

A

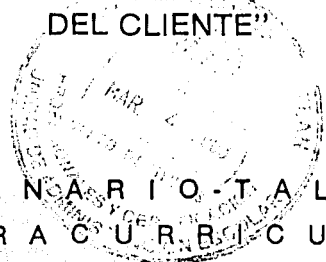
20929  
SS



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES "ACATLAN"

## "OPINION PUBLICA: CALIDAD EN LA VOZ DEL CLIENTE"



S E M I N A R I O - T A L L E R  
E X T R A C U R R I C U L A R  
Q U E P A R A O B T E N E R E L T I T U L O D E  
L I C E N C I A D O E N P E R I O D I S M O Y  
C O M U N I C A C I O N C O L E C T I V A  
P R E S E N T A :  
M O N I C A M A D R I G A L E S P I N O S A

ASESORA: LIC. LAURA GONZALEZ MORALES



FEBRERO 2003

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

# **PAGINACION DISCONTINUA**

## AGRADECIMIENTOS

**A tí Señor:**

**Que me permitiste tener la fuerza física, mental y moral para poder llegar a la culminación de esta primera etapa profesional.**

**A mis padres:**

**Que me dieron la vida, por guiarme y enseñarme a aunar los esfuerzos para el cumplimiento de mi bien personal y común dentro de los valores.**

**A mis seres queridos:**

**Que me acompañan y apoyan, por escucharme y darme siempre su ayuda incondicional, por su comprensión y paciencia.**

**A mis profesores, compañeros y amigos:**

**Por sus consejos y entusiasmo durante el desarrollo de este trabajo.**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

## ÍNDICE

	PÁG
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPÍTULO 1.- MARCO TEÓRICO</b>	1
<b>1.1 TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS</b>	1
1.1.1 Concepto de Sistema	2
1.1.2 El Sistema como Método de Análisis	3
1.1.3 Componentes de un Sistema	3
1.1.3.1 Selección de los Elementos de un Sistema	3
1.1.3.2 Distinción de los Elementos de un Sistema	5
1.1.3.3 Relación de los Elementos de un Sistema	7
1.1.4 Modelo de la Cebolla	10
<b>1.2 EL SISTEMA DE LA COMUNICACIÓN</b>	12
1.2.1 Esquema del Modelo de la Comunicación	13
1.2.2 Actores	13
1.2.3 Instrumentos	14
1.2.4 Expresiones	14
1.2.5 Representaciones	15
<b>1.3 EL SISTEMA DE OPINIÓN PÚBLICA</b>	16
1.3.1 Componentes del Sistema Opinión Pública	17
1.3.2 Identificación y Relación entre los Elementos del Sistema de Opinión Pública	18
1.3.3 Las Temáticas de lo Público	18
1.3.4 Identificación y Relación entre los Elementos del Sistema de Opinión Pública en el Referente a Estudiar	19

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

<b>1.4</b>	<b>LA NATURALEZA COMUNICATIVA DE LA OPINIÓN PÚBLICA</b>	<b>20</b>
<b>1.5</b>	<b>HISTORIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA</b>	<b>21</b>
1.5.1	La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva	21
	1.5.1.1 Modelo de la Cebolla Comunidad Primitiva	26
1.5.2	La Opinión Pública en el Periodo Egipcio	27
	1.5.2.1 Modelo de la Cebolla Período Egipcio	31
1.5.3	La Opinión Pública en el Periodo Greco Romano	32
	1.5.3.1 Modelo de la Cebolla Período Grecia Roma	35
1.5.4	La Opinión Pública en el Periodo Medieval	35
	1.5.4.1 Modelo de la Cebolla en el Período Medieval	38
1.5.5	La Opinión Pública en el Periodo Ilustración – Capitalismo	39
	1.5.5.1 Modelo de la Cebolla en el Período Ilustración- Capitalismo	47
<b>1.6</b>	<b>APORTES DE LA INVESTIGACIÓN NORTEAMERICANA A LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA</b>	<b>53</b>
1.6.1	Características Científicas de la Investigación por Encuestas	57
<b>1.7</b>	<b>LA ÉTICA EN LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA</b>	<b>59</b>
1.7.1	Código de Ética	59
<b>CAPÍTULO 2.- MARCO CONTEXTUAL</b>		<b>68</b>
<b>2.1</b>	<b>UBICACIÓN HISTÓRICA DE BBVA BANCOMER</b>	<b>68</b>
2.1.1	Expropiación de la Banca	70
2.1.2	Reprivatización de la Banca	71

