



SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Análisis Cualitativo Estudio Pretest **Campaña 2015**

Secretaría de Desarrollo Social



INRA 2015



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



INDICE

Objetivos	03
Muestra	04
Identidad de los grupos-Jefas de Familia	06
Programas Sociales	13
Evaluación de "Programa Jefas de Familia"	14
Evaluación "Spot Jefas de Familia"	23
Conclusiones	27
Sugerencias	34
Análisis Semiótico	37
Reporte de Resultados	51



OBJETIVOS

- A.- **Generar conceptos** que permitan diseñar con precisión la Campaña de Difusión del Programa del Seguro de Vida para Jefas de Familia.
- B.- **Conocer el grado de conocimiento y aceptación** con respecto a los Programas Sociales.
- C.- **Evaluar el concepto de Seguro** de Jefas de Familia .
- D.- **Imagen Sedesol**
- E.- **Evaluación del Spot** Jefas de Familia.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Sesión 1 mujeres 18-25 años, **nivel D**

Jefas de familia, con hijos de 0 a 10 años

Sesión 2 mujeres 25-35 años **nivel D**

Jefas de familia, con hijos de 0 a 15 años.

Sesión 3 mujeres 35-45 años **nivel D**

Jefas de familia, con hijos de 0 a 20 años

Sesión 4 mujeres 45-55 años **nivel D**

Jefas de familia, con hijos de 0 a 23 años.

Sesión 5 mujeres 25-35 años **nivel C**

Jefas de familia, con hijos de 0 a 10 años.

Sesión 6 mujeres 35-45 años **nivel C**

Jefas de familia con hijos de 0 a 23 años.

Sesión 7 mujeres 60-70 años **nivel D**

Abuelas con nietos responsables de nietos en sentido económico o de sustento o en situación de orfandad.

Sesión 8 hombres 65-75 años **nivel D**

Abuelos con nietos responsables de nietos en sentido económico o en situación de orfandad.

Sesión 9 mujeres 65-75 años **nivel C**

Abuelas con nietos responsables de crianza de sus nietos en situación de orfandad.

Sesión 10 hombres 65-75 años **nivel C**

Abuelos con nietos responsables de crianza de nietos en sentido económico o de sustento o en situación de orfandad.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



PERFILES



Significado de Maternidad en Soledad Identidad de los grupos.

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Mujeres multitareas con Imagen de Fortaleza para ellas y sus hijos

Identidad relacionada con lo amoroso del ser madre vs. la dificultad de serlo por estar solas, se trata de un doble esfuerzo que les exige mayor responsabilidad y que es vivido con **miedo por estar en la CARENCIA**



Significado de Maternidad en Soledad Identidad de los grupos.

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- **Ser madre soltera es una identidad muy difícil de portar en todos los grupos y en ambos Niveles Socioeconómicos.**
- Conforme van pasando los años al parecer aparecen dos sentimientos contradictorios, por un lado el enojo que se expresa desde los 25 años. Un enojo que va de la mano de los gastos y el desvelo que les implica: se sienten ENOJADAS Y GASTADAS.
- Una multiplicidad de actividades que requieren de mas tiempo y mas gasto pero con menos ayuda o más conciencia de que eso va creciendo y no al revés, por lo que se sienten muy enojadas.
- EN LA ADOLESCENCIA LA TAREA TUTELAR EN UN CONTEXTO COMO EL URBANO Y SUBURBANO DE LA CIUDAD DE MEXICO ES MÁS COMPLICADO QUE EN LA INFANCIA, **SE SIENTEN IMPOTENTES FRENTE A LA INFLUENCIA Y LA RELACIÓN COTIDIANA DE LOS HIJOS CON LA PANTALLA, CON INTERNET, Y POR OTRO EL MUNDO, LA CALLE, LA ESCUELA SON ESPACIOS DE INSEGURIDAD Y VIOLENCIA POSIBLE.**

El estudio expresó de esta manera que la clase media está muy pauperizada, que si bien los grupos tratan de conservar su calidad de vida acostumbrado, el nivel C tiene comportamientos muy cercanos al nivel D en todas las edades y en ambos sexos en el caso de los adultos mayores



Significado y Valores

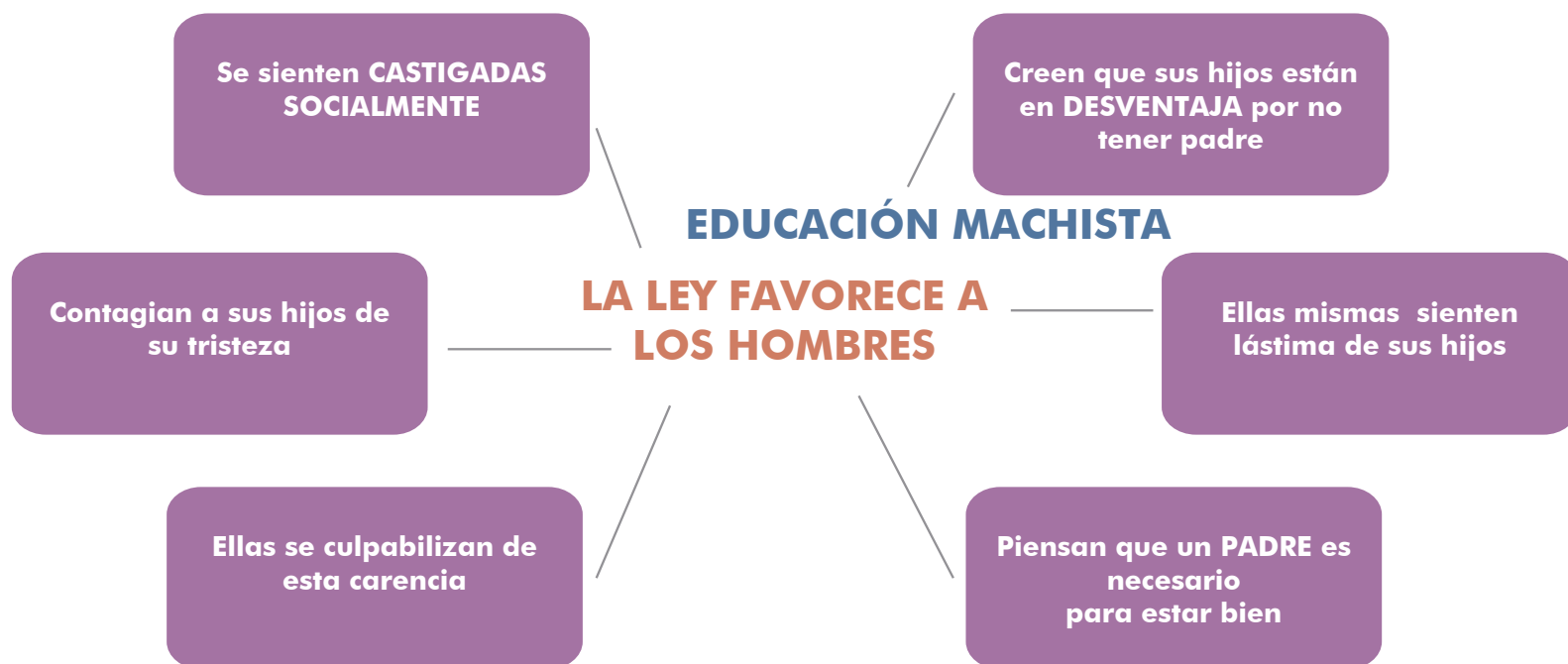
SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- La pareja **ausente**, las más jóvenes dicen que sólo las ayudaron al principio, las familias ayudan y dejan de ayudar, **las parejas están y dejan de estar. D**
- A partir de los 35 años ya se asumió la **AUSENCIA** de la pareja, la soledad, siguen pensando que el ideal es que hubiera pareja que tuvieran respaldo y les queda sólo la frustración un reclamo permanente transferido al dolor o a los hijos.
- Como **AUSENCIA** como **SOLEDAD**, hablan de un ideal que no han perdido a lo largo de los años, que haya un hombre, dicen que **NO ES LO MISMO TENER QUE NO TENER, QUE SON RESPALDO, UN APOYO, PERO SE LES OLVIDA, CUANDO SON LO CONTRARIO.**

Las madres dicen sentir la **TRISTEZA** de sus hijos por no tener padre, aunque al parecer son ellas quienes les transmiten la tristeza a sus hijos.

- Especialmente en el **nivel D**, es notoria la **apatía y desánimo** por exigir derechos, para ellas o sus hijos. Dicen que han intentado pero que los hombres se escapan, cambian de trabajo o niegan su paternidad, sin que la ley o las instituciones las apoyen, lo que habla de la relación distante hacia las instituciones que podrían ayudarlas.
- **En el nivel C**, las mujeres muestran más orgullo frente a la situación y dicen que ellas pueden solas, que sus hijos son sólo de ellas, pero de cualquier forma evidencian su desesperación impotencia y cansancio porque el problema siempre es “el dinero”, la privación y la escasez a la que han ido acostumbrándose pues es difícil vivir con sus salarios.



A mayor edad **MAYOR TRABAJO** , **MENOR APOYO** y pocas compensaciones para un trabajo arduo e interminable. A **MENOR NIVEL** socioeconómico el trabajo **VA AUMENTANDO** y el apoyo disminuyendo .



SER ABUELOS EN ROL DE PADRES



Ejercen una tutela en segunda vuelta a partir del abandono, irresponsabilidad y hasta conflicto con los hijos. Se sienten con el compromiso de ponerse al día, de cambiar de acoplarse de agarrar su segundo aire



SER ABUELOS EN ROL DE PADRES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Los abuelos, por su parte, ejercen la tutela en una segunda vuelta, tratando de no cometer los errores que cometieron los hijos con **cierta culpa, asumen la responsabilidad** de los nietos que tampoco decidieron tener ni mantener y de los que ahora son moral y económicamente responsables.
- **Aunque dicen que el amor de los nietos les compensa emocionalmente, el papel les asusta por la brecha generacional entre ellos, porque saben que no los verán realizados, porque dicen tener nietos empoderados y se sienten rebasados** por las exigencias de un rol que no esperaban, por el aumento de las drogas y la inseguridad y **en el nivel D** por la carencia en todos los sentidos.

Sin embargo, defienden sus valores que sienten que no son apoyados ni por la escuela Ni por los padres, ni por la sociedad misma, también para ellos la tarea se vuelve mucho Más difícil en la adolescencia.

Las abuelas en especial, se sienten más inseguras para imponer sus criterios, buscan apoyo en cursos, lecturas, medios masivos para aprender a relacionarse con ellas sin enfrentamientos, también como mujeres se sienten desvalidas en una sociedad machista.

LO NIETOS SE VUELVEN RAZÓN DE VIDA, COMPAÑÍA, PERO TAMBIÉN UNA GRAN RESPONSABILIDAD EN UN MOMENTO EN QUE INCLUSO LA TECNOLOGÍA SE VUELVE UNA AMENAZA



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



CONOCIMIENTO Y PERCEPCIÓN DE PROGRAMAS SOCIALES



PERCEPCIÓN DE APOYOS SOCIALES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL





Conocimiento del Programa Seguro de Vida para Jefas de Familia

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Programa de
SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL

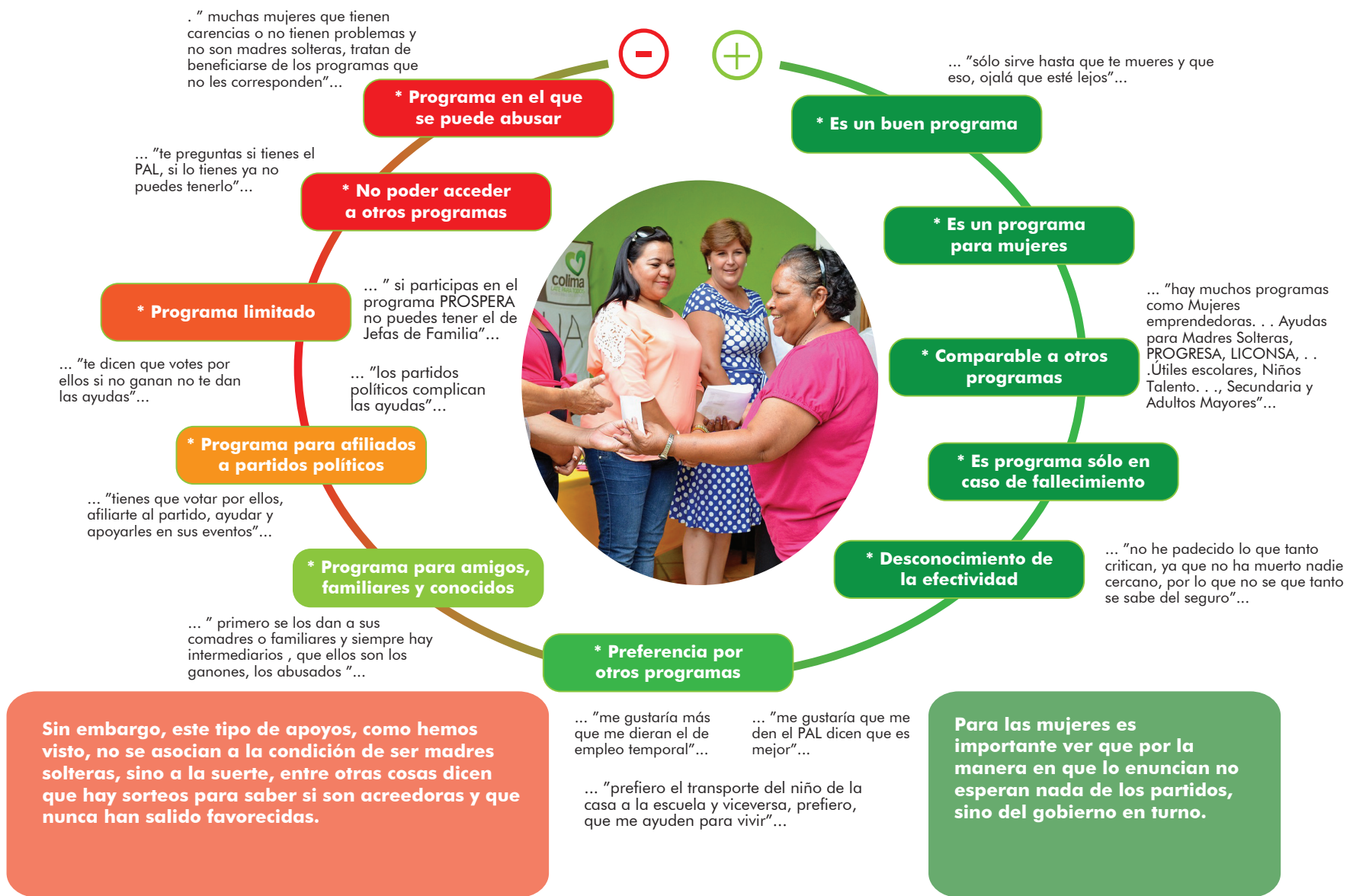
Programa
para adultos o
para viejitos



Es algo a que
todavía no les
va a suceder
todavía



Es un programa que identifican inmediatamente a SEDESOL, aunque consideran que es un programa para personas adultas principalmente para adultos mayores, obviamente al ser jóvenes no les pasará, esto es por que no existe una **CULTURA DE LA PREVENCIÓN**, específicamente a los seguros ya que existe un rechazo o negación a la muerte.





Apoyos existentes de SEDESOL

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Estancias Infantiles

Programa que conocen, si lo han usado, sólo informan que es muy poca la cantidad, es insuficiente lo que les dan, una mujer mencionó que alguien le ayudó con el trámite y sí le convino mucho, ofrecen **\$ 800** y ellas lo demás, es hasta antes de que entren al Kinder, no pueden faltar porque lo quitan

Comedores comunitarios

En este programa dicen que es una concesión, argumentan que es injusto, aunque la comida no es mala, es variada y equilibrada, pero, ven camiones de alimentos que llegan con miles de cosas es un programa que si ayuda a los viejitos que no tienen dinero son señoras que te cuidan y piden a los comensales que se laven las manos. Tiene un costo de \$10 a \$15, y que para ellas no es nada por 4 platillos

Los programas son considerados como buenos



LICONSA

Es un programa también que conocen y lo usan, en los grupos de mujeres más jóvenes casi no lo conocen; dicen que es bueno porque es para toda la familia, niños, jóvenes, adultos. Sólo se quejan de su calidad, dicen que es rebajada. Aún costo de 4 litros por 18 pesos.

PROSPERA

Dicen que es para gente de bajos recursos el único requisito es que tus hijos estén en la escuela . . .»es como un contrato donde lo que tu ofreces es a tus hijos en la escuela para obtener dinero». . .; Por sus hijos les dan por sus hijos cada dos meses, los útiles, los libros , alimentación \$120 cada mes y a ella \$ 375 cada dos meses.

Consideran que prospera es un programa buenísimo y muy completo, anteriormente era conocido como oportunidades. Brindan atención médica, beca para primaria, a nivel preparatoria dan \$2200 cada dos meses, lamentablemente muy pocas saben del programa lo que significa que no mucha gente lo disfruta. A través de este programa se da un seguro de vida.



