Conclusión

En la actualidad se observa que en las prestaciones convergen los intereses de diversos agentes sociales: en primer lugar el gobierno, que influye y promueve la aprobación de leyes en la materia debido, entre otros aspectos, a que se ha visto que las prestaciones llevan a la estabilización de la economía y al bienestar social de la población económicamente activa, lo que le permite centrar la atención en la población desprotegida; en segundo lugar las organizaciones, que han reconocido su parte en el tema tan actual de la responsabilidad social, pero sobre todo que han recibido los beneficios directos de crear un ambiente de seguridad y confianza propicio para sus actividades productivas; en tercer lugar los sindicatos, que han visto en las prestaciones un medio importante de defensa de sus agremiados y de extensión de sus intereses económicos, pero en particular políticos, y en cuarto lugar de los empleados y sus familias, quienes, en muchos casos y no obstante los altos riesgos imprevisibles que enfrenta alguien que vive en el mundo de hoy, reciben los beneficios de la seguridad, la protección y las ayudas que las prestaciones significan para mantener y, muy posiblemente, mejorar de manera significativa su calidad de vida, tanto en el presente como en el futuro.

De esta forma, las prestaciones actualmente son requeridas por la ley, deseadas por los empleados, demandadas por los sindicatos y, dentro de ciertos límites, ofrecidas por las empresas como un instrumento eficaz para crear un ambiente de confianza propicio para la productividad y porque contribuyen a estabilizar la economía de los países.

El reto es complejo ya que se refiere a un amplio número de variables. La propuesta de diseño urbano, de diseño arquitectónico, de tecnología y materiales de construcción, de sistemas sustentables ahorradores de agua y energía, propiciar el bienestar social y sobre todo, el de crear un vínculo entre institución y mercado meta o consumidor, para optimizar los aspectos positivos.

La desinformación es un problema complejo, pero es de suma importancia la comprensión del mismo. Sobre todo en un país como en México, donde históricamente ha sido de los principales focos de interés tanto de la población civil como de la rama gubernamental por todo los problemas que de el se ramifican. Resulta muy complicado acercarnos a esta problemática, ya que para conocer mas al respecto tendríamos que estudiar otros conceptos como el analfabetismo, las estructuras políticas y sociales y la historia de México desde la época de la colonización para poder comprender el porqué nunca le ha convenido a la autoridad, mantener al pueblo desinformado y oprimido.

Para este estudio escogí al INFONAVIT, institución que en parte perteneció al gobierno de México desde su fundacion en 1972, pero que en los últimos años se ha dedicado a ofrecer al mejor postor los contratos de construcción de los diversos conjuntos habitacionales.

Este trabajo comenzó en el año 2005 como una crítica al sistema INFONAVIT, pero en ese entonces el tema de investigación era el endeudamiento del trabajador mexicano por culpa del crédito INFONAVIT.

Como resultado de la investigación concluí, después de haber hecho entrevistas con varios funcionarios del INFONAVIT en Puebla, entre ellos el sub-delegado, que el principal problema al que se enfrentaban ambas partes (INFONAVIT y trabajador) era el de la desinformación.

Por un lado el INFONAVIT no estaba mandando la información a su mercado meta por los canales adecuados, y por el otro el trabajador o acreditado no estaba recibiendo la información suficiente como para tomar las decisiones correctas.
Como respuesta a esto, decidí hacer una investigación meramente sobre la desinformación que tiene el trabajador sobre el INFONAVIT y las repercusiones que esto podría tener.

Honestamente considero que el INFONAVIT puede ser una fuente viable crediticia para la obtención de una vivienda sobre todo en personas de escasos recursos. El problema entra desde el momento en que no es la única opción y no asesoran a la gente que podría tener otras posibilidades, para mejorar su calidad de vida. El INFONAVIT se convirtió en una empresa privada desde el minuto en que se dejaron de preocupar por hacer lo correcto y se centraron en vender, vender y vender. Existen muchas otras fuentes crediticias a las que muchas personas podrían acceder y comprar una casa digna de llamarse hogar. El problema se convierte en un gran problema porque las casas están completamente sobre valuadas y aunque las mensualidades sean menores que en un crédito bancario común, terminan pagando por una casa cerca del triple del valor real.

Esto debido a las anualidades otorgadas en el crédito, casi 40 años de mensualidades, mientras que la oferta de la banca privada es a menor tiempo y mensualidades más altas. Esto comento el señor Ignacio Hernández comento " una amiga que hizo su servicio social en el INFONAVIT, me comento que tienen convenio con las constructoras, y a las constructoras las casas les salen como en 30 mil pesos, y al beneficiario "supuestamente" se las venden en 300 mil, o sea que si es un negocio muy redondo para unos".

Esto es lo que el trabajador no conoce y debería de conocer. Nadie conoce que existe un reglamento en los conjuntos habitacionales en los que por ley tienen que poner ciertos metros de la obra como área verde, cosa que también el INFONAVIT o sus conjuntos habitacionales opta desconocer.

Por esto y muchos otros motivos decidí hacer una investigación sobre el sistema informativo del INFONAVIT y como estos a través de los distintos medios masivos llegan o dejan de hacerlo a su mercado meta.

Es importante destacar que considero que aunque los medios sean buenos conductores de información, esto no sirve si el mensaje no es comprendido de la misma forma que es codificado. También hay que saber seleccionar el medio y adecuar el mensaje para ese mercado meta, por lo que considero que el Internet, en este caso se esta desperdiciando.

El interés personal en este trabajo era conocer si existía, y a qué grado un problema de información entre las partes relacionadas, y como resultado concluí que existe una gran diferencia entre lo que el INFONAVIT quiere informar, y el conocimiento del cliente respecto a la institución. No estoy convencido de que los representantes de esta organización vayan a adecuar o modificar la trasmisión de los mensajes. Este trabajo no era para posteriormente realizar una campaña de medios u otorgar sugerencias publicitarias o informativas al INFONAVIT.

Esto se hizo para concienciar a la gente de que existe un problema de desinformación en este país muy grande y que lejos de estar ayudando, instituciones como esta están lucrando con ello y depende de cada uno interesarse y preguntar. Por que si no sale de nosotros la iniciativa por estar metidos en todos los rubros de nuestras vidas, seguramente no saldrá de una organización que "construye casa por 30 mil pesos y las vende en 300 mil" (Ignacio Hernández, 2007. Entrevista a Profundidad)

Necesitamos abrir los ojos a los problemas reales del país. La desinformación es algo que aqueja al ser humano. Muchas personas abusan de que el conocimiento es poder y la falta del mismo, es debilidad. Hay que preguntar, hay que informarnos, hay que estar seguros de que la decisión que tomemos nos afecte de manera positiva, y no sea sólo por que es la única opción que tenemos. Y para los que sabemos, necesitamos ayudar. Si no somos parte de la solución, somos parte del problema.