<b>2.2</b>	<b>ORIGEN, DESARROLLO Y SITUACIÓN DE BANCOMER ANTES DE SU FUSIÓN CON BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA</b>	<b>72</b>
<b>2.3</b>	<b>ORGANIZACIÓN DE BANCOMER</b>	<b>76</b>
2.3.1	Segmentación de Mercados	77
	2.3.1.1 Áreas de Soporte	79
	2.3.1.2 Socios Estratégicos	80
2.3.2	Objetivo, Misión e Ideario de Bancomer	81
2.3.3	La Bandera Bancomer	85
2.3.4	Calidad y Servicio en Bancomer	86
2.3.5	Compromiso	87
2.3.6	Productos y Servicios	89
2.3.7	Calidad Distintiva	92
<b>2.4</b>	<b>SITUACIÓN ACTUAL DE BANCOMER-BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA DESPUÉS DE LA FUSIÓN</b>	<b>93</b>
2.4.1	Etapas de la Fusión	94
2.4.2	Estructura y Situación Actual de BBVA Bancomer	95
2.4.3	Origen, Desarrollo y Situación Actual de la Sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129	97
<b>2.5</b>	<b>ORGANIZACIÓN DE BBVA BANCOMER</b>	<b>100</b>
2.5.1	Organigrama de BBVA Bancomer	100
	2.5.1.1 Objetivos, Misión y Valores de BBVA	101
	2.5.1.2 Cambio de Imagen	102
	2.5.1.3 Estrategias	102
	2.5.1.4 Nuevas Alianzas Estratégicas	104



2.5.2	Organización de la Sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129	105
2.5.2.1	Organigrama	105
2.5.2.2	Funciones	106
2.5.2.3	Objetivos, Misión y Visión	108
<b>2.6</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL UNIVERSO A ESTUDIAR</b>	<b>108</b>
2.6.1	Universo	108
2.6.2	Problemática del Universo a Estudiar	109
<b>2.7</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TEMÁTICA A TRATAR</b>	<b>110</b>
2.7.1	Políticas de Calidad del Grupo Financiero Bancomer: Objetivo, Misión y Funciones	111
2.7.2	Modelo de Calidad ISO 9000	113
2.7.3	El Benchmarking como Estrategia de Mejora en el Grupo Financiero BBVA Bancomer	118
2.7.4	Actividades y Funciones del Área de Calidad	119
2.7.5	El Cliente y el Momento de Verdad	120
<b>CAPÍTULO 3 .- METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO</b>		<b>122</b>
3.1	RELACIONES ENTRE LA TABLA CONCEPTUAL Y LA TABLA DE ESPECIFICACIONES	122
3.2	CONSIDERACIONES DEL MARCO CONTEXTUAL Y SU RELACIÓN CON LA TABLA DE ESPECIFICACIONES	126
3.3	HIPÓTESIS DE TRABAJO	129
3.4	VARIABLES	132
3.5	TABLA DE ESPECIFICACIONES	134
3.6	ARBOREACIÓN	147