Sugieren que haya un programa para abuelas solteras, esto por que ya alguna perdió aun hijo o hija y se quedan con esta responsabilidad y necesitan de algún apoyo

Los programas de SEDESOL son ALTAMENTE APRECIADOS, por considerar que son PLANEADOS, MAS RÁPIDOS Y EFICIENTES, dirigidos a los MAS NECESITADOS



Valoración a los programas SEDESOL

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



* Ellas comentan que lo que les gustaría es volver a creer en ellos por tal motivo ya que los califican como:
- Lentos; - burocráticos; - a veces “prometen y no cumplen”; Aun con esto lo que desean es que funcione lo que hay y que no sea condicionada, elitista, cansada, bochornosa, insuficiente, que no lo quiten por no ir a las juntas, que es mucho el esfuerzo que hacen a veces por tan poquito, que no les permiten cambiarse de casa, “hay que avisar” que en ocasiones los programas no son constantes, y el personal no son amables

* Ellas dicen que les gustaría que no hubiera intermediarios que sólo lo recojas en una oficina y/o depositen- pero son demandantes, sienten que “la hacen cansada” debido a les exige presencia, esfuerzo, tiempo, entablar una relación desagradable, desventajosa y no es les es muy claro que ganan las instancias que ofrecen los apoyos



En general sienten que es más importante QUE HUBIERA MEJORES ESCUELAS y que apoyen con empleo en lugar de Programas. En el Nivel D sienten que hay

En todos los grupos, PROSPERA, se considera el mejor, el mas AMPLIO y COMPLETO de todos los que conocen, el Mas ORGANIZADO y eso es bien valorado

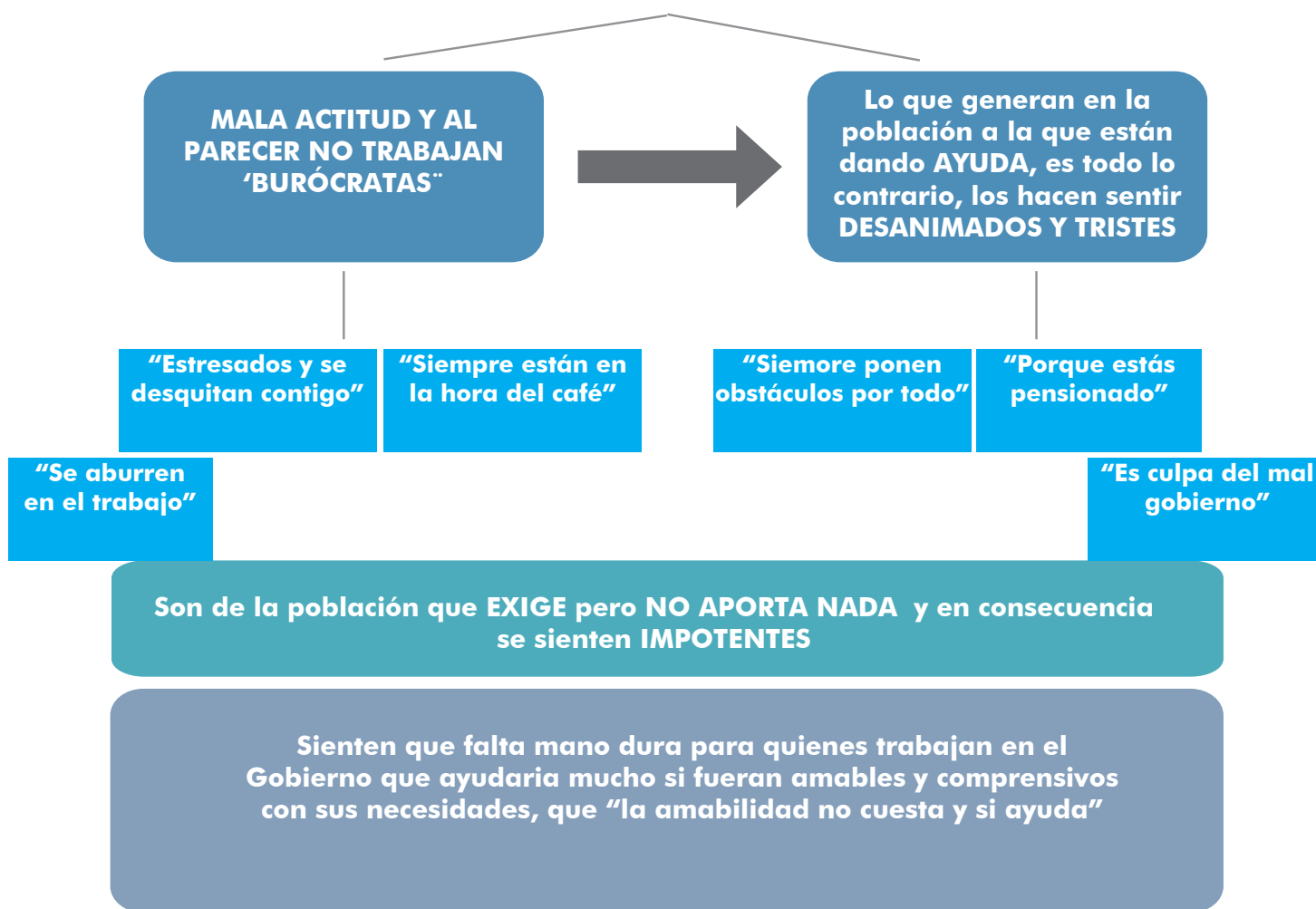


Percepción del personal que otorga
Apoyos de Partidos y Delegaciones.

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



EVALUADA NEGATIVAMENTE EN TODOS LOS GRUPOS






Percepción de SEDESOL

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



18-25 años D	25-35 años D	35-45 Años D	25-35 años C
<p>Buena Imagen asociada a Generosidad, Confianza y Seguridad "da a todos parejo" SEDESOL DA, pero no lo Comunica suficientemente Quienes tienen apoyo de SEDESOL dijeron que jamás les ha fallado.</p>	<p>Buena Imagen es asociada a Seguridad. "Sedesol da mejores Ayudas que en las Delegaciones" Confunden el origen y pertenencia de Sedesol. "Es del Gobierno"</p>	<p>Buena Imagen asociada a ORGANIZACIÓN, "Le dan a quien lo necesita" "dinero, no solo despensas"</p>	<p>Nuevamente aparece la ORGANIZACIÓN como el valor más importante Asociado a SEDESOL, además de su NO CONDICIONAMIENTO AL VOTO sus apoyos, aspecto que es muy bien valorado en éste grupo.</p>



35-45 años C	45 a 55 años C	55 A 70 años abuelos
<p>"SEDESOL es bueno " Buena imagen asociada a Responsabilidad, y compromiso con la población Asociada a organización del Gobierno Federal, pero dicen que es obligación del Gobierno no un favor</p>	<p>Asociaron a SEDESOL con el Presidente . Claramente diferenciada de los Partidos Políticos y a la "única institución seria"</p>	<p>SEDESOL , se percibe como Organizada, múltiples y buenos programas, "no complican tanto las cosas" "excelente servicio a la comunidad , especialmente a los adultos mayores" "SEDESOL no le pone ni un peso a la gente de la tercera edad" "yo si les estoy muy agradecida"</p>



Percepción de SEDESOL Valores Asociados

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



La única crítica y sólo en los grupos de adultos mayores fué que si tienes una pensión, entonces ya no se tiene derecho a recibir apoyos de 65 y MAS, Sin embargo tienen buena imagen de SEDESOL como Institución frente a ellos como sector con necesidades



“Evaluación del Spot JEFAS DE FAMILIA”

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



“Evaluación del Spot JEFAS DE FAMILIA”



Agrado hacia el comercial



... "el gobierno ayuda, protege a los niños y respalda la educación"...

* **Buen comercial**

* **Legítima a Gobierno**

... "te anuncian tu muerte, te vas a morir"...

Predisposición

Los seguros son una predisposición a la muerte «es como si se estuviera llamando a que algo malo va a pasar». Debido a la falta de cultura por los seguros

... "es para gente de provincia que no tiene ni para comer"...

No existe un claro reflejo entre los participantes y los personajes que aparecen debido a que los catalogan como.- Demasiado humildes, de pueblo, de provincia, de pueblo desprotegido, «Mas humildes que ellos.

* **Nula identificación con los personajes**

... " se lo den a gente que lo necesita, gente enferma de cáncer"...

... "la hija se veía feliz, es malagradecida, no hacen referencia al dolor de la pérdida"...





El comercial lo encuentran carente y falto de identificación, ya que para ellas genera más dudas que solución a problemas tales como.- ¿Cubre los gastos médicos y funerarios?, ¿Dan ayuda psicológica?, ¿En qué consiste?, ¿Qué te dan?, ¿Les dan transporte?, ¿Dan dinero?, Cómo funciona?, Quienes se inscriben? , ¿Como se vuelven beneficiarios?, ¿Quien se tiene que morir para recibir el apoyo?, ¿Es sólo para estudiar?, ¿Los titulares son los estudiantes? Cómo se van a enterar hasta que edad van a estar estudiando?.



Sugerencias a la Versión Jefas de Familia

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



* Que digan como les pagan o que les dan

* En donde se tramita

* Que digan que no se pueden meter los partidos políticos

* Que mejor den apoyos en vida

* Que digan quienes pueden ser beneficiarios

* Que entreguen para pasajes, comida, útiles, uniformes

* Que digan que realmente se entrega a la familia

* Que proceso seguir para el cobro

* Que entreguen un documento para cobrar

* Que digan que cubre y que entregan

* Que digan que no se pueden meter los partidos políticos

* Que también en el programa sea para abuelas solteras (debido a que se repiten las conductas)

* No salga gente sonriendo

* Que realmente sea para mujeres solteras

* Que salgan mujeres que ya les paso

* Que se para mujeres que realmente lo necesitan no para amigas

Las mujeres les gustaría que la publicidad les hablen a ellas, como una llamada de atención, te puede pasar esto. . . , Te proponemos esto . . Hay que conseguirlo así consiste en. . . , Mas claridad es lo que comunican



Conclusiones



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Las madres solas, en especial de **nivel D**, viven un **MIEDO CONSTANTE** se sienten **IMPOTENTES y SOBREPASADAS** por la responsabilidad de cuidar y educar a sus hijos. Viven su papel con **RESIGNACIÓN**, se sienten enojadas y desgastadas.
- En el nivel C, la primera necesidad es la SALUD junto con el dinero, también existe una fragilidad y una culpa de ser madres solteras, **DESCONFIAN DE SUS CONOCIMIENTOS, DE SU FUERZA, DE SU SALUD Y DE SU CUERPO.**
- Viven su vida al día, sin expectativas sin futuro, con muchas carencias y necesidades, que en su versión más positiva les permite aferrarse a la vida y enseñarles a sus hijos a hacerlo.
- Los abuelos de ambos niveles socioeconómicos son los más vulnerables y desfavorecidos, se les violenta dejando la responsabilidad y cuidado de sus nietos que son abandonados por sus propios hijos.
- Los grupos expresan un proceso de descomposición social en que son notorios, los siguientes puntos:
 - **Los padres abandonan fácilmente** a sus parejas, a sus hijos y a sus padres en situaciones de carencia, en ambos sexos.
 - **A mayor precariedad de los abuelos**, mayor peligro en la educación y manutención de los nietos, lo que genera menos estímulos y alegrías a la tarea de educarlos y mantenerlos.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Como **CARENCIAS y NECESIDADES**, se habla de un miedo que sólo existe en pobreza extrema, lo que habla de una situación crítica actual de muchas mujeres **SIN APOYOS**.
- El grupo que **MAS CONOCE**, tiene acceso y relación con los programas, es el de 25-35 Nivel D, dijeron que tienes que TENER SUERTE o estar en un PARTIDO, algunas veces se van cambiando de partido según la oferta de los apoyos.
- Los Grupos mas vulnerables y necesitados son los abuelos de Nivel D de ambos sexos.
- En todos los grupos se habló del **MIEDO A ENFERMARSE**, los abuelos en especial mencionaron que es el aspecto MENOS FAVORECIDO en los Programas Sociales, se mencionó en un grupo el **SEGURO POPULAR** pero se considera insuficiente pues cada vez atiende menos enfermedades.
- En cuanto a **APOYOS ESPECIALES PARA MADRES SOLTERAS**, aparecieron los programas **PROTECTORA y Pal** asociadas a las Delegaciones y al Partido Acción Nacional.
- El Programa de Seguro de Vida para **JEFAS DE FAMILIA**, es asociado a SEDESOL y es conocido en la mayoría de los grupos, con excepción de los grupos de adultos mayores. Sólo unas cuantas mujeres están inscritas.
- Existe poca valoración al Seguro Jefas de Familia, debido a que para acceder a el se enfrenta el hecho inevitable de la muerte, lo cual genera resistencia a cualquier significado relacionado con ello y al hecho de que se vive día a día, sus necesidades son en el presente y no se piensa en el futuro que es donde se ubica la promesa del Seguro.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- En las mujeres de 25 a 35 C y D también se mencionó el **Programa SIN HAMBRE**, fue bien valorado ya que dijeron le dan prioridad a Madres Solteras con una ayuda mensual.
- **PROSPERA**, también se apreció positivamente en la mayor parte de los grupos, especialmente entre las mujeres de 25 a 35 D, dijeron que les dan cierta cantidad bimestral y la condición es que sus hijos estudien. Dijeron que antes se llamaba **OPORTUNIDADES** en el sexenio anterior.
- El Programa con mayor presencia en todos los grupos tanto en extensión como en antigüedad es **LICONSA**.
- En los grupos explorados asocian y diferencian los Programas Sociales según el origen del que proceden consideran que los **apoyos del Gobierno Federal, son más consistentes, estables y permanentes**, mientras que los que proceden de las Delegaciones y Partidos Políticos están sujetos a que ganen ciertos candidatos, sienten que no hay equidad en la forma en que son distribuidos, que intervienen intermediarios políticos que manipulan los recursos, no son parejos, no son equitativos y no les dan a quienes necesitan.
- Si bien aprecian los Programas Sociales, en general, se quejan de los trámites para obtenerlos, del tedio de las colas, de la nula amabilidad por parte de quienes les atienden, les pesa el maltrato que implica, esperar en vano.
- En todos los grupos, expresaron un enorme desgaste de los programas y actitudes del PRD frente a los apoyos. **El PRD tiene voz, pero SEDESOL es quien DA.**
- En general, consideraron que son los Partidos Políticos quienes complican las ayudas, engañan cobrando las ayudas y se aprovechan de las necesidades de la gente.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Los Programas sociales que provienen del las Delegaciones y Partidos Políticos, no siempre se reparten, pasan por intermediarios, por líderes locales, jefes de manzana además que se les exige, presencia, esfuerzo tiempo, comprar votos y moverlos a manifestaciones a las que muchas veces no quieren ir, con una relación tan mal evaluada que no genera un sentimiento de agradecimiento hacia el sujeto que apoya sino todo Lo contrario.
- En general, no parecen esperar nada de los Partidos ni de las Delegaciones, pero si del GOBIERNO FEDERAL, del cual dicen tiene obligación de ayudar en tanto no ofrece empleo, que ofrezca apoyos.
- La Percepción generalizada es que los Programas cambian, aumentan , se condicionan, con poca claridad
- Las expectativas hacia los Programas Sociales apuntan hacia el empleo y no al desempleo, Vales de Despensa, Vales de transporte, Seguro Médico, mejores escuelas, pero sobre todo, que los apoyos se centralicen y sea una sola instancia dónde se consiga todo, con respeto, sin muchas complicaciones y buen trato.
- **SEDESOL** posee connotaciones muy positivas en todos los grupos explorados, inclusive entre quienes no reciben apoyo alguno, por parte de la Secretaría. Se asocia a **CONFIANZA, CREDIBILIDAD, PREOCUPACIÓN SERÍA, CONSTANTE y al GOBIERNO FEDERAL.** También se valora el hecho de que no condiciona el reparto a partido alguno.
- Se critica la **falta de difusión** de los Programas Sociales de SEDESOL, ya que se enteran localmente a través de rumores, o bien alguien anuncia y se transmite boca a boca,, No se recuerda mucha publicidad en medios de SEDESOL.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- El spot Seguro Jefas de Familia, en general, se percibe de forma ambigua, debido a que el beneficio ofrecido sólo ocurre en caso de MUERTE , y a que carece de información relevante tanto en su definición como en su instrumentación.
- La versión Jefas de Familia, no permite la identificación con la necesidad de los grupos destinatarios debido a que resultó **MAS RELEVANTE LA NEGACIÓN A LA MUERTE**, que el beneficio recibido que además deja muchas dudas respecto a su adquisición.
- En general comunica valores de **TRANQUILIDAD Y PROTECCIÓN** que se consideran adecuados, no cesarios y atractivos.
- Sin embargo, les pareció necesario **ARGUMENTAR MAS**, acerca cómo funciona el Seguro, les pareció incompleto en la comunicación de cómo acceder a él, dijeron que no es claro a quién va dirigido, cómo acceder a él, ni que cubre exactamente, las llevo a pensar en alimentos, transporte,etc.
- Los personajes presentados en el **spot resultan distantes y poco atractivos**, debido a que no son verosímiles en tanto aparecen sonriendo y satisfechos de que van a morir o de que están contentos porque su madre murió, lo que resultó rechazado por todos los grupos con excepción de los adultos mayores.
- A pesar de hablar de precariedad, LA IDENTIFICACIÓN CON LOS PERSONAJES Y SITUACIONES, requiere de cierto grado de aspiracionalidad, de lo contrario genera rechazo.
- Si bien no quieren que hablen de la muerte en forma cruel y triste, tampoco les gusta que se estén riendo o que parezcan felices especialmente cuando se trata de la muerte de ellas.
- El spot tuvo mayor aceptación entre las mujeres de 45 -55 y los adultos mayores en función de que en ellos hay mayor certeza y aceptación de la Muerte,



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- El spot tuvo mayor aceptación entre **las mujeres de 45 -55 y los adultos mayores** en función de que en ellos hay **mayor certeza y aceptación de la Muerte**, lo que muestra que una vez rebasada la negación es posible la aceptación.

