas y hospitales
2. Servicios de farmacia
3. Servicios de hospitalización.

BIBLIOGRAFIA

1.- Jorge Ríos Szalay

Relaciones Públicas su administración en las organizaciones:

Preedición 1977
Ed. Trillas

2.- Seminario de tesis UNAM. 1974

Relaciones Públicas de la industria Químico Farmacéutica con el gobierno.

Varios autores

3.- Código de Relaciones Públicas de Francia, creado el 9 de marzo 1954.

4.- Louis Salleron.

Les Relations Publiques das la Societé Moderne. A.F.A.P.
1957

5.- Glen Griswold y Denny Griswold
your public. relations hand book

6.- Public. Relations in great Britain
Teh public relations. Journal 1950

7.- Bertrand R. Canfield

Relaciones Públicas

Buenos Aires
Mundi 1964

8.- Raymond Simon

Perspectivas de las Relaciones Públicas

2a. Edición 1975

9.- Nielander, W.A. y Miller, R. W.

Relaciones Públicas

Barcelona Hispano Europea 1970

10.- Leonardo Montoli

Como tener buenas relaciones públicas

Iberico Europea . Madrid 1971

11.- Guillermo Fajardo Ortiz

Las Relaciones públicas en los Servicios Médicos

Ed. Limusa Willey 1970

12.- Apuntes "Orígenes del IMSS"

Difundido por Prensa y Difusión del IMSS

13.- Taro Yamane

Estadística

Harla, S.A. de C.V.

3a. Ed. 1979

14.- Stephen P. Shao

Estadística para economistas y administradores de empresas

Herrero Hnos. México 1979

15.- The Webster new international

Dictionary. 2a. edición

16.- Censo poblacional del Distrito Federal realizado en 1970