3.7	LISTA DE EQUIVALENCIAS	149
3.8	CUESTIONARIO PILOTO	151
3.9	PROCEDIMIENTO DE LEVANTAMIENTO DE DATOS DEL CUESTIONARIO Y CORRECCIONES	159
3.10	CUESTIONARIO FINAL	165
 CAPÍTULO 4 .- LEVANTAMIENTO DE DATOS		173
4.1	CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN	173
4.2	TIPO DE LEVANTAMIENTO: CENSO	175
4.3	CRITERIOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	176
4.4	REPORTE DEL LEVANTAMIENTO DE DATOS	177
4.4.1	Consideraciones Generales	178
4.4.2	Costos Generados durante el Levantamiento	179
4.4.3	Lista de Equivalencias entre la Unidad Muestral y Número de Cuestionarios	180
4.5	ANÁLISIS DE RESULTADOS	182
4.5.1	Resultados Generales de la Encuesta por Indicador	182
4.5.2	Resultados Específicos de la Encuesta	191
4.5.3	Promedio de Opinión por Categoría	191
4.5.4	Resultados Finales	192
 CONCLUSIONES		195
BIBLIOGRAFÍA		205
ANEXOS (CD)		
ANEXO 1	Tabla Dinámica General	
ANEXO 2	Tablas Dinámicas de Resultados Específicos	
ANEXO 3	Descripción de Resultados Específicos	
ANEXO 4	Promedio por Categoría	

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

## INTRODUCCIÓN

El concepto de Calidad en el servicio es un tema que ocupa actualmente a las empresas. Ahora no sólo deben identificar necesidades de un mercado con productos y servicios idóneos y costos adecuados, sino que también deben garantizar la satisfacción del mismo y lograr que esta característica se considere como una ventaja competitiva.

Estos sistemas de Calidad se encuentran en constantes cambios y actualizaciones, no solamente se basan en estándares del país al que pertenece, sino que, miden la Calidad de una empresa desde un punto internacional y general para todos.

El presente trabajo abordará el caso de la Calidad en el servicio, específicamente el caso BBVA Bancomer, S. A. que durante muchos años encabezó la lista de instituciones bancarias en el país. Fue un banco creado por mexicanos y por la situación que enfrentó a principios del tercer trimestre del 2000, Grupo Financiero Bancomer se vio obligado a aceptar una compleja fusión con uno de los bancos más grandes de Latinoamérica, el Banco Bilbao Vizcaya de origen español.

Los recursos que se manejan no son del banco, pertenecen a millones de ahorradores que no sólo depositan sus recursos económicos, sino también su confianza en la institución para custodiar su patrimonio, así que la responsabilidad más importante de los bancos es la salvaguarda de los recursos y esa preferencia se logra gracias a la constancia en la Calidad y servicio de los productos.

Hoy en día las empresas líderes se distinguen por estar a la cabeza de sus sector, por resistir la feroz competencia, el diseño de productos novedosos, por operar de forma eficiente y sobre todo por satisfacer de la mejor manera

las necesidades de los clientes. Un banco es una Institución financiera diferente a cualquier otra organización, por ser actores relevantes en todas las actividades económicas y tiene además relación constante con todos los sectores de la población y como tal se rige por rigurosos estándares de Calidad.

De alguna forma el obtener esta información puede repercutir en logros profesionales y personales en cuanto al avance en las metas fijadas por la Institución de la cual soy integrante activo pero solamente al influir en el equipo se conseguirá que este estudio tenga un efecto real en el grupo social afectado.

Este estudio busca aportar, no solamente datos, sino a través de su análisis, detectar áreas de oportunidad para lograr que las estrategias utilizadas actualmente en el concepto de Calidad en el servicio sean realmente efectivas.

El referente de estudio es la Calidad en el servicio, que en realidad se integra por varios servicios o productos empresariales que son lo que se ofrecen al grupo social elegido. Los servicios se generan a través del contacto personal entre banco y cliente a diferencia de otras industrias que venden productos tangibles. La Banca Comercial Empresarial busca satisfacer las necesidades de captación, crédito y productos especializados para las empresas medianas y grandes en todos los sectores de la industria, manufactura y servicios.

El nivel de servicio que se ofrece actualmente en la sucursal puede dejar clientes conformes pero el sistema de Calidad de toda empresa es su filosofía, que orienta los esfuerzos de todos sus integrantes, para mejorar en forma continua los procesos de trabajo, garantizando que los productos y servicios que provee excedan las expectativas del cliente.