En general no se identifican con personajes demasiado humildes, de "pueblo" de "provincia" "desprotegidos" mas humildes que ellos , si no hay un rango de aspiracionalidad posible, no hay identificación y el receptor hace distancia con el mensaje, no le interesa decodificarlo hasta sus últimas consecuencias, se vuelve dudoso.

Ningún grupo lo asoció a zonas suburbanas o urbanas, o zonas pobres de la ciudad, por lo que pensaron que era para la población rural.

Sin embargo **SI LO IDENTIFICAN DE TODAS MANERAS COMO UN SEGURO DE VIDA PARA LA EDUCACIÓN.**



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



**RECOMENDACIONES Y ESTRATEGIA DE RECOMENDACIÓN A LA
" CAMPAÑA JEFAS DE FAMILIA "**



Conclusiones Estrategias y recomendaciones de Comunicación.

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Creemos que a partir del **Análisis Semiótico y del Análisis Cualitativo** de los grupos que: En cuanto a Personajes e Instituciones:

Creemos que no es suficiente la Voz en OFF, es importante personificar a **SEDESOL**, tratar de mejorar la imagen de

1o. El personal que imparte los apoyos- como gente preparada ,amable, eficiente, que no pide demasiados papeles o tiempo y que se presenta en la acción de **DAR AMABLEMENTE EL APOYO MEDIANTE UN DOCUMENTO QUE DE SEGURIDAD O CERTEZA DE LO QUE SE OFRECE.**

2o. La **INSTITUCIÓN** que otorga-
Clarificar quienes son y que relación tienen con la Delegación, Jefes de manzana y con el Gobierno Federal, identificarse con una Localización geográfico inclusive, con la finalidad de acercarlos a una identidad confiable
Ahí esta **SEDESOL** para apoyar siempre
En una dirección
En un correo electrónico
Un teléfono
Una dirección Web o inclusive en in twitter de alguien- podría ser de la Secretaria

3o. Los Programas que se ofrecen en General y en Particular del Seguro para Jefas de Familia: Hablar con mayor concreción, no sólo de cómo se llaman, sino en que consisten, especialmente hablando de Seguros.



Cuando no existe una cultura del aseguramiento , **PRIMERO ESTÁN LAS NECESIDADES BÁSICAS A CUMPLIR.**

- Hay una **NEGACIÓN AL TEMA DE LA MUERTE**, especialmente en las mujeres menores de 35 años.

Es muy importante que a través de cualquier medio que se aborde el tema, se haga explicando:

Aclarar en qué consiste:

Educación desde que grado

Hasta que grado

Con opciones en qué escuelas?

Es la inscripción, colegiaturas, escuelas públicas o privadas?

Alimentación, Transporte?

Un apoyo económico en qué cantidad?

Quiénes son los beneficiarios directos posibles

Sólo las madres solteras, las viudas?, pueden ser padres solteros?, los abuelos a cargo de los nietos?

- Los abuelos, son uno de los grupos **MAS NECESITADOS y VULNERABLES** y es importante incluirlos y que eso sea visible en el mensaje.
- Presentar posiblemente a varios beneficiados y no sólo una, no sólo madres, mujeres e hijas mujeres. **LA MUERTE Y LOS PERSONAJES BENEFICIADOS.**



Hablar del tema con cuidado, debido a lo amenazante e importante que es:
No presentar mujeres alegres o madres- contentas, de que se van a morir, sino que les preocupa y hay algo para apoyarlas al respecto.

2) No presentar hijos felices, pues en lugar de interpretarse por parte de las madres en relación a que los hijos están contentos de estar estudiando o haber podido estudiar, ESTAN CONTENTOS PORQUE GRACIAS A QUE SU MAMÁ MURIÓ PUDIERON ESTUDIAR.

Se recomienda emplear frases muy claras y precisas con respecto a lo **QUE ES EL SEGURO, HAY QUE FORMAR MUCHO A LA POBLACIÓN EN CUANTO A ÉSTE TEMA Y POR ESO ES IMPORTANTE LA INFORMACIÓN AMPLIA Y LA EJEMPLIFICACIÓN DEL SERVICIO CON SUJETOS, ACCIONES Y PREDICADOS DIRECTOS Y CON INFORMACIÓN CLARA.**

4o. Argumentar acerca del **MODO DE PROCEDER PARA ACCEDER Y PARA OBTENER EL BENEFICIO.**

Argumentar con **PERSONAJES Y ACCIONES** que el trámite es fácil, accesible y abierto a todos los que lo necesitan.

5o. Usar **personajes VEROSIMILES pero ASPIRACIONALES**

No ubicarlos en zonas de extrema pobreza

que parezcan rurales o de provincia

Más bien urbanos o semiurbanos , modernos aunque sencillos

Personajes y ambientes sin lujos, pero agradables y arreglados.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



6o. **INVITAR CLARAMENTE A IR, LLAMAR, INFORMARSE EN**

Direcciones

Teléfonos

Páginas de Internet y trabajar con redes sociales como FACEBOOK O TWITTER

7o. **CONTRARRESTAR LA IDEA GENERALIZADA DE QUE LOS APOYOS SON INSEGUROS
PORQUE CAMBIAN SEGÚN EL SEXENIO**

EL CAMBIO DE DELEGADO

EL CAMBIO DE JEFES DE MANZANA O PARTIDOS POLÍTICOS.

SI LO QUE SE ANUNCIA ES UN SEGURO, TIENE QUE DAR CERTEZAS

SI EL SEGURO ES A LARGO PLAZO

TIENEN QUE CONTRARRESTAR ESTAS INCONVENIENCIAS

CON CONTRATOS, DOCUMENTOS Y ARGUMENTAR QUE SI EXISTEN Y EN QUE
CONSISTEN DE LO CONTRARIO LA PROMESA PUEDE SER ABSTRACTA.



Análisis Semiótico Spot Jefas de Familia”

Análisis Visual-Textual por
Imágenes Sujetos y Acciones





ANÁLISIS POR IMÁGENES, SUJETOS Y ACCIONES

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



DESCRIPCIÓN: PRIMERA PARTE

IMAGEN, SEÑORA, tiene cicatriz
en la frente, sin joyas, vestida muy
sencillamente
Fondo desafocadom construcciones
con ladrillos y cubeta

=

VOZ: "Me siento tranquila,
Protegida, porque voy
a dejar a mis hijos
protegidos..."

Los Valores que se ofrecen en ésta primera escena son:

TRANQUILIDAD

PROTECCIÓN

A través de dejar a mis hijos protegidos (Tautología)

Ella **NO** **PROTÉGÉ** a sus hijos con el **SEGURO**

Ella se siente protegida porque va a dejarlos protegidos

DE QUÉ

DE QUIÉN

Quando se muera

Ella se ve Joven

Se ve fuerte

Pero se ve en un ambiente desfavorecido.



ANÁLISIS NARRATIVO:

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



**No dice que gracias a.....
Puede dejar a sus hijos protegidos
No dice, Desde que... le ayudo a tener el
Seguro
el Programa
No dice nada con respecto a lo que
permite**

Ella es la que los va a dejar
No sabemos cómo
Ni porque
Ni con ayuda de quién
O a través de qué situación



**ELLA ES EL ÚNICO SUJETO QUE EXISTE ENTRE SUS HIJOS Y
LA PROTECCIÓN QUE LES DEJA**



2da. Parte Descripción

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Imágenes con VOZ EN OFF:

Imágenes:

Mamá con niña, misma mamá con niña
con baby, mamá con niño
Mamá que mira niño, niña que mira juguetes...



Con el Seguro de Vida para Jefas de Familia.

Niños en la escuela comiendo ,niñas con vasos,
niños caminando, adolescentes hablando
Con tareas, niñas adolescentes con computadoras,
niños como haciendo ejercicio en clase,
Niños sólo sonriendo.



y gracias a eso ahora más de 8 mil niñas, niños y jóvenes,



ANÁLISIS NARRATIVO:

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL

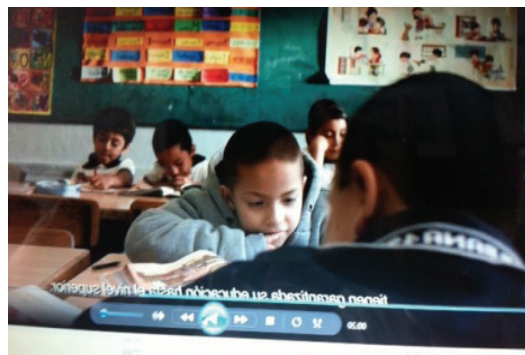


Ámbitos separados:
Maternal y escolar
Visualmente no se trata
Claramente el punto ni de
La madre soltera ni de la
orfandad



Las escenas son mas o
Menos cotidianas y positivas,
NO SE VE EL PROBLEMA y la
SOLUCIÓN no esta planteada a lo
que corresponde. Sólo se plantea
una relación Madre-hijos

Que la Madre juegue con
Sus hijos no significa que
Esta sola o esta preocupada
por estarlo.
O que esta haciendo algo
Debido a su situación



En el ámbito escolar tampoco
Aclaran si son algún tipo de niños
En especial . No necesariamente
Tenemos que entender que se trata
De un Programa Social y el texto
tampoco lo aclara directamente en
relación a las imágenes

**Mientras la narradora habla las mamás son jóvenes, sanas,
cariñosas solas, están en la calle con los niños o los niños están
solos con sus juguetes**



Narradora

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Texto hablado y escrito sobre las imágenes

“Con el Seguro para Jefas de familia Han sido registradas 5400 000 mujeres”
reiterativo en texto

El texto escrito a manera de subtítulos sobre la imagen es reiterativo de lo que dice la narradora

Pero no es reiterativo en cuanto a las imágenes que vemos.

“Gracias a eso ahora más de 8 mil niñas, niños y jóvenes que lamentablemente perdieron a
Sus padres, tienen garantizada su educación hasta el nivel superior.”

Análisis

- El porcentaje de 5400 000 que corresponde a 8000 niñas, niños y jóvenes es menos del 7%
- **Y es el único argumento para para VALORAR EL SEGURO**
- Cuando además no hay una cultura del aseguramiento
- Es difícil crear conciencia para el futuro, cuando ni siquiera tienen asegurado el presente, el día a día para alimentar o vestir a sus hijos
- Más que un argumento en relación al seguro se presenta un dato estadístico. Hay millones
- Registradas y hay menos del 7% que lo gozan
- Lo que no explica entre otras cosas de que consta ese seguro que sólo menciona la educación
- Hasta el nivel medio superior



**El Seguro es para Jefas de Familia
Todas?
De dónde
Quién ofrece el Seguro
Es automático?**

Sólo nos da el dato de 5400 000 mujeres
Que suena muchísimo, pero no sabemos de cuántas lo
Ni si en el caso de identificarme como Jefa de familia y no tenerlo cómo y dónde
puedo ser

Registrada y por quién?

Porque 5400 000 mujeres resultan en 8000 niños con educación asegurada?

Si los padres no se mueren , en México los niños no tienen educación asegurada?

Sólo es para Jefas de Familia que son madres solteras?

Sólo es si las madres Jefas de Familia se mueren?

O también divorciadas y viudas

Es sólo para mujeres o es más para mujeres?

Deja muchas dudas

**Dice que HAN SIDO REGISTRADAS, no dice que, las jefas de familia
SE HAN REGISTRADO, o que SEDESOL LAS HA REGISTRADO o que EL
PROGRAMA DE SEGURO MEDIANTE UN CENSO en el país...NADA DE
INFORMACIÓN EN CUANTO A DÓNDE, CUÁNDO, CÓMO, DESDE CUÁNDO**



3era. Parte Descripción

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Imagen, adolescente,
mujer joven, con blusa
Rosa Fuerte



VOZ: Gracias al Seguro
pues terminé la Prepay
ahora voy a hacer
exámen para entrar a la
Universidad

ANÁLISIS

NO DICE EL NOMBRE DEL SEGURO
NI CUANDO PERDIO A SU MAMÁ
NI PORQUÉ O CÓMO EL SEGURO LE AYUDÓ A TERMINAR LA
PREPA,
PERO ¿LE AYUDO CON LA ALIMENTACIÓN?, LOS LIBROS..
COLEGIATURAS PRIVADAS, TRANSPORTE, VESTIDO??
SI SÓLO PENSAMOS EN LA EDUCACIÓN, EL SIGNIFICADO Y
ALCANCES DEL SEGURO PARECE MUY AMBIGUO EN EL MENSAJE

No hay ni en el texto ni en las imágenes SUJETOS QUE HABLEN DE LAS INSTITUCIONES, NI QUE ENTREN EN RELACIÓN DIRECTA CON EL PÚBLICO AL QUE ALUDEN CON EL PROGRAMA Y ESO ES PROBLEMÁTICO PARA GENERAR IDENTIFICACIÓN, VÍNCULOS Y SIGNIFICADOS APROPIADOS



4ta. Parte cierre del Mensaje

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



**NARRADORA CON LOGO
SECRETARIA DE
DESARROLLO SOCIAL,
GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA**



MOVER A MÉXICO

ANÁLISIS

**UN SLOGAN Y DOS LOGOS
FONDO NEGRO**

**EL LOGO ES DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA
LA SECRETARIA SERÍA EL EMISOR DEL MENSAJE
Y EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA, LA INSTITUCIÓN QUE LO ENGLOBA TODO
SIN EMBARGO PODRÍA POR LO MENOS INICIAR CON EL PROGRAMA DE SEDESOL
COMO:**

**MOVER A MÉXICO, SEGURO PARA JEFAS DE FAMILIA, UN PROGRAMA DE SEDESOL.
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA.**

**NO CREEMOS TAMPOCO QUE SEA NECESARIO QUE TODO ESO TENGA FONDO
NEGRO, PODRÍA ESTAR INTEGRADO A LAS IMÁGENES DEL PROGRAMA
ANUNCIADO, DE OTRA MANERA PARECERÍA QUE TODO ESTÁ DESVINCULADO: EL
PROGRAMA DE LA SECRETARÍA Y EL PROGRAMA DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA**

**SE PUEDE CONSTRUIR EL MENSAJE A PARTIR DE INCLUIR UNA IMAGEN
DE UNA MADRE CON NIÑOS ENTRANDO A UNA OFICINA DE SEDESOL
O HABLANDO CON ALGUIEN QUE TIENE EN SU UNIFORME EL LOGO O
ALGO ASÍ**



CONCLUSIONES

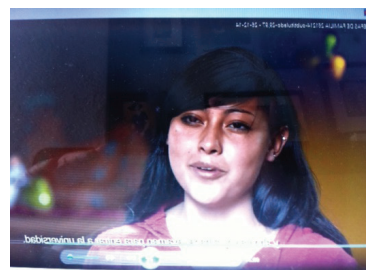
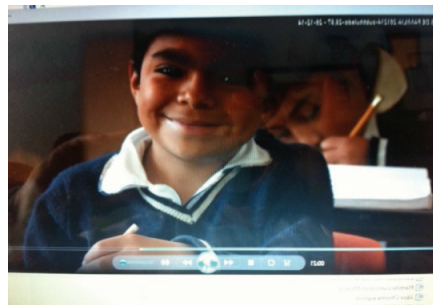
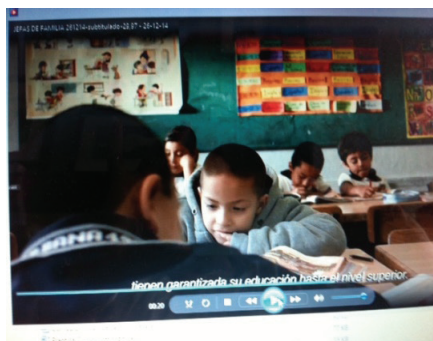
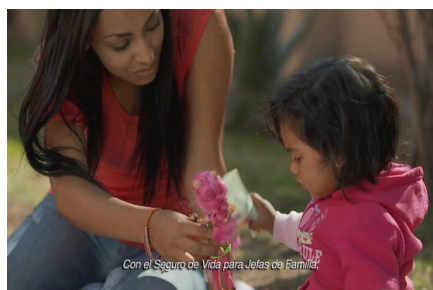
SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



El mensaje se compone de 4 partes

- 1.- Sujeto Materno hablando en primera persona
- 2.- Imágenes de niños con madres escolares con voz en Off
- 3.- Joven hablando en Primera Persona
- 4.- Voz en Off sin imagen. Salida





Sujeto Materno que habla en Primera Persona

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Mujer que no le habla a nadie en específico. Habla en primera persona y de ésta manera buscaría identificación con mujeres de nivel D

Como ella por su ropa y contexto en el que habla. Sólo da su testimonio Dice sentirse tranquila y Protegida y en una forma tauroológica dice que porque va a dejar a sus hijos protegidos

Si es quien abre el mensaje como Presentadora del Programa que es Motivo de la Campaña

**Ella esta
Protegida
Porque va
A dejar a
Sus hijos
protegidos**



No Habla del Programa, no lo Nombra, no hay otros sujetos más que ella y sus hijos

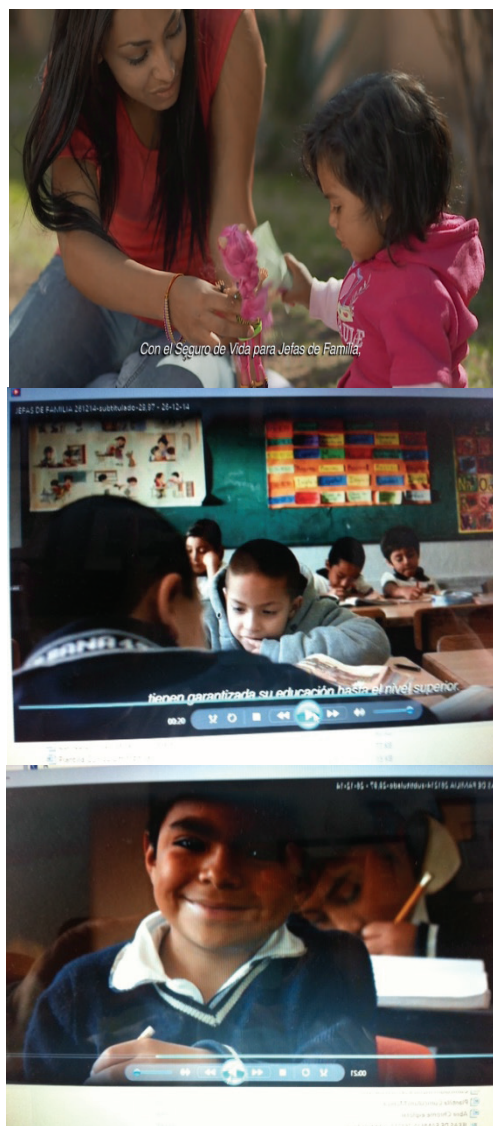
**Los demás son Valores alrededor de una situación ambigua pues no sabemos si los va a dejar protegidos porque se va a ir de la casa, protegidos cuando se muera, cuando se divorcie, cuando se vaya a trabajar
NO SABEMOS TAMPOCO EN QUE CONSISTE ESA PROTECCIÓN**



CONCLUSIONES

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



En las siguientes imágenes con voz en Off, es la voz quien identifica al programa como **SEGURO PARA JEFAS DE FAMILIA**, y dice que gracias a el hay **54000 000** mujeres registradas

La idea es que hay **UN SEGURO QUE REGISTRA COMO MUJER LO QUE HAY QUE DESEAR ES SER UNA DE LAS REGISTRADAS** Y QUE NUESTROS HIJOS SEAN UNO DE LOS **8000** QUE HAN PERDIDO A SUS PADRES, PARA QUE SE GARANTICE SU EDUCACIÓN, EN UN PAÍS DONDE LA EDUCACIÓN ES GRATUITA

ESTA SERÍA LA PROMESA BÁSICA Y LA BÚSQEDA ASPIRACIONAL DE QUIEN VE EL MENSAJE. CREEMOS QUE EN UN PAÍS DONDE EL SEGURO SE ASOCIA A NIVELES MEDIO ALTOS Y ALTOS EDUCATIVOS Y ADQUISITIVOS, DIFICULTA EL INTERÉS DE LOS GRUPOS META.

EL MENSAJE NO FACILITA QUE SE ASOCIE A LAS MADRES CON EL TRABAJO DE SEDESOL Y EL SEGURO, NO ESTÁN PERSONIFICADOS NI COMO INSTITUCIÓN, NI COMO ALGÚN TIPO DE RELACIÓN PERSONAL O ESPACIO DE RELACIÓN

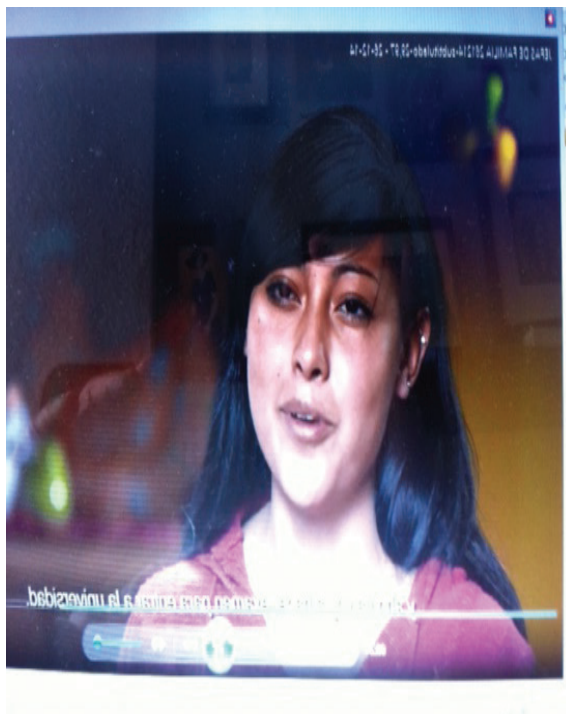
EL PROGRAMA DE SEGURO PARA JEFAS DE FAMILIA, TAMPOCO ESTA PERSONIFICADO NI CONTEXTUALIZADO, EN RELACIÓN A QUIENES PODRIAN ACERCARSE A EL, ES MUY ABSTRACTO, QUE TIENE REGISTRADAS A **5400 000** MUJERES PERO QUE NO APARECE EN RELACIÓN CON NINGUNA DE ELLAS.



CONCLUSIONES

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



La joven del final, dice que 'gracias al SEGURO' pero no lo nombra por su nombre o que se lo dió SEDESOL o que su mamá se lo dejó.

Ella pudo terminar la PREPA y va a hacer el exámen para la Universidad. Sólo sirvió para terminarla o lo va a seguir usando para la Universidad?

FRASES MUY ABIERTAS SIN SUJETOS ESPECÍFICOS NI ARGUMENTOS CLAROS ACERCA DE LOS SUJETOS QUE PERMITEN QUE SUCEDAN LAS COSAS.



CONCLUSIONES

SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



No hay
Ni en el texto ni en las
imágenes sujetos que hablen
de las instituciones ni que
entren en relación directa
con con el público al que
aluden y eso es indispensable
para generar identificación,
vínculos y significados
apropiados.

LA SALIDA PARECE NO TENER QUE VER CON LAS PARTES ANTERIORES. NO SE MENCIONA AL FINAL COMO PARTE DE LOS SUJETOS QUE CIERRAN EL MENSAJE, POR EJEMPLO: **PROGRAMA DE SEGURO PARA JEFAS DE FAMILIA.**

SÓLO SE MENCIONA EL SLOGAN MOVER A MÉXICO QUE ES INFINITIVO, SIN SUJETOS, SIN TIEMPOS, NI ACCIONES, NO ES MOVIENDO A MÉXICO , ES MOVER A MÉXICO.

SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL Y GOBIERNO DE LA REPÚBLICA, SLOGANS Y SUJETOS OFICIALES QUE FIRMAN EL MENSAJE, PERO POR LO MENOS DEBERÍA MENCIONARSE POR ÚLTIMA VEZ EL PROGRAMA QUE ES MOTIVO DE LA CAMPAÑA, PUES DE OTRA MANERA QUEDA MUY DESLIGADO DE TODO LO ANTERIOR.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Reporte de Resultados



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



INDICE

I.- Análisis acerca de los Valores, los conceptos y las acciones que identifican a profundidad la Identidad de los grupos explorados.

- 1) Percepción de maternidad
- 2) Problemáticas a enfrentar en su rol de madres Jefas de Familia
- 3) La pareja Ausente
- 4) Rol tutelar de los abuelos
- 5) Expectativas a futuro

II.- Percepción de Apoyos Institucionales

- 1) Percepción de Programas de Sedesol
- 2) Formas de enterarse de los Programas Sociales
- 3) Personal que trabaja para Programas de Gobierno

III.- Programa Jefas de Familia

IV.- Percepción de Sedesol

V.- Evaluación de Spot "Jefas de Familia"

CONCLUSIONES

SUGERENCIAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



I.- ANALISIS ACERCA DE LOS VALORES LOS CONCEPTOS Y LAS ACCIONES QUE IDENTIFICAN A PROFUNDIDAD LA IDENTIDAD DE CADA GRUPO DE ANALISIS

1) PERCEPCIÓN DE MATERNIDAD

18 A 25 D

Observamos a través de lo que dijeron en cada grupo, que **SER MADRE SOLTERA EN MEXICO** es una **IDENTIDAD DIFÍCIL** de portar en todos los grupos de edad y tanto en el nivel C como en el D.

Las madres solteras expresaron muchos más calificativos negativos que positivos relacionados con el hecho de ser madres:

Los más comunes en todos los grupos fueron: **DIFÍCIL Y CANSADO**

En las más jóvenes hay que agregar que también:

-Tienen **MIEDO**-y se sienten **IMPOTENTES , SOBREPASADAS** por la responsabilidad.

Algo no planeado que ven como que les tocó vivir, algo que no se dio en el momento adecuado pero que se tuvo de todas maneras, como con resignación, sin la conciencia de que se podría haber decidido lo contrario, un hecho que de un día a otro las sacó de la adolescencia y las volvió mujeres.

Un hecho que para muchas en su inmadurez fue realmente una sorpresa desde el embarazo, saber que podrían dar vida a un ser.

Conforme van pasando los años al parecer aparecen dos sentimientos contradictorios:



Por un lado el enojo que se expresa desde los 25 Un enojo que va de la mano de los gastos y el desvelo que les implica, se sienten **ENOJADAS Y GASTADAS**. Posiblemente pasan los años y los niños y los pocos apoyos que tienen les va implicando una multiplicidad de actividades que requieren de más tiempo y más gasto pero con menos ayuda o más conciencia de que eso va creciendo y no al revés, por lo que se sienten **ENOJADAS**, un enojo que en su parte positiva las anima a aferrarse a la vida y a lo que quieren y enseñarles eso mismo a sus hijos, POR LO MENOS A QUE NO SE DESANIMEN Y A NO DESANIMARSE ELLAS TAMBIÉN.

SUS EXPRESIONES MUESTRAN QUE SON **MADRES EXIGENTES Y DEMANDANTES DE APOYO DE AFECTO, DE AUTOSUFICIENCIA Y AL FINAL DE RESULTADOS Y RECONOCIMIENTO A SUS ESFUERZOS Y SACRIFICIO PORQUE HAY POSIBLEMENTE UN ESQUEMA DE CHANTAJE EN EL QUE LA MADRE OFRECE EL SACRIFICIO DE SU TIEMPO, SU JUVENTUD A CAMBIO DE SENTIR QUE LES RESPONDEN EN LA ESCUELA Y LES DAN AFECTO Y COMPAÑÍA.**

Hasta los 35 años, no parece haber mucha diferencia en cuanto a la vivencia de su identidad entre el nivel C y D.

Sin embargo es entre los 35 y 45 cuando a pesar de tener la conciencia de la dificultad del rol en el NIVEL C , tienen la oportunidad de disfrutarlo más, dicen que es muy bonito, muy hermoso que es la mejor etapa de la vida de la mujer, INCLUSO es en el único nivel donde algunas mujeres no estuvieron de acuerdo con el estereotipo de la madre soltera que sufre por la falta del padre que no está y creen que es necesario para la hija, algunas dijeron estar contentas con su situación de libertad y responsabilidad, aunque esto es CANSADO y PESADO.

LES GUSTA SENTIRSE EMPODERADAS “ no tengo que darle cuentas a nadie y me siento muy bien así”



Se dan los dos extremos y pueden aparecer hasta en las mismas personas, pueden pasar de un momento de autosuficiencia a la fragilidad del reconocimiento de la soledad y falta de apoyo y apapacho.

SE SIENTEN FUERTES PERO NO SIEMPRE, pueden caer en situaciones depresivas que les impidan desenvolverse como les exige su rol MULTITAREAS, CON IMAGEN DE FORTALEZA PARA LOS HIJOS. También esa carencia afectiva y frágil emocionalmente puede generar cuadros de mucha dependencia hacia los hijos

“NO QUIERO PENSAR QUE ALGUN DIA SE VA A IR”

EN LA ADOLESCENCIA LA TAREA TUTELAR EN UN CONTEXTO COMO EL URBANO Y SUBURBANO DE LA CIUDAD DE MEXICO ES MÁS COMPLICADO QUE EN LA INFANCIA.

SE SIENTEN IMPOTENTES FRENTE A LA INFLUENCIA Y LA RELACIÓN COTIDIANA DE LOS HIJOS CON LA PANTALLA, CON INTERNET, Y POR OTRO EL MUNDO, LA CALLE, LA ESCUELA SON ESPACIOS DE INSEGURIDAD Y VIOLENCIA POSIBLE.

“SI LOS SUELTAS A SU SUERTE- LA PAGAS CARO”

HAY UNA CONTRADICCIÓN ENTRE LA NECESIDAD DE QUE SEAN AUTOSUFICIENTES PARA QUE APRENDAN A CUIDARSE SOLOS LO MAS TEMPRANO POSIBLE, Y POR OTRO EL MIEDO Y LA DEPENDENCIA AFECTIVA QUE HACE QUE LAS MANTIENE MUY CERCA DE ELLOS

Sin embargo. hasta en el nivel C, se habló de hambre, de situaciones que pueden ser inclusive peligrosas como tener que dejar a los niños solos y que se cuiden y se hagan de comer a sí mismos o mandarlos a trabajar porque no hay ni lo mínimo para sobrevivir ya que su economía no permite que sigan estudiando a temprana edad.



El estudio expresó de esta manera que la clase media está muy pauperizada, que si bien los grupos tratan de conservar su calidad de vida acostumbrado, el nivel C tiene comportamientos muy cercanos al nivel D en todas las edades y en ambos sexos en el caso de los adultos mayores

Los abuelos por su parte, ejercen la tutela en una segunda vuelta, tratando de no cometer los errores que cometieron con los hijos.

Con cierta culpa asumen la responsabilidad de los nietos que tampoco decidieron tener ni mantener y de los que ahora son moral económicamente responsables.

Ejercen una tutela a partir del abandono, irresponsabilidad y hasta conflicto con sus propios hijos, parece ser más problemático que se quieran meter en su relación a que los dejen tranquilos con su tutela.

Se sienten con el compromiso de ponerse al día, de cambiar, de acoplarse, de agarrar su tercer aire. Sin embargo defienden sus valores que sienten que no son apoyados ni por la escuela ni por los padres, ni por la sociedad misma.

También para ellos la tarea se vuelve mucho más difícil en la adolescencia.

Las abuelas en especial se sienten más inseguras para imponer sus criterios buscan apoyo de cursos, lecturas, medios masivos para aprender a relacionarse con ellas sin enfrentamientos, también como mujeres se sienten desvalidas en una sociedad machista.

2.-) PROBLEMÁTICAS A ENFRENTAR EN SU ROL DE MADRES JEFAS DE FAMILIA.

Las madres empiezan a hablar no sólo de las responsabilidades de los hijos cuando están chiquitos sino de su forma de ser y de su contacto con el mundo cuando ya están en la adolescencia.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Al principio descubren que no les gusta estar encerrados, que empiezan a decir **“SÁCAME DE AQUÍ”**

Están muy chiquitos pero ya detectan que no están cómodos donde han nacido. Como algunas tuvieron a sus hijos muy jóvenes, ya hablan también de los novios de sus hijos. Del mundo que es una amenaza- malos amigos, droga, poco respeto a los mayores.

En el grupo de 35 a 45 C dijeron que en la adolescencia se ponen difíciles, con la mariguana y otras cosas que asocian a la Escuela, no a la calle,

La escuela SE ENUNCIA COMO UNA FUENTE DE PELIGROS TAMBIEN.

Las madres de nivel D entre los 35 a 45 años, viven la indiferencia de los adolescentes, les preocupa que no platiquen y no saben qué piensan aunque les dicen que es para no darles problemas, DICEN SENTIR SU TRISTEZA que MAS BIEN ES LA DE ELLAS.

Hay la contradicción entre los adolescentes que es difícil controlar y los hijos que quieren proteger a la madre y volverse los hombres de la casa.

○ las hijas que se vuelven exigentes y que las madres involucran en el trabajo o directamente mandan a trabajar.