Socialmente este estudio de Opinión Pública puede contribuir al conocer el concepto de sistemas de Calidad de servicio en las empresas y saber como esa filosofía busca orientar el esfuerzo de todos sus integrantes para mejorar continuamente los procesos de trabajo y así garantizar que los productos y servicios que se ofrecen no sólo dejen un cliente conforme sino siempre exceder sus expectativas, además de analizar como el concepto de Calidad en los servicios afecta al grupo social de nuestro estudio.

Conocer el nivel socioeconómico que predomina en nuestro grupo de estudio nos dará una idea de cómo esta variable incide en sus expresiones y podremos detectar si las estrategias aplicadas actualmente hacen eficientes los procesos que aplican en la atención y asesoría de los clientes, lo que influirá positivamente a la empresa y clientes.

El objetivo general se plantea entonces con el propósito de conocer la opinión pública de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de la sucursal BBV A Bancomer Vallejo Poniente 4129 respecto a la Calidad en el servicio.

La perspectiva desde la cual se abordará este estudio será el enfoque de la Opinión Pública y su naturaleza comunicativa, que se traduce en las expresiones de los individuos del grupo social que tienen un referente público, entendiéndose como referente público a todos aquellos asuntos que interesan y/o afectan al grupo social, a diferencia de "el público" que es el grupo social en sí mismo.

La Opinión Pública se estudiará como un subsistema del sistema comunicativo y La Teoría de Sistemas como método de estudio será fundamental ya que nos permitirá el conocimiento de los componentes que integran nuestro tema de interés, ya sea de forma obligatoria u optativa, lo que lo convierte en un sistema, y sus diferenciaciones estructurales o

funcionales y de las dependencias solidarias, causales o específicas que les relacionan, esto permite saber cómo es este sistema y cómo funciona.

La Opinión Pública se encuentra dentro del sistema de la comunicación y como tal es útil al proporcionar datos que aunque cuantitativos pueden ser analizados para interpretar las necesidades de nuestro grupo social y de alguna manera atender esas áreas de oportunidad, esto puede repercutir en propuestas para la reorganización, actualización y mejora de algunos departamentos de la institución prestadora de servicios y cambiar si es necesario en forma progresiva el concepto del grupo social afectado.

Se eligió este grupo social ya que pertenece a una de las sucursales más grandes de la región Metropolitana y es en este tipo de sucursales en donde se presentan mayor número de quejas por parte de los clientes en cuanto a rapidez, eficiencia y Calidad en el servicio, tanto en operaciones en caja, como atención por parte de los ejecutivos.

Es interesante el estudio de este grupo en cuanto a los niveles de servicio que actualmente recibe por ser un sector importante para la institución en cuanto a captación de recursos financieros y venta de productos.

La problemática se presenta al tener falta de información acerca de las empresas existentes así como la Calidad en el servicio, que brinda actualmente la Sucursal Vallejo Poniente 4129, la cual se encuentra en una zona que se caracteriza por la actividad industrial y en menor escala comercial, por lo que su rentabilidad y razón de existir dependen en gran parte de las necesidades y preferencia del grupo social en estudio.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Ante la situación expuesta llegamos pues al planteamiento general:

¿Cuál es la Opinión Pública de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de la Sucursal Vallejo Poniente 4129 respecto a la Calidad en el servicio?

Al respecto se plantean dos tipos de hipótesis: de carácter general y de carácter alternativo:

La hipótesis general de carácter nulo se aplica en temas con tratamiento estadístico como la presente investigación y es la siguiente:

- No se sabe cuál es la Opinión Pública de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de BBV A Bancomer Sucursal Vallejo Poniente 4129, respecto a la Calidad en el servicio.

Se desprenden entonces Hipótesis Alternativas donde el conocimiento y la opinión dependen de las características sociodemográficas del grupo social.

En este caso el conocimiento de los apoderados de las empresas de banca comercial de la sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129 respecto a la Calidad en el servicio. Y como Variables Independientes: Sexo, Posición familiar, Edad, Puesto y área de trabajo, estado civil y Escolaridad.