LOS NIETOS, SE VUELVEN RAZÓN DE VIDA, COMPAÑÍA, pero también , una gran responsabilidad en un momento en que incluso la tecnología se vuelve una amenaza.

LAS ABUELAS quieren controlar la televisión, el cine y no saben qué hacer con las computadoras, las abuelas con los adolescentes también se sienten impotentes para hacerlos obedecer:

Son padres y abuelos

Para los abuelos los niños son LO MÁXIMO, es cuando más los disfrutan.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



3.- LA PAREJA AUSENTE

Las más jóvenes dicen que sólo las ayudaron al principio, en esta etapa es el acoplamiento de ellas y sus familias a ese nuevo estado, las familias ayudan y dejan de ayudar, las parejas están y dejan de estar.

Ellas dicen que les bajan la luna y las estrellas y al final nada es cierto, hablan de maridos muertos, alcohólicos o sólo ausentes, que entre los 35 y 45 años ya pesan como **AUSENCIA**, ya no mencionan como en los grupos más jóvenes que las ayudan de vez en cuando o que han luchado por su apoyo durante años.

A los 35 ya se asumió su ausencia, el peso de la soledad, siguen pensando que el ideal es que hubiera pareja, que tuvieran respaldo y les queda sólo una frustración un reclamo permanente transferido al dolor o reclamo hacia sus hijos en la escuela por no tener padre.

Hablan de un ideal que no han perdido a lo largo de los años. **EL IDEAL ES QUE HAYA UN HOMBRE.**

Dicen que no es lo mismo tener que no tener, que los hombres son un respaldo, un apoyo, pero se les olvidan cuando son todo lo contrario.

EL Grupo de 25 a 35 D piensa que sus hijos por no tener padre son diferentes, que se echan porras mutuamente, que son más independientes, saben cocinar, atenderse y cuidarse entre ellos.

Las madres del mismo nivel pero de 35 a 45, dicen estar carentes de afecto, de cariño, los hijos a esta edad ya no platican con sus mamás y aunque sea por no darles problemas, se tienen que hacer fuertes:

LAS MADRES SIENTEN SU TRISTEZA que se guardan para sí.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Las madres de 35 a 45 C dicen de sus parejas que no existen, que no dan pensión alimenticia, que se echaron a correr, que se esconden, que se cambian de trabajo que son irresponsables y no los encuentran y dejaron de buscarlos.

LAS MADRES SOLTERAS HABLAN DE casos de abandono con hijos discapacitados, enfermos, algunos ayudan pero dicen que no en lo que necesitan o deberían, que al contrario, quieren que los mantengan, que ya no son como antes, son aprovechados, nos culpan de todo, son infieles e irresponsables, algunos las golpeaban.

Salvo raras excepciones salvaron a algún sujeto masculino, su jefe o sus papás que las ayudan.

Ellas se culpabilizan por esa carencia que sienten que **es muy castigada socialmente.**

Al respecto hay un complejo de la educación machista que les hace pensar que sus hijos están en desventaja sólo por no tener a su papá como los demás.

VEN Y POSIBLEMENTE CONTAGIAN A SU HIJO DE LA TRISTEZA QUE LES DA A ELLAS, por pensar que un hombre, un Jefe de Familia, un padre es necesario para que su hija esté bien.

Sienten que a pesar de todo lo que han cambiado las leyes, siguen siendo machistas que la ley sigue favoreciendo a los hombres.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



4) ROL TUTELAR DE LOS ABUELOS LOS ABUELOS Y ABUELAS NIVEL D

SON LOS MAS DESFAVORECIDOS, en su mayoría están a cargo de sus nietos y casi abandonados por sus propios hijos.

Tienen hasta 3 nietecitos a su cargo y tienen actividades irregulares y mal pagadas como lavar ropa ajena o tejer, o barrer en un tianguis.

Tienen un amor más grande por los nietos que por los hijos, pues además de pensar que ahora los pueden disfrutar más que cuando tuvieron a sus hijos. Sienten que sus hijos los abandonaron

Por un lado, está la conciencia de que sus hijos les dejaron la responsabilidad pero por otra la conciencia de que ellos fallaron de que no tuvieron el valor o la Ética para quedarse cerca de sus hijos y por lo tanto, también hay culpa y resentimiento hacia ellos.

Algunos tienen a su cargo a los nietos, por muerte o separación pero es el menor de los casos.

AL FINAL HABLAN DE LOS HIJOS que no se ocupan de sus hijos con queja, o enojo. Algunos veces aportan algo, a veces nada, se **DESAPARECEN**



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



LOS ABUELOS para sus nietos parecen tener mucho más temor acerca del mundo les significa HORROR, VIOLENCIA, DROGAS, AMENAZA DIARIA (En las escuelas públicas) SECUESTROS DESPARECIDOS.

LES DAN MAS MIEDO LOS NIETOS ADOLESCENTES QUE LOS NIÑOS

En los grupos de mujeres también el mundo está viviendo una época de horror, de violencia y en especial en México, con una gran falta de equidad y justicia .

En las mujeres el sujeto que alienta a una parte de ellas Es DIOS, LA RELIGION.

En las más jóvenes 25-35 D, se mencionó más doctrinas cristianas que católicas especialmente porque también les ayudan económicamente y en las adultas mayores porque es un consuelo en su soledad, les ayuda a aferrarse a algo a que no se quiebren, a que sigan.

LA FAMILIA

Para las madres solteras, la familia amplia es muy importante y en México sigue existiendo y solventando muchas necesidades de apoyo en muchos casos

A MAYOR EDAD MENOR APOYO DE LOS FAMILIARES,

Los grupos expresan un proceso de descomposición social en que son notorios los siguientes puntos.

Los padres **NO SON RESPONSABLES**, abandonas fácilmente a sus parejas, a sus hijos y a sus padres en situaciones de carencia.

Las madres también pueden abandonar a sus hijos, a sus padres. Los hijos adolescentes empoderados manipulan y no respetan a sus mayores.



La familia amplia tiene un rango de tolerancia cada vez más corta, a las madres solteras (madres, hermanas padres) al principio pueden ayudar, pero luego y no.

En los abuelos es donde más se nota esa descomposición del Tejido Social. .

No sólo se les abandona sino que se les deja a cargo de MENORES .

No sólo se han pauperizado sino que se les trata con gran falta de respeto por parte de sus propios hijos y/o nietos que los desobedecen o manipulan.

Las abuelas nivel C a cargo de sus nietos, a pesar de sus necesidades tienen la posibilidad de hablar más de amor, buscan darles mucha disciplina, valores nuevamente QUIEREN HACER ESO PARA HACER MEJOR LAS COSAS, porque sienten culpa porque sus hijos no se han comportado bien.

LE TIENEN MIEDO NO SOLO AL MUNDO EXTERIOR SINO AL INTERNET,

Algunas mujeres también piden ayuda a la IGLESIA donde en algunos casos les dan incluso algo de alimentación.

Al parecer, en el nivel C pueden tener un poco más control sobre la educación de los nietos, hablan de sus nietos como personas que son buenas, que los acompañan y los valoran.

En el nivel D, parece muy difícil no solo la situación sino la dificultad para controlar y brindar lo que se necesitan especialmente siendo mujeres solas, la condición de fragilidad es todavía reflejo de una sociedad MACHISTA

En el nivel C tanto abuelos como abuelas, si bien saben que es muy diferente con los hijos que con los nietos y que no quieren cometer los mismos errores, si los disfrutan, los abuelos piensan que es el mejor tiempo que han tenido

A mayor precariedad de los abuelos mayor peligro en la educación y manutención de los nietos, lo que genera menos estímulos y alegrías a la tarea de educarlos y mantenerlos.

Las mujeres especialmente a partir de los 35 años, reflejan no sólo un cansancio sino una carencia de afecto y cuidado, están cansadas, vulnerables, solas y creemos que también el apoyo psicológico en esta edad en ambos niveles socioeconómicos sería interesante de ofrecer.



5) EXPECTATIVAS HACIA EL FUTURO

Las mujeres de 18-25 años, las más jóvenes, saben que hay que pensar en el futuro pero la situación la rebaza, para ellas todo lo que falta es dinero pues tienen juventud y con ella fuerza y salud para trabajar

Sin embargo sienten que no pueden: EL MAS FUERTE SENTIMIENTO DESDE LAS MAS JOVENES ES EL MIEDO, en este caso de NO PODER CON LA RESPONSABILIDAD de educar, de dar lo que necesiten, tienen miedo de sí mismas porque dicen tener miedo de abandonarlas, miedo que se enfermen pues ahí no hay dinero miedo al reclamo de no haber estado presentes

Lo anterior, significa que se sientan culpables y no tienen una gran explicación para sí mismas.

Las de 25 años D también tienen miedo de su ignorancia de no saber educar o guiar, miedo a la falta de un hombre, de un padre.

No tienen una autoestima suficiente para sobrepasar el machismo y los estereotipos sociales sienten que no pueden ser el sujeto que conteste sus preguntas que no pueden ser CABEZA DE FAMILIA Todo esto tiene que ver con la educación, con los valores que se transmiten y que devalúan a la mujer continuamente a pesar de todo lo que han cambiado hasta las leyes.

En el nivel C la primera necesidad no es el dinero, piensan más en la salud

Pero el futuro siempre significa MIEDO EN TODOS LOS GRUPOS, miedo A SU PROPIA SALUD **SIEMPRE HAY COMO UNA FRAGILIDAD Y UNA CULPA DE SER MADRES SOLTERAS.**

Desconfían de sus conocimientos, de su fuerza de su salud, de su cuerpo



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Las mujeres en el rango de 45 a 55 años, el futuro, es impotencia, incapacidad principalmente económica, cuando los hijos crecen vuelve a contar muchísimo lo económico, Los hijos son más caros, mantener y fomentar que estudien en un mundo que aunque tengas carrera no te dan trabajo, donde entonces hasta la educación parece inútil.

En los abuelos y mujeres tanto de Nivel C como D, el futuro es el MIEDO A LA MUERTE, el miedo a faltarles y no terminar con la tutela está mucho más presente que en los grupos de madres. MIEDO EN EL CASO DEL NIVEL C, a no alcanzar a ver los resultados de su labor, a no tener la vida para verlos realizados.

Sienten que la responsabilidad de los nietos en mucho es un castigo por haber sido mala madre algo que les duele permanentemente pues con los nietos tampoco tienen como salir adelante nuevamente solas.

Hacia el exterior el miedo es a la falta de Seguridad, las drogas, a la necesidad de darles ayuda psicológica y hacia dentro, a faltarles a no poder darles lo económico, la educación.

VALORES

Comparando los valores expresados hacia la experiencia de estar a cargo de hijos y nietos en los diferentes grupo observamos que no sólo la mayoría tienen que ver con las obligaciones y deberes que esto conlleva sino que éstas también van acompañadas de necesidades y carencias. En el grupo de las más jovencitas se habla como en todos los grupos de responsabilidad, crianza, dedicación, pero también de miedos hacia las carencias, a los reclamos a la crueldad de los niños.



A mayor edad menor apoyo y pocas compensaciones para un trabajo arduo e interminable. Se habla más del **MIEDO** a la **crueledad de los reclamos de los niños** o a la crueldad del mundo hacia los hijos de madres solteras, que del AMOR que solo pareció en 5 de los 19 grupos como valor importante.

Se habla de una gran necesidad económica y hambre en 2 de ellos.

El periodo más difícil para las madres parece ser entre los 35 a 55 Nivel D, pues se sienten sobrepasadas, cansadas, enojadas y preocupadas sin estímulos emocionales y/o económicos que compensen sus esfuerzos..

En el Nivel C, con un mínimo de seguridad económica hay más paciencia, actitud positiva a pesar de la presión de la responsabilidad que a mayor edad va creciendo como compromiso de vida frente a cierta impotencia y sentimientos de culpa en los abuelos que padecen junto con sus nietos el abandono de sus hijos y nietos.

A MAYOR EDAD (A PARTIR DE LOS 35) Y A MAYOR NIVEL SOCIOECONOMICO MAYOR CANTIDAD DE TIEMPO PARA DISFRUTAR Y VALORAR LA EXPERIENCIA DE LA TUTELA

A MENOR NIVEL SOCIECONÓMICO EL TRABAJO VA AUMENTANDO Y EL APOYO VA DISMINUYENDO. EL CUERPO SE VA CANSANDO MAS Y LA VULNERABILIDAD AUMENTA.

Sin embargo los abuelos tienen la experiencia y son los que asocian con mayor insistencia la responsabilidad de los nietos con la necesidad de educarlos y transmitirles valores, más allá de resistir y defenderse solos como les importa a las madres solteras jóvenes.



II.- PERCEPCION DE APOYOS INSTITUCIONALES

1) PERCEPCIÓN DE PROGRAMAS DE SEDESOL.

En todos los grupos se habló de la salud y del miedo a la enfermedad.

En cuanto a los Apoyos especiales a MADRES SOLTERAS, en el grupo de 18 a 25 hablaron de **PROSPERA Y PAID**

Las madres más jóvenes conocen el SEGURO DE VIDA PARA JEFAS DE FAMILIA pero sólo lo han escuchado, pocas están inscritas, saben que proviene de **SEDESOL**

También mencionaron el programa **SIN HAMBRE** en el grupo de 25 a 35 D dijeron que les dan prioridad a madres solteras también lo nombraron PAL SIN HAMBRE como gran ayuda, que hacen un censo y depende de la colonia y de la edad de los hijos y que se reparte con justicia.

Que es para pagar el comedor, que se pagan 100 pesos al mes y con eso te ayuda a dar de comer a tus hijos, les parece UN **GRAN APOYO**.

Las mujeres de 25 a 35 D Mencionaron igualmente **PROSPERA COMO MUY BUENO** y que cada sexenio lo cambian, que es lo mismo que OPORTUNIDADES.

El grupo que más conoce, tiene acceso y relación los programas es el de 25 a 35 años nivel D.

Dijeron que tienes que tener suerte, o estar en un Partido Político.

Algunas se van cambiando de Partido según les convienen los apoyos.

EL PROGRAMA CON MAYOR PRESENCIA EN TODOS LOS GRUPOS TANTO EN EXTENCION COMO EN ANTIGUEDAD ES LICONSA.

Hablaron de los Programas, pero sobre todo se quejaron del trámite de obtenerlos, preferirían que fueran más rápido y expeditos, sin embargo los agradecen pues dicen que en ocasiones les han servido para comer.



Sin embargo, reconocen que en el caso de **SEDESOL**, los trámites son eficientes, los apoyos más justos y ayudan a quien realmente los necesita.

Los **PROGRAMAS DE SEDESOL**, se consideran MAS RÁPIDOS, MÁS ORDENADOS Y MÁS EFICIENTES.

“SEDESOL” hace buenos Programas”.

Para las más madres más jóvenes **LAS ESTANCIAS INFANTILES Y PROSPERA** son algo que han oído pero no usan, es el único grupo que sólo ha oído de LICONSA pero no lo conocen realmente. Sólo parecen conocer un poco más los **COMEDORES COMUNITARIOS**, pues dijeron que con ellos comías por 10 o 13 pesos que te dan sopa, papas, calabazas con jitomatito, que está limpio y balanceado y que ahí han visto a viejitos, o sea que no consideran que pudiera ser para ellas. En realidad es el grupo que menos conoce y usa los Apoyos.

ESTANCIAS INFANTILES- si lo conocen, si lo han usado sólo que dicen que era muy poquita cantidad que era insuficiente lo que les daban. Sin embargo tienden a valorar este Programa especialmente en los grupos más jóvenes con madres de 18-25 años.

DE LICONSA - también lo conocen y lo usan, les parece que está bien como en todos los grupos salvo en el de las más jóvenes que no lo conocían, ellas dicen que es bueno porque es para todos, niños, jóvenes, adultos, todos. Sólo se quejan de su calidad, dicen que es rebajada..

COMEDORES COMUNITARIOS:

Dicen que es una concesión, que no es muy justo porque aunque la comida es buena, es variada y equilibrada, no te lo dan, que ven camiones de alimentos que llegan con miles de cosas y lo que dan siempre son sardinas, o sea que se lo roben quienes lo administran, según el grupo de mujeres 25 a 35 D.



Sin embargo dicen que es un programa que si ayuda a los viejitos que no tienen dinero para cocinar muchos alimentos, también hubo quien defendió a quienes lo llevan, diciendo que por su casa ha visto cómo son señoras que te cuidan y le varían a la comida y le piden a los comensales que se laven las manos y la comida es buena y nutritiva.

Aquí es notorio que en éste rango de edad, las mujeres entran a participar de los Programas de Apoyo, más allá de la necesidad.

III – PERCEPCIÓN Y CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA DE JEFAS DE FAMILIA

A las mujeres de (18 a 25 Años):

Les parece que puede ser para ellas pero no ahora, algunas dicen que sí irían a contratarlo, saben que hay un trámite que realizar, o un contrato que ir a hacer o un tiempo que tomarse para resolverlo.

SEDESOL SE ASOCIA DE INMEDIATO AL sujeto que otorga todos los APOYOS

Está asociado a:

Formas, tiempos acciones que al final describen como una relación entre las Instituciones y la población en desventaja que es segura y constante, sin embargo también mencionaron que ha sido un poco discriminatoria.

En este programa en específico, clasifican, separan y señalan a las madres solteras de tal manera que hasta para pedir la ayuda sienten que las señalan - “ **mírala ahí va la madre soltera te ven mal.**

Los programas según este grupo que es el más joven, dan cantidades que les hacen sentir que LA INSTITUCION, no sabe cuánto cuestan las cosas, siempre consideran que es poco dinero y poca la ayuda.



Para las mujeres de (25-35) D Todas habían oído hablar el Programa de Seguro para Jefas de Familia

Por un lado dicen que sólo sirve hasta que se mueran y que eso ojalá que esté lejos, sin embargo, hay quien dijo que le llegó a su correo electrónico e inscribió a su hijo pero nunca le llegó la tarjeta. Las más jóvenes en realidad no hablaron específicamente del Seguro, en cambio desde los 25 años si están más conscientes de los programas acerca de este tema, los conocen, saben quién lo ofrece, mencionaron a SEDESOL,

Dicen que las fueron a ver para ver a quien les interesaba y se identificaron también como gente del PRI.

Eso no lo calificaron, dicen no estar muy familiarizadas con eso, que las encuestaron pero a nivel percepción creen que puede estar bien.

Sin embargo en el grupo de 35 a 45 D dijeron que el programa de Seguro es muy bueno, a ella una amiguita le dijo y la inscribió, ni siquiera fue ella, no padeció lo que tanto critican, por lo que se interesan y tienen buena imagen del mismo.

Los abuelos, fueron los únicos grupos que no habían escuchado nada del Programa de Seguro para Jefas de Familia.

Al exponerles en que consiste, se preguntaron si era para ellos y porque nadie les había platicado del mismo.

Sienten que son el grupo IDEAL para acceder al **PROGRAMA SEGURO PARA JEFAS DE FAMILIA.**

El Programa que les gustaría tener es un Programa de EMPLEO que ese si sería útil pues sus dificultades para obtener un empleo fijo son significativas.



En cambio las de 25 a 35 D dicen que si participas en el programa **PROSPERA** no puedes tener el de **JEFAS DE FAMILIA**, pues los Programas de **SEDESOL** son excluyentes:

“Hay que ir a pláticas cada dos meses en el de PROSPERA” y que todos son buenos, siempre y cuando los consigas.

En general, no sólo hay desconocimiento y falta de cultura en relación a los Seguros sino incluso un **rechazo y hasta NEGACIÓN DE LA MUERTE**, como una posibilidad generadora de problemas futuros que hay que prever, lo que **significa que la labor formativa que se tiene que hacer al respecto es importante pues de lo contrario, no se va a valorar el programa ni se va a participar del mismo de la manera que se busca.**

Sobre el mismo tema dicen que se ponen a averiguar si de verdad son o no madres solteras, lo que implica que posiblemente muchas mujeres que tienen carencias pero no son madres solteras, tratan de beneficiarse de los programas que no les corresponden.

Esto habla de la creación de hábitos de demanda y ayuda donde las negociaciones pasan por niveles de inmoralidad de parte de quien los busca:

Cómo conseguirlos aunque tenga derecho

Cómo conseguirlos sin tener derecho.

Dicen que preferirían estímulos para vivir y no para morir

Además del transporte piensan en la alimentación, quién les va a dar de comer que es más importante, de otra manera no les parece tangible y por lo tanto no les atrae



En el grupo de madres de 35 a 45 D sí asociaron el Seguro para Jefas de Familia con SEDESOL.

Se mencionó que **PROSPERA** también daba un Seguro de Vida y 4 de ellas dijeron estar inscritas.

2) FORMAS DE ENTERARSE DE LOS PROGRAMAS SOCIALES

En general, se enteran de los Programas por diferentes vías, las vecinas que hablan de los programas y dicen dónde ir, dicen que le falta difusión pero se preguntan si será inmediato, dicen que no creen nada, que son tardados, o no son reales que no cumplen, que son temporales y no se sostienen en el tiempo y que les gustaría que fueran constantes.

Lo anterior al hablar de los Programas Sociales en general, y a medida que fueron profundizando, vemos que se refieren a los Programas del Gobierno del D.F.

Con estos argumentos vemos que conforme avanza la edad, no siempre avanza la buena relación con los Programas Sociales en el tiempo.

A esta edad (**35 a 45**) ya no hay curiosidad, hay una evaluación generalizada de los apoyos y en general la experiencia no es positiva, pues al final pase lo que pase les parece que hay mucho por mejorar.

En el grupo de **25 a 35 C** dijeron 4 que tenían el Seguro de Jefas de Familia

Una fue por una jornada en un módulo de policía, otra su mamá la inscribió en la escuela, otra por una Asociación ligada al PRI, les pareció FACIL Y QUE ERA DE SEDESOL

No lo evaluaron ni calificaron en relación a lo que ofrece. Otra señora le dijeron que si tiene Pal no puede tenerlo.



También mencionan lugares donde ofrecen muchos Programas que la gente no sabe. **Se enteran fortuitamente**, aplican y como al mes de pronto pueden recibir ayuda, les puede tocar una despesa o algún otro tipo de Apoyo.

Espontáneamente mencionaron que hay Delegaciones que tienen más apoyos que otras, que por ejemplo La MIGUEL HIDALGO, más que ninguna delegación dicen también obtienen apoyos cuando son funcionarios o empleados de secretarías aunque no la necesiten pero sobre todo mal repartidos. Otra forma como se enteran de los Apoyos Sociales es a través de la Política dijeron que se trata de estar no con algún partido, sino con el que da los Apoyos. También mencionaron que los Programas van de la mano con las elecciones, que determinan los Programas.

En los grupos de Nivel C conocen muy bien PROSPERA y dicen que es buenísimo que llevan 3 años con él, que antes apoyaban hasta la Prepa y hasta la Universidad.

Es un programa que conciben como muy integral ya que contempla apoyos, préstamos, apoyos para poner un negocio, y hasta un **SEGURO DE VIDA para JEFAS DE FAMILIA**.

Dicen que con PROSPERA no piden nada que aportes a nadie, que debes ser ajeno a cualquier partido, ni de ir a marchar ni nada, y cada dos meses vas entregando documentos o a firmar que les dan pláticas de salud y sólo les pueden pedir que ayuden en las campañas de vacunación, dando gotitas a los bebés, pero que es raro que se los pidan, aunque si las tienen muy controladas.



Con respecto al SEGURO PARA JEFAS DE FAMILIA, dicen que se lo ofrecieron y fue fácil, a otras se les pasó la fecha de inscripción, mencionaron que es BUENO que ofrece beneficios para su futuro: Lo supieron por la escuela de sus hijos, pero también dicen haberlo visto en plazas y hasta en el Zócalo.

PIENSAN QUE EN GENERAL LES FALTA DIFUSION,

Entienden que es un respaldo para sus hijos por si se quedasen solos, por si un día lo necesitan, que está muy bien pero que falta que lo faciliten en verdad, que no te pongan tantos “peros” ni obstáculos, porque están cansadas de que como en otros casos que han buscado Apoyos, es muy difícil conseguirlos, a veces ya no van a tratar de obtenerlos, son trámites muy largos, a veces no resuelven nada.

También mencionaron que a veces han pasado días llamando por teléfono y nadie contesta, lo cual termina por desanimarlas y perder el interés.

Con respecto al Programa de Seguro para JEFAS DE FAMILIA dijeron que es bueno, pero para enterarse piensan que hay que tener contactos y así pueden que te ayuden incluso a poner un negocio.

En ambos grupos (45-55 C y D) de más edad, donde hay mayor conciencia de la muerte, más miedo al futuro y más conciencia también del riesgo de su ausencia frente a sus hijos, mencionaron más que en otros grupos **EI SEGURO POPULAR Y EL SEGURO DE VIDA PARA JEFAS DE FAMILIA.** especialmente en un país donde el generalizado el miedo a todo lo que pueda pasar.

El Seguro para **Jefas de Familia** que fue mencionado más por este grupo que es de mayor edad y conciencia sobre el futuro generara un poco de confusión ya que como programa lo asociaron a Sedesol y a publicidad televisiva



Algunas dijeron que lo obtuvieron en **SEDESOL** y les dieron la **PÓLIZA RÁPIDO Y SIN PROBLEMAS**, aunque algunas dijeron que no lo han conseguido.

A algunas de ellas, no parece interesarles mucho, no lo ven muy atractivo les da miedo que sea medio mentira, ya no tienen confianza.

Entre los grupos de 45 en adelante, les interesa que los hijos están por terminar de estudiar y no quiere que dejen de hacerlo, hacen lo que sea por eso, pero como sienten que antes no les han cumplido por cualquiera de las razones antes explicadas, les cuesta más trabajo creer, hicieron trámites y no salieron sorteadas, sienten que todo está perdido:

“A mí me han dicho, si eres viuda no eres madre soltera.”

Dijeron que más que otro Programa en específico, lo que desean es que funcione lo que hay. Por su parte las mujeres adultas mayores dicen que el Programa de Seguro para Jefas de Familia es para ellas, pues son mayores, han perdido fuerza para el trabajo y tienen a su cargo a los nietos, Dicen haber oído del PROGRAMA DE APOYO A MADRES SOLTERAS, pero no saben porque no dice para “abuelas solteras”.

LOS COMEDORES, son muy bien evaluados, por su bajo costo y especialmente por su limpieza, a 6 les hubiera interesado tener un comedor, a 1 se lo ofrecieron y no aceptó porque era mucha responsabilidad y siente que ya no le dan las fuerzas para algo así.



Del SEGURO DE VIDA PARA JEFAS DE FAMILIA, les parece que sería ideal para ellas pero no saben porque les dijeron que no servía para ellas

porqué les dicen que para que va reclamar algo así si no se ha muerto

porqué no les dieron ni la hoja para que se registraran

Dijeron que no saben porque es SOLO para LOS PADRES y no para LAS ABUELAS SOLTERAS. Mencionaron que han querido hasta cambiar la tutela de sus nietos, para tener ayudas, pero les quieren quitar a los nietos sin les cambian los apellidos y que eso ha contribuido en muchas ocasiones a tener acceso a los Programas porque los nombres no coinciden.

Consideran que el problema es lo de la supervivencia, pues están obligadas a ir y algunas abuelas ya tienen limitaciones de movimiento.

DEL SEGURO DE JEFAS DE FAMILIA, las abuelas C dijeron que sí les interesaba, que es muy bueno especialmente para ellas que ya son grandes, tener la seguridad de que van a seguir estudiando

EL SEGURO PARA JEFAS DE FAMILIA, PARA LOS ABUELOS C les parece bueno pero no para ellos, alguno mencionó que su hija fue a ver de qué se trataba pero nadie lo conoce a ciencia cierta en este grupo.

Crean que en lugar de que fuera para las madres solteras **debería ser para los encargados de la familia**, para los responsables de los niños, cuando están a cargo de los abuelos, la factibilidad es mayor, por eso debería ser más para ellos.



IV.- PERCEPCION DE SEDESOL EN LOS DIFERENTES GRUPOS DE ANALISIS

Las chicas más jóvenes 18-25 años dicen que se enfoca más en las personas, dicen que es una Institución que les da a todos a las familias en general

INCLUSO A LOS QUE TIENEN Y ESO NO LES GUSTA

Ponen ejemplo de personas que tienen mega casa, coches y todo.

Debería haber castigos ejemplares para la población que hace uso de éstos programas sin necesitarlos.

Contradictoriamente dicen que SEDESOL, te investiga y te encuesta para ver si necesitas de verdad o no y cuando realmente necesitas ser de la población que no tienen nada para que te den.

Si tienes alguna tele de pantalla ya no te dan pero:

SI HACEN SU TRABAJO

SI TIENEN BUENA IMAGEN

En este grupo dijeron que si da pero no difunde cómo y dónde se consiguen los apoyos.

Sólo una dijo ser indiferente a SEDESOL pero en general **tienen buena imagen aunque no tengan su apoyo**, algunas tienen becas a madres trabajadoras y dicen que no ha fallado.

En el grupo de **MUJERES 25 A35 D** no asocian a SEDESOL con ningún partido político, piensan que engloba a todos y que definitivamente hacen mejor las cosas que los programas delegacionales o locales.

Dicen que incluso en las Juntas informativas, les piden que no entreguen papeles ni documentos a nadie, que no se comprometan con nadie por ningún Apoyo.



Sin embargo, en esta edad, **18-25 años D** mencionaron que algunos Apoyos les fueron entregados a sus padres, pero no ubican con claridad de donde provienen los Apoyos recibidos. Ellas piensan que el Gobierno no les da mucha difusión a sus programas, que no te dicen que posiblemente no quieren que sepas para que no vaya a exigir o a pedir. Esto querría decir que piensan que los programas los hacen para que no los pidan, pero sobre todo para que no haya exigencias como si la difusión en medios masivos genera algún tipo de obligatoriedad entre el estado y la población al generar que el público en general esté enterado de lo que están ofreciendo gratuitamente.

En este **grupo de 35 a 45 D**, consideran muy mal que los partidos compren los votos, dicen no estar agradecidas con el Gobierno,, pero deslindan por completo a SEDESOL de quien piensan que es la única Institución que funciona a nivel Social . Dicen que los programas de SEDESOL podrían mejorarse y que no son suficientes.

Dijeron que Prospera pasa casa por casa, que vienen desde Toluca, **que no te condicionan, que hacen trabajo limpio, sin partidismo y eso es apreciado por la población.** En este grupo de 35 a 45 aunque algunas no identifican bien, la mayoría dijo que tienen buena imagen, que es mejor que los partidos, que son mejores que la Delegación, que es difícil pero son puntuales.

Las mujeres de 25 A 35 C

Por su parte también dijeron que SEDESOL tiene buenos programas, que dentro de lo que cabe es funcional que son más organizados que están dando una plática de los apoyos que dan una que se llama MAPO , que después hay que cumplir, que los hijos también cumplan, y si no, ya no es culpa de SEDESOL.

Al final en este nivel a pesar de ser C dicen que peor sería que no dieran nada. El nivel C parece está más conforme con lo que dan pues no es de primera necesidad quiere que los apoyos sean no de necesidades básicas como que los niños que de verdad le echan ganas que tengan becas como



del CONACYT para que estudien y los manden a excelentes escuelas en el mundo y no dejen de estudiar.

A mayor necesidad mayor sensación de que lo que dan es insuficiente.

En el grupo de **35-45 Nivel C**, dijeron que SEDESOL ES BUENO que brinda una ayuda seria, responsable con la población. Dicen que son un apoyo Federal, que son los que bajan los apoyos, Sedesol con el nivel Federal, que es una buena SECRETARIA y la personifican como mujer.

Sin embargo dicen que hay mucha gente en la pobreza, que no tienen nada, ni casa, ni trabajo que es obligación del Gobierno apoyar pues no dan empleo y que SEDESOL hace estos programas bien, pero que son sus impuestos, su dinero, no son favores, que deberían hacer más esfuerzo, más difusión, que el problema es que lo manejan como dádivas, cuando en realidad no lo son.

Más que PUBLICIDAD lo que funciona es que se pasan la voz, sólo recuerdan un anuncio de SEDESOL pero no muy bien

En el grupo de mujeres de **45 a 55 DE nivel C** dijeron de **SEDESOL** que les refiere al presidente o algunas dijeron que es un Institución que no se va a enrolar en los partidos que se maneja independiente" de todo eso."

Los grupos de adultos mayores a cargo de sus nietos dijeron que SEDESOL ayuda a ciertas personas que tienen muchos programas, que son buenos, que a los pensionados no se los dan, que no complican las cosas, "que no es tan difícil con ellos", que ven un excelente servicio a la comunidad, dándole prioridad a las personas de la tercera edad y que eso se agradece y sobre todo **SIN NECESIDAD DE PEDIRTE VOTOS.**

En este grupo, Personificaron a SEDESOL como una mujer que lleva dentro la nobleza y calidad humana, humildad, vocación de servicio, que es generosa.

No están seguros pero dicen que se supone que es del apoyo Federal para los que están inscritos en el Programa de la tercera edad, pero también vieron que jóvenes reciben ayudas.



“SEDESOL NO LE PONE NI UN PERO A LA GENTE DE LA TERCERA EDAD, SIENTEN QUE SON SU PRIORIDAD.”