Este trabajo de Opinión Pública está conformado por 4 capítulos

**Capítulo 1.** Se presenta La Teoría General de Sistemas como método de análisis para el estudio de la Opinión Pública desde su naturaleza comunicativa retomando los aspectos más importantes y elementos de la propuesta del Modelo Dialéctico.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

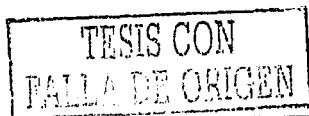
Las expresiones son el elemento que justifican el análisis de la Opinión Pública dentro del sistema comunicativo ya que por medio de éstas es posible identificar el consenso o disenso de los asuntos de interés público, estableciendo además relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas. Aunque la opinión pública ha sido abordada por varias disciplinas y desde varios períodos históricos es la primera vez que se ha estudiado desde su origen propiamente comunicativo. En el presente estudio se harán diversos planteamientos con el objetivo de demostrar que la opinión pública es un fenómeno comunicativo.

**Capítulo 2.** Se da un panorama histórico de Bancomer, su origen, desarrollo y situación antes y después de su fusión con el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, para obtener una visión general más amplia de la Institución y tratar de entender como estos cambios han incidido en la opinión de los clientes en el concepto de Calidad en el Servicio.

Se exponen objetivos, misión, idearios, y compromiso con el cliente, que es la principal razón de existir de toda empresa. Se detallan también algunos productos y servicios divididos en categorías para explicarlos de manera clara y concreta.

Se mencionan además algunas definiciones básicas sobre la Banca y sus funciones para entender mejor las relaciones del sector bancario y las fusiones que se suscitaron a lo largo de la historia de México.

Los sistemas de calidad enfocados a la satisfacción del cliente son parte medular del presente estudio, se presentan modelos bajo la norma ISO 9000 y la herramienta del Benchmarking como estrategias para agregar valor a la organización y sus clientes.



**Capítulo 3.** Se aborda la metodología para el diseño y elaboración del instrumento a utilizar en el estudio de Opinión Pública.

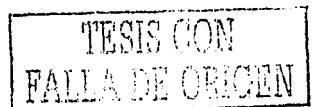
Para los fines que persigue esta investigación, el método a emplear será cuantitativo y los criterios desde los cuales se validará la elección del método serán:

- Tabla de especificaciones
- Planificación y elaboración del instrumento.
- Diagrama de flujo
- Arboreación
- Tabla de equivalencias
- Cuestionario Previo.
- Prueba Piloto.
- Cuestionario Final.

**Capítulo 4.** Este capítulo se ocupa de describir el levantamiento de datos mediante el instrumento cuestionario elaborado en el capítulo tres y se definen conceptos tales como universo o población, sus características y se establecerá el censo como tipo de levantamiento para llevar a cabo la investigación

Al final de este apartado se realiza el análisis de la información de la encuesta mediante los siguientes pasos: Porcentajes generales por reactivo, porcentajes específicos por variable y promedio de opinión por categoría según cada una de las variables y se informará de los resultados generales y conclusiones de esta investigación de Opinión Pública.

Actualmente se considera que la calidad es una ventaja competitiva y el servicio al cliente es una actividad por demás difícil ya que las personalidades de cada consumidor y empleado son diversas, superar estos





aspectos dependen la mayoría de las veces de habilidades en relaciones públicas además de la correcta toma de decisiones.

Este trabajo puede dar un panorama global acerca de cómo concibe el cliente a la empresa y así orientar los esfuerzos de la organización en áreas de oportunidad. La calidad en el servicio aunado a las herramientas tecnológicas y de mercadotecnia sin duda no solo da como resultado clientes satisfechos y fieles sino que puede ayudar al logro de los objetivos de la empresa.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1 TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS

La presente investigación partirá de la perspectiva de la Teoría General de Sistemas como método de análisis para el estudio de la Opinión Pública desde su naturaleza comunicativa. Se retomarán los aspectos más importantes y ejemplos de la propuesta del Modelo Dialéctico de la Comunicación, expuestos en el texto recopilación de varios estudiosos de la "Escuela de Madrid", encabezados por Manuel Martín Serrano: Teoría de la Comunicación, I. Epistemología y análisis de la referencia.