Los abuelos de nivel D , dijeron que SEDESOL es la mejor SECRETARIA que han cumplido en todo lo que corresponde a ayudas de adultos mayores, con su programa de 65 y más que es la única buena, es la única que funciona. De hecho, en este grupo recuerdan sobre todo que se habla de GOBIERNO FEDERAL más que SEDESOL

Por su parte, las abuelas de nivel C dijeron que SEDESOL para ellas son los que tienen mejores programas , sólo que si tienen pequeñas pensiones ya no las apoyan, tienen que estar en calidad de pobreza para ser apoyados, pero dicen que es de las pocas instituciones que si ayuda y trabaja, LES PARECE QUE ES CONFIABLE. Lo personifican como un hombre trabajador, alegre, responsable

LO ASOCIAN CON SOL CON UN SOL QUE SALE PARA TODOS

Por último los abuelos de nivel C dijeron de SEDESOL que no les dan apoyo si tienen pensión que es una queja constante en todos los grupos de abuelos. Personificaron a la Secretaría como una buena mujer, responsable humana que les permite pensar en el futuro, lo que significa que a pesar de sus críticas a los apoyos y a cómo funcionan tienen una buena imagen de SEDESOL como institución frente a ellos como sector con necesidades

Pero en la dinámica de éstos sectores están incluida la idea de desconfianza su percepción es muy ambigua, dicen que si no son corruptos, no avanzan por ejemplo, que es internacional la corrupción. Hay un desencanto que hace difícil creer en líderes o políticos diferentes o que pueden cambiar algo



V.- EVALUACIÓN DEL SPOT “JEFAS DE FAMILIA”

En el grupo de 18 a 25 años D mencionó que Si lo habían visto, dicen que está bueno pues es de SEDESOL, pero no porque considerarán que el mensaje lo sea, sino porque legitiman al EMISOR. El mensaje que retienen es que el Gobierno está ayudando, que protege a los niños, que respalda la educación.

Ven a gente de provincia
Gente pobre
Gente real
Gente enferma

Dicen que los personajes están bien, aunque no se identifican, que es creíble y bueno, pero también que no aclara nada.

Piensan que es bueno que se lo den a gente que lo necesita, gente enferma Aunque dicen que el mensaje también puede ser para ellas.

Piensan que **es para personas de más edad y enfermas** que lo necesitan más que si se inscribirían aunque son jóvenes.

LO QUE NO LES GUSTO

“Que no dice a dónde acudir, no dan teléfonos, una página”

Luego uno va y es hasta ahí que le dicen que no es para uno

Que pongan a quién va, qué tanto cubre, no aclara, no dice qué es ni dónde

Dice que es un SEGURO pero no dice cuándo empieza? Si en kínder , en primaria , cuándo?

“Te quedan muchas dudas”



Es el hijo que tiene que ir o es alguien que puede hacerlo por ellos, Sienten que deja más dudas que aclaraciones: “Quien es el beneficiado, no se entiende”
Dicen que no les habla a ellas, que ese mensaje le habla a gente de provincia que no tiene ni para comer, y ellas **No se identifican con esa necesidad tan grande.**
Ofrece precisión, dice que El gobierno Federal y SEDESOL se preocupan por ti. No deja claro que es para madres solteras, no lo dice abiertamente
“Que fuera más directo, más gráfico, que se vea que le dan algo”
Si no, no ayuda para que le creas “No es mejor que otros”
“Pasa desapercibido”
Dicen que a los mensajes del Gobierno les falta algo, que no se parecen a los comerciales de productos.
En el grupo de 25-35 D ,7 ya lo habían visto
Al exponerse al spot 3 de ellas dijeron que la información es clara y concisa, una no le cree y no le convence.
Empezaron a cuestionar las cifras, que no creen que no es para tantas personas y que ojalá no les toque a ellas, **“Mejor no me hablen a mí”.**
Toca un tema que es o puede ser real pero que les amenaza, no quiere que sea para ellas. Dicen que les pareció **triste y frío”.**

Se sintieron ofendidas con algunas imágenes especialmente con la de la joven que dice que pudo ir a la Universidad gracias al Seguro de Jefas de Familia.
“Quiere decir que si estudio es porque su mamá se murió, y si sigue viva no va a poder estudiar?”
Dicen que es “frío y duele”
¿No especifica qué te dan? .En este grupo dicen que deben poner atención psicológica porque eso es muy duro, perder a una madre y alguna de ellas en el grupo lloro, al recordar a su propia madre muerta.
Mencionaron que lo quieren hacer ver muy bonito pero detrás de eso saben que no lo es.”. En general, expresaron muchas dudas en torno a la oferta del Spot. Algunas se preguntaron si cubría



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



gastos funerarios,, lo que indica que no comunicó la función del Seguro ni su oferta en los segmentos explorados.

- **¿Cubre los gastos médicos y funerarios?**

- **¿Dan ayuda psicológica?**

- **¿En qué consiste?**

Qué te dan?, Les dan transporte? Dan dinero?

“Que den un número, más información”, porque de otra manera no sabes cuál es el beneficio”.

Dijeron que sería mejor que el spot fuera:” más atractivo y más creíble”

Pues pusieron en duda que el personaje pueda estar más tranquila con algo así, frente a una situación como la muerte, no solo es que estudien, es cómo va a pasar,” es algo trágico, te vas a morir” “Te anuncian tu muerte”

“mejor que no”.

No se identifican con lo que **audio** ni con los **personajes**, no te tranquiliza

La hija les pareció inclusive malagradecida, se veía feliz, como si no hacen referencia al dolor de la pérdida que es precisamente el de las madres como ellas.

En cuanto a Seguros, prefieren uno de una cantidad, mencionaron uno de ELEKTRA que es de 60. 000, los hijos saben que es dinero y cuánto es, lo que les ofrece el programa es abstracto.

“No sabes cuánto es, te pueden sorprender con requisitos que no cumples, como siempre” Dicen que prefieren la ayuda viva no muertas

No le creen al personaje que dice que pudo seguir estudiando, dicen que mienten las mujeres.

La que inicia el spot y la que dice que está feliz porque pudo estudiar” o sea que el texto no les es verosímil “Las necesidades de un huérfano son más”

Dicen que buscarán el apoyo, pero no por el spot:

Presentación de spot 35 -45 D



En este rango de edad **35-45 años de nivel D**, hay mucha exigencia y mucha frustración como punto de partida para interpretar, recibir y hasta solicitar ayudas. Habían visto el mensaje pero en menos proporción que las más jóvenes. El mensaje que recibe de primera lectura es que se preocupan por la educación, las familias, no las madres, no los hijos en orfandad

No entienden cómo funciona el Seguro, creen que el tema es educación, libros y medios para seguir estudiando.

Como en los demás grupos, notan inmediatamente que no hay una dirección, ni teléfono, ni oficinas requisitos y eso lo hace poco creíble y le resta credibilidad.

Además sienten que no es claro de dónde es o de dónde proviene, ni siquiera que se trata de un Programa de Sedesol.

“Un número para preguntar”

Que no lo traiga no solo les significa poco verosímil pero desconfían, sienten que sólo es para “echarse porras como Gobierno”, pero no para invitarlas, no les dan información.

Les parece “INCOMPLETO”

En este grupo, dijeron que “Mover a México” les parece mal porque los que tienen que moverse son ellos..

¿Porque salen niños comiendo si el apoyo es escolar? Mienten dicen que en las escuelas no les dan de comer, los personajes no corresponden al texto y viceversa.

Dicen que prefieren que les ofrezcan cursos, ahora que están vivas, ¿porque se tienen que morir?

Cómo en todos los grupos, la idea de la muerte es tan relevante emocionalmente que les impide ver el contenido, la ventaja de la oferta que por otro lado, tampoco está presente. De tal manera que es lo único que logran ver y por supuesto es para rechazar, pues como madres solas, la muerte es una posibilidad doblemente negada.

“Mejor que nos ayuden a vivir”



“Que te den empleo”

“Que los trabajos sean accesibles y mejor paga” Es un programa que las enfrenta con la EDAD y ESO NO LES GUSTA es una edad donde eso les amenaza y prefieren negarlo. Les parece que el mensaje ni es creíble ni motiva a buscar información.

“No son directos, no dicen “oye, te puede pasar esto, protege a tus hijos, ve. A tal lugar, consíguelo...”

“Que les hablen a ellas, como una llamada de atención” te puede pasar esto, te proponemos esto”

Hay que conseguirlo así...consiste en....

Más claridad es lo que piden

En el grupo de madres de **25 a 35 C**, en este grupo si captaron como mensaje iniciar la oferta de un Seguro, aunque no lo recuerdan mucho pero consideran que es “Fuerte” y hasta “cruel”. Aunque creen que tienen que mentalizarse para entender el mensaje, se confunden, se preguntan cuál es el mensaje: “Si te mueres, pues ahí se los dan a quienes estén inscritos” Pero nuevamente notan que la información es muy pobre, que no dicen nada con respecto a cómo opera el Seguro, ni siquiera cuándo y dónde te puedes inscribir o a quién te tienes que dirigir, “le falta mucho” .

Información, cantidades “cada cuánto te lavan a dar” en qué escuelas, teléfonos, correo, direcciones. Dicen que es un mensaje para alabar a **SEDESOL**.

En este grupo, dijeron que este mensaje te hace sospechar de que la Institución quiere que de veras te inscribas, “si quisieran inscribirte te dirían dónde y cómo”

Según ellas, el mensaje es mira como estamos cumpliendo y lo que estamos haciendo, ya hay muchos inscritos, dicen que el mensaje no es tan malo, porque siempre será bueno que existan Programas y Apoyos a la población, que el problema es que ahí no está claro, ni que quieren, ni cómo lo quieren. En este **grupo nivel C** de una edad en que no se siente cerca de esa necesidad si creen que produce cierta tranquilidad, alivio de que van a seguir estudiando por lo



menos

Las madres **C 45 a 55** no recuerdan claramente haber visto el spot, pero inmediatamente detectaron que habla de la preocupación de dejar a los hijos asegurados y lo mejor posible. Según ellas, es un anuncio que parece hablar de ayudas diferentes pero no de SEGURO:

“Puede ser de comida, de escuela, de vestido y no es eso”

Les parece confuso, las imágenes pueden argumentar acerca de otras ayudas o necesidades que les dejan dudas, nuevamente como en todos los grupos quieren datos de contacto, una página web, des que edades, es para ella, cuáles son los requisitos, etc.

Piensan que porque es corto y rápido

“Por ser televisión, no te pueden explicar bien”

Uno más, no gusto no se identifican con los personajes tampoco porque creen que son de “pueblo”, “rurales”, “indígenas” lo que sin duda es un juicio racista, sin embargo, si nos aclara que requieren personajes aspiraciones para comunicar mensajes que les permitan identificarse.

Acerca del contexto, les parece un espacio muy rural no para gente de la Ciudad de México: Hace falta información, invitar directamente a la gente a inscribirse clara y directamente a buscar la Seguridad de tus hijos,, por ejemplo:

“Busca la seguridad de tus hijos”

En ninguno de los ejemplos ellas son directas al decir cuando te mueras. O qué pasaría si te murieras, quieren que sean directos pero no hasta ese nivel ya que como cualquier ser humano, rechazan y niegan la muerte.

Piensan que si no dan información es que no se los quieren dar:

“Es como llamar y que sólo pongan la contestador a con musiquita” como hacen las empresas cuando no te quieren contestar.

Les parece que la mitad del comercial se desperdicia, no funciona

No van al grano

“Las telenovelas rápidas no sirven”

“Y además no es atractivo”

A pesar de hablar de precariedad la identificación requiere de cierto grado de aspiracionalidad,



de lo contrario genera rechazo.

Si bien no quieren que hablen de la muerte en forma cruel y triste tampoco les gusta que se estén riendo al decir que cuando se mueran.....

-No le creen

Por su parte las abuelas nivel D, dicen haber visto el spot:

En este rango de edad es en el que mejor se entendió de primer impacto el mensaje

“Que si llegamos a fallecer, nuestros hijos van a estar protegidos”

Aunque el mensaje básico de la oferta del Seguro puede ser interesante por la edad y porque saben que “nadie tiene la vida comprada”. Tienen cierta resistencia adicional a creer en los Apoyos Sociales. No le creen.

Si bien a mayor edad más cercanía y aceptación de una preocupación como el seguro, también mayor cantidad de experiencias que les han generado desconfianza.

Hay confusión en cuanto a lo que comprende el Seguro para Jefas de Familia.

“-Sólo estudios”

“También comida”

“Que otras cosas?”

“No dicen cómo”

Pero le creen porque dicen que sería muy cruel que no fuera cierto.

Al no tener muy buenas experiencias con los Apoyos locales, parecería que se trata de una cuestión de FE y no de certeza en que las cosas tienen que suceder porque están hechos para ellas.

Dice que hay que creerles para que sucedan las cosas, pues si lo dan por descontado menos ocurren.

En este grupo, (abuelas) se identifican con los personajes porque son jóvenes. No están seguras que es para ellas por ser abuelas-madres

Para ellas, es muy importante que se hable del valor de la **TRANQUILIDAD** y la certeza que puede proporcionar un Seguro y más allá del spot, la idea resultó muy bien aceptada.

“Me gusta que hablen de tranquilidad, es muy importante”.



SEDESOL

SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Por su parte, los Abuelos D, dicen que recuerdan más publicidad donde se anuncian al Gobierno Federal y muy poquito a SEDESOL, y que les gustaría informarse mejor acerca de los Programas a través de los medios de información cualquiera que éstos sean, pero que les gustaría ver más presencia de SEDESOL.

Y en especial del Programa Estancias infantiles y PROSPERA.

A los abuelos D les parece terrible, que el mensaje es que hasta que se murió su mamá pudo estudiar, ¿que su mamá no hacía nada por ella?

El mensaje es que te tienes que morir para acceder al Apoyo.

Y aunque el spot no lo plantea en esa forma, en casi todos los grupos apareció esta resistencia a aceptar el beneficio a cambio de morir cuando en realidad puede solucionarse explicando correctamente el Programa tomando en cuenta la resistencia de la gente y la delicadeza que se requiere para tratarlo.

Sin embargo nuevamente, el problema es saber:

-¿Cómo funciona?

-¿Quiénes se inscriben?

-¿"Cómo se vuelven beneficiarios?

-¿"Cómo evoluciona el Apoyo cuando ya no este?

-¿"Qué trámites implica?

-¿"Es solo para los que tienen qué comer y otros gastos resueltos?

-¿"Es sólo para estudiar?

-¿"Los titulares son los estudiantes?

A esa edad son muy desconfiados hombres y mujeres especialmente en el nivel D

No se sienten representados. Hablan de malas experiencias con el Seguro Popular, de que los traen "peloteando" de un lugar a otro", sin resolver nada.

Eso entiende por POLÍTICA a su edad, lo que les preocupa es la realidad, lo aprensión del día a día en una situación que no les toca y que como ya dijimos asumieron porque no quedo de otra. Aunque dicen al final que no le creen sienten que sólo es para hacerse publicidad, para



decir que son buenos y eficientes, les parece buena idea el concepto del Seguro y se sienten que si pueden ser beneficiarios del Programa.

Por su parte en el grupo de mujeres **35 a 45 C** Si recuerdan haberlo visto pero mencionaron que les recordó un Programa denominado Secundaria Si, por los personajes presentes, sienten que va a dirigido a mujeres rurales, **no a todas las mujeres.**

Les parece mejor que hablen de Jefas de Familia y no de madres solteras que es una clasificación con muchas connotaciones negativas.

Dijeron que a veces piden hasta Acta de divorcio y algunas sólo están separadas y en el caso de las madres solteras, porque se los iban a pedir si jamás se casaron?

En relación al spot consideran que no aparecen los requisitos:

-“Ni cómo opera”

-“Si no pueden seguir estudiando, cómo los beneficiaría”

-“Cómo se cobra y en dónde?”

-“A nombre de quién queda”

No se sabe nada acerca de las edades que requiere, no se identifican con los personajes:

“Demasiado humildes”

“De pueblo” “De provincia”

“De pueblo desprotegido”

Más humildes que ellas

Lo anterior nos habla de que si no hay un rango de aspiracionalidad posible, no hay identificación y el receptor hace distancia con el mensaje, no le interesa decodificarlo hasta sus últimas consecuencias pues no se lo lleva puesto:

Se vuelve más dudoso

Será para mí, si no me identifico

A esa edad hay cierto rechazo a acercarse a los trámites

Dicen que a veces se acercan y es muy poco y no vale el esfuerzo



El Programa requiere de mayor información para hacerlo creíble y confiable.

Sin información del programa:

Sin direcciones a dónde acudir o cómo hacerlo.

Sin teléfono

Que dejen una pista

Algunas de ellas ya lo habían visto y no les movió a acercarse o preguntar acerca del Programa lo que significa que requieren de más información, que se identifiquen con los personajes, que por lo menos les digan “Ven a la oficina de SEDESOL”, “Página de internet”, etc.

Se preguntaron ¿Si no dicen cómo o dónde, cómo te van a ayudar?

También mencionaron que no tienen que gastar en Televisión para eso que de hecho por todas las dudas que existen en relación al Programa prefieren folletos informativos dónde la información pueda ser más amplia y más clara, que entienden que en un spot de 30 segundos no puede decirse todo.

Abuelas nivel C dijeron que ya lo habían visto. Les gusta que hable de tranquilidad con respecto a dejar asegurada la educación de sus nietos

Dicen que con eso “ya se pueden morir tranquilas”.

Piensan que el mensaje es un propuesta de que cuando falta el padre y la madre dicen bueno al menos ya están estudiando.

Nadie lo había interpretado así, lo anterior se debe a que esa es precisamente su condición.

No hay padre, ni madre, en realidad ellas son las abuelas a cargo de sus nietos, en un rol de madres.

Les parece **“bueno,” “indispensable” “excelente”**

Sin embargo también lo consideran muy corto.

Les parece que tienen que incluir a los hombres, porque hay muchos también como Jefes de Familia, hombres solos y abuelas solas como ellas.

Les gustaría que los personajes fueran mayores para que se identifiquen pues están a cargo de sus nietos, son las responsables.

Nuevamente aparece el miedo y negación a la muerte: “Lo malo es que te tienes que morir



para que te lo den”

Por su parte el grupo de Abuelos C

Al verlo por primera vez, no se identificaron con los personajes pues creen que está dirigido a gente de provincia.

Ningún grupo lo asoció con zonas pobres de la ciudad, zonas sub-urbanas, pensaron siempre en provincia, o en lo rural con un estereotipo de superioridad para los capitalinos. Y con un criterio clasista y racista pues muchas veces asociaron lo rural con lo indígena y eso es lo menos aspiracional que pueden ver.

Sin embargo, el mensaje es claro en cuanto a que se trata de un Seguro de Vida. Lo identifican de todas maneras como un Seguro de Vida para la educación de los jóvenes en orfandad.

A pesar de ser la edad en que tuvo más aceptación y sobre todo el nivel socioeconómico con menos resentimientos frente a los programas sí reconocen como en otros grupos que:

¿Por qué se tienen que morir los padres para que los hijos tengan asegurada su educación?

-¿Por qué ese énfasis en las mujeres?

Porqué esa exclusión a los hombres

“No puede ser la tía, la abuela, quién es el beneficiario?

Finalmente el más grave problema, no es de comprensión, de credibilidad, la falta de concreción en la información lo vuelve poco claro, difícil de entender, pero sobre todo, no ayuda con la credibilidad.

No dice, “no explica ni lo que tienes que hacer para acceder a él”

“Ni los requisitos”

Les parece incompleto, escueto. Sólo les interesa decir que el gobierno está cumpliendo y ayudando y de alguna manera es verdad, “los Programas son buenos y ayudan, pero aquí no es claro”.

Respecto a los datos de las mujeres aseguradas, “¿quién sabe?”, es un dato que no pueden concretar en su mente, Les gustaría por supuesto que incluyeran hombres, abuelos, como ellos,



porque de todas formas y de cualquier manera quieren ser parte del Programa y éste les ofrece una esperanza.

Hay una enorme falta de credibilidad, y predisposición negativa hacia los mensajes institucionales, una especie de escepticismo generalizado hacia este tipo de campañas por lo que el esfuerzo debe ser cualitativamente mayor en cuanto al tipo de comunicación que busque entablar con los públicos meta.

¿Cómo hacerlo?

Apelarlos más directamente, dirigiéndose sin rodeos hacia lo que les ofrecen cómo, dónde y cuándo. Siendo lo más influyentes y claros posibles.

Hay que ofrecer un alto grado de elementos de verosimilitud pero al mismo tiempo cumpliendo con un mínimo pero indispensable grado de aspiracionalidad.

Y ese exceso de énfasis en los personajes mujeres en una población machista genera rechazo, a esta edad lo calificaron de feminista

Les gustaría ser invitados por haberse hecho responsables de sus nietos.

Les parece que los abuelos son o serían los más directos receptores de ese programa pero se sienten excluidos

Según ellos es como si te dicen

“Vamos a hacer una fiesta, pero no te invitan ni te dan información para que llegues”,

¿entonces para que te invitan?

Necesitan datos concretos para llamar, comunicarse, informarse,

Datos sobre edades, cantidades, cosas que incluye, y lo que no,

Datos más concretos que puedan aterrizar como creíbles y es posible de lograr: Millones de mujeres, de dónde, cómo hicieron, quiénes son?

Mejor, datos que ubiquen QUIENES Y DÓNDE ESTÁN



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Las madres solas, en especial de **nivel D**, viven un **MIEDO CONSTANTE** se sienten **IMPOTENTES** y **SOBREPASADAS** por la responsabilidad de cuidar y educar a sus hijos. Viven su papel con **RESIGNACIÓN**, se sienten enojadas y desgastadas.
- En el nivel C, la primera necesidad es la **SALUD** junto con el dinero, también existe una fragilidad y una culpa de ser madres solteras, **DESCONFIAN DE SUS CONOCIMIENTOS, DE SU FUERZA, DE SU SALUD Y DE SU CUERPO.**
- Viven su vida al día, sin expectativas sin futuro, con muchas carencias y necesidades, que en su versión más positiva les permite aferrarse a la vida y enseñarles a sus hijos a hacerlo.
- Los abuelos de ambos niveles socioeconómicos son los más vulnerables y desfavorecidos, se les violenta dejando la responsabilidad y cuidado de sus nietos que son abandonados por sus propios hijos.
- Los grupos expresan un proceso de descomposición social en que son notorios, los siguientes puntos:
 - Los padres **abandonan fácilmente** a sus parejas, a sus hijos y a sus padres en situaciones de carencia, en ambos sexos.
- **A mayor precariedad de los abuelos**, mayor peligro en la educación y manutención de los nietos, lo que genera menos estímulos y alegrías a la tarea de educarlos y mantenerlos.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Como **CARENCIAS y NECESIDADES**, se habla de un miedo que sólo existe en pobreza extrema, lo que habla de una situación crítica actual de muchas mujeres **SIN APOYOS**.
- El grupo que **MAS CONOCE**, tiene acceso y relación con los programas, es el de 25-35 Nivel D, dijeron que tienes que TENER SUERTE o estar en un PARTIDO, algunas veces se van cambiando de partido según la oferta de los apoyos.
- Los Grupos más vulnerables y necesitados son los abuelos de Nivel D de ambos sexos.
- En todos los grupos se habló del **MIEDO A ENFERMARSE**, los abuelos en especial mencionaron que es el aspecto **MENOS FAVORECIDO** en los Programas Sociales, se mencionó en un grupo el **SEGURO POPULAR** pero se considera insuficiente pues cada vez atiende menos enfermedades.
- En cuanto a **APOYOS ESPECIALES PARA MADRES SOLTERAS**, aparecieron los programas **PROTECTORA y Pal** asociadas a las Delegaciones y Partidos políticos
- El Programa de Seguro de Vida para **JEFAS DE FAMILIA**, es asociado a SEDESOL y es conocido en la mayoría de los grupos, con excepción de los grupos de adultos mayores. Sólo unas cuantas mujeres están inscritas.
- Existe poca valoración al Seguro Jefas de Familia, debido a que para acceder a él se enfrenta el hecho inevitable de la muerte, lo cual genera resistencia a cualquier significado relacionado con ello y al hecho de que se vive día a día, sus necesidades son en el presente y no se piensa en el futuro que es donde se ubica la promesa del Seguro.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- En las mujeres de 25 a 35 C y D también se mencionó el **Programa SIN HAMBRE**, fue bien valorado ya que dijeron le dan prioridad a Madres Solteras con una ayuda mensual.
- **PROSPERA**, también se apreció positivamente en la mayor parte de los grupos, especialmente entre las mujeres de 25 a 35 D, dijeron que les dan cierta cantidad bimestral y la condición es que sus hijos estudien. Dijeron que antes se llamaba **OPORTUNIDADES** en el sexenio anterior.
- El Programa con mayor presencia en todos los grupos tanto en extensión como en antigüedad es **LICONSA**.
- En los grupos explorados asocian y diferencian los Programas Sociales según el origen del que proceden consideran que los **apoyos del Gobierno Federal, son más consistentes**, estables y permanentes, mientras que los que proceden de las delegaciones y partidos políticos están sujetos a que ganen ciertos candidatos sienten que no hay equidad en la forma en que son distribuidos, que intervienen intermediarios políticos que manipulan los recursos, no son parejos, no son equitativos y no les dan a quienes necesitan.
- Si bien aprecian los Programas Sociales, en general, se quejan de los trámites para obtenerlos, del tedio de las colas, de la nula amabilidad por parte de quienes les atienden, les pesa el maltrato que implica esperar en vano.
- En general, consideraron que son los Partidos Políticos quienes complican las ayudas, engañan cobrando las ayudas y se aprovechan de las necesidades de la gente.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- En general, no parecen esperar nada de los Partidos ni de las delegaciones, pero si del **GOBIERNO FEDERAL**, del cual dicen tiene obligación de ayudar en tanto no ofrece empleo, que ofrezca apoyos.
- La Percepción generalizada es que los Programas cambian, aumentan , se condicionan, con poca claridad
- Las expectativas hacia los Programas Sociales apuntan hacia el empleo y no al desempleo, vales de despensa, vales de transporte, Seguro Médico, mejores escuelas, pero sobre todo, que los apoyos se centra licen y sea una sola instancia dónde se consiga todo, con respeto, sin muchas complicaciones y buen trato.
- **SEDESOL** posee connotaciones muy positivas en todos los grupos explorados, inclusive entre quienes no reciben apoyo alguno, por parte de la Secretaría. Se asocia a **CONFIANZA, CREDIBILIDAD, PREOCUPACIÓN SERÍA, CONSTANTE y al GOBIERNO FEDERAL**. También se valora el hecho de que no condiciona el reparto a partido alguno.
- Se critica la **falta de difusión** de los Programas Sociales de **SEDESOL**, ya que se enteran localmente a través de rumores, o bien alguien anuncia y se transmite boca a boca,..
- No se recuerda mucha publicidad en medios de SEDESOL.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- El spot Seguro Jefas de Familia, en general, se percibe de forma ambigua, debido a que el beneficio ofrecido sólo ocurre en caso de MUERTE, y a que carece de información relevante tanto en su definición como en su instrumentación.
- La versión Jefas de Familia, no permite la identificación con la necesidad de los grupos destinatarios debido a que resultó **MAS RELEVANTE LA NEGACIÓN A LA MUERTE**, que el beneficio recibido que además deja muchas dudas respecto a su adquisición.
- En general comunica valores de **TRANQUILIDAD Y PROTECCIÓN** que se consideran adecuados, necesarios y atractivos.
- Sin embargo, les pareció necesario **ARGUMENTAR MAS**, acerca cómo Funciona el Seguro, les pareció incompleto en la comunicación de cómo acceder a él, dijeron que no es claro a quién va dirigido, cómo adquirirlo, ni que cubre exactamente, las llevo a pensar en alimentos, transporte, etc.
- Los personajes presentados en el spot resultan distantes y poco atractivos, debido a que no son verosímiles en tanto aparecen sonriendo y satisfechos de que van a morir o de que están contentos porque su madre murió, lo que resultó rechazado por todos los grupos con excepción de los adultos mayores.
- A pesar de hablar de precariedad, **LA IDENTIFICACIÓN CON LOS PERSONAJES Y SITUACIONES**, requiere de cierto grado de aspiracionalidad, de lo contrario genera rechazo.
- Si bien no quieren que hablen de la muerte en forma cruel y triste, tampoco les gusta que se estén riendo o que parezcan felices especialmente cuando se trata de la muerte de ellas.
- El spot tuvo mayor aceptación entre las mujeres de 45 -55 y los adultos mayores en función de que en ellos hay mayor certeza y aceptación de la muerte.



CONCLUSIONES

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- El spot tuvo mayor aceptación entre las mujeres de 45 -55 y los adultos mayores en función de que en ellos hay mayor certeza y aceptación de la muerte, lo que muestra que una vez rebasada la negación es posible la aceptación.
- En general no se identifican con personajes demasiado humildes, de "pueblo" de "provincia" "desprotegidos" más humildes que ellos , si no hay un rango de aspiracionalidad posible, no hay identificación y el receptor hace distancia con el mensaje, no le interesa decodificarlo hasta sus últimas consecuencias, se vuelve dudoso.
- Ningún grupo lo asoció a zonas suburbanas o urbanas, o zonas pobres de la ciudad, por lo que pensaron que era para la población rural.
- Sin embargo **SI LO IDENTIFICAN DE TODAS MANERAS COMO UN SEGURO DE VIDA PARA LA EDUCACIÓN.**



CONCLUSIONES ESTRATEGIAS Y RECOMENDACIONES DE COMUNICACIÓN

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



- Creemos que a partir del **Análisis Semiótico y del Análisis Cualitativo** de los grupos que:

En cuanto a Personajes e Instituciones:

Creemos que no es suficiente la Voz en OFF, es importante personificar a **SEDESOL**, tratar de mejorar la imagen de:

1o. El personal que imparte los apoyos- como gente preparada, amable, eficiente, que no pide demasiados papeles o tiempo y que se presenta en la acción de **DAR AMABLEMENTE EL APOYO MEDIANTE UN DOCUMENTO QUE DE SEGURIDAD O CERTEZA DE LO QUE SE OFRECE.**

2o. La **INSTITUCIÓN** que otorga: Clarificar quienes son y qué relación tienen con la Delegación, Jefes de manzana y con el Gobierno Federal, identificarse con una localización geográfica inclusive, con la finalidad de acercarlos a una identidad Confiable

Ahí está **SEDESOL** para apoyar siempre

- En una dirección
- En un correo electrónico
- Un teléfono
- Una dirección Web o inclusive en in twitter de alguien- podría ser de la Secretaria.

3o. Los Programas que se ofrecen en General y en Particular del Seguro para Jefas de Familia: Hablar con mayor concreción, no sólo de cómo se llaman, sino en qué consisten, especialmente hablando del Seguro.



CONCLUSIONES ESTRATEGIAS Y RECOMENDACIONES DE COMUNICACIÓN

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Cuando no existe una cultura del aseguramiento, **PRIMERO ESTÁN LAS NECESIDADES BÁSICAS A CUMPLIR.**

1. Hay una **NEGACIÓN AL TEMA DE LA MUERTE**, especialmente en las mujeres menores de 35 años.

Es muy importante que a través de cualquier medio que se aborde el tema, se haga explicando:

- Aclarar en qué consiste:
- Educación desde que grado
- Hasta qué grado
- Con opciones en qué escuelas?
- Es la inscripción, colegiaturas, escuelas públicas o privadas?
- Alimentación, Transporte?
- Un apoyo económico en qué cantidad?
- Quienes son los beneficiarios directos posibles

Sólo las madres solteras, las viudas?, pueden ser padres solteros?, los abuelos a cargo de los nietos?

2. Los abuelos, son uno de los grupos **MAS NECESITADOS y VULNERABLES** y es importante incluirlos y que eso sea visible en el mensaje.

3. Presentar posiblemente a varios beneficiados y no sólo una, no sólo madres, mujeres e hijas mujeres.

También a todos los beneficiados.



CONCLUSIONES ESTRATEGIAS Y RECOMENDACIONES DE COMUNICACIÓN

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



Hablar del tema con cuidado, debido a lo amenazante e importante que es:

1) No presentar mujeres alegres o madres- contentas, de que se van a morir, sino que les preocupa y hay algo para apoyarlas al respecto.

2) No presentar hijos felices, pues en lugar de interpretarse por parte de las madres en relación a que los hijos están contentos de estar estudiando o haber podido estudiar, Están contentos porque gracias a que su mamá se murió pudieron estudiar.

3) Se recomienda emplear frases muy claras y precisas con respecto a lo **QUE ES EL SEGURO, HAY QUE FORMAR MUCHO A LA POBLACIÓN EN CUANTO A ÉSTE TEMA Y POR ESO ES IMPORTANTE LA INFORMACIÓN AMPLIA Y LA EJEMPLIFICACIÓN DEL SERVICIO CON SUJETOS, ACCIONES Y PREDICADOS DIRECTOS Y CON INFORMACIÓN CLARA.**

4o. Argumentar acerca del **MODO DE PROCEDER PARA ACCEDER Y PARA OBTENER EL BENEFICIO.**

Argumentar con **PERSONAJES Y ACCIONES** que el trámite es fácil, accesible y abierto a todos los que lo necesitan.

5o. Usar personajes **VEROSIMILES pero ASPIRACIONALES**

- No ubicarlos en zonas de extrema pobreza
- que parezcan rurales o de provincia
- Más bien urbanos o semiurbanos, modernos aunque sencillos
- Personajes y ambientes sin lujos, pero agradables y arreglados.



CONCLUSIONES ESTRATEGIAS Y RECOMENDACIONES DE COMUNICACIÓN

SEDESOL
SECRETARÍA DE
DESARROLLO SOCIAL



6o. **INVITAR CLARAMENTE A IR, LLAMAR, INFORMARSE EN**

- Direcciones
- Teléfonos
- Páginas de Internet y trabajar con redes sociales como FACEBOOK O TWITTER

7o. **CONTRARRESTAR LA IDEA GENERALIZADA DE QUE LOS APOYOS SON INSEGUROS PORQUE CAMBIAN**

SEGÚN EL SEXENIO

- El cambio de delegado
- El cambio del Jefe de manzana o Partidos políticos.

SI LO QUE SE ANUNCIA ES UN SEGURO, TIENE QUE DAR CERTEZAS

- SI EL SEGURO ES A LARGO PLAZO
- TIENEN QUE CONTRARRESTAR ESTAS INCONVENIENCIAS
- CON CONTRATOS, DOCUMENTOS Y ARGUMENTAR QUE SI EXISTEN Y EN QUE CONSISTEN
- DE LO CONTRARIO LA PROMESA PUEDE SER ABSTRACTA.