La Opinión Pública puede ser estudiada por medio de la Teoría de sistemas y puede explicarse como un subsistema del sistema comunicativo en donde se distinguen relaciones que se generan de los fenómenos comunicativos y los objetos de referencia de los que se ocupa la comunicación y el estudio específico de los componentes de la comunicación y sus relaciones.

"El Modelo Dialéctico de la Comunicación permite establecer relaciones entre la Opinión Pública y el Sistema Comunicativo. La opinión pública como subsistema cumple con los requerimientos de identificación, relación y selección de sus componentes y comparte con el sistema comunicativo sobre todo elementos estructurales: Actores, Instrumentos, EXPRESIONES y Representaciones." <sup>1</sup>

"Las expresiones son el elemento que justifican el análisis de la Opinión Pública dentro del sistema comunicativo ya que por medio de éstas es posible llevar a

---

<sup>1</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis para Maestría en Comunicación. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002.



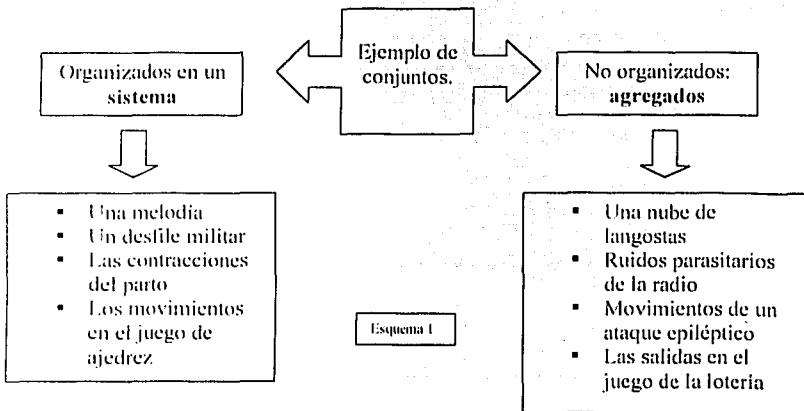
cabo el consenso o disenso de los asuntos de interés público, estableciendo además relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas."<sup>2</sup>

Según la Teoría General de Sistemas cuando existen elementos organizados los cuales se relacionan entre sí, se seleccionan y se distinguen, se trata de una entidad real reconocida como sistema y al mismo tiempo el concepto de sistema puede utilizarse como método de análisis.

### 1.1.1 Concepto de Sistemas

El sistema se puede percibir como una entidad real, explicada como un conjunto de elementos organizados. A diferencia de los sistemas, existen también los agregados, que aunque son conjuntos, carecen de organización alguna.<sup>3</sup>

(ver esquema 1)



<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Martín Serrano Manuel, *Teoría de la Comunicación, I. Epistemología y Análisis de la Referencia*, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1995, p. 94

---

### 1.1.2 El Sistema como Método de Análisis

Según la Teoría General de Sistemas cuando existen elementos organizados se trata de una entidad real reconocida como sistema y al mismo tiempo el concepto de sistema puede utilizarse como método de análisis el cual propone además explicar la organización de los componentes, los cuales deberán cumplir con las siguientes características para ser considerados como parte del sistema:

- 1) Han sido seleccionados;
- 2) Se distinguen entre sí;
- 3) Se relacionan entre sí.<sup>4</sup>

### 1.1.3 Componentes de un Sistema

#### 1.1.3.1 Selección de los Elementos de un Sistema

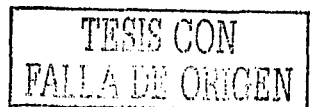
“Un componente pertenece a un sistema dado, cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema. Tal relación entre el componente y el sistema se expresara diciendo que el primero está implicado en el funcionamiento y / o en la reproducción del segundo.

La implicación del elemento en el sistema puede ser:

**Obligatoria:** Cuando la desaparición de ese elemento tiene como consecuencia la desaparición del sistema, su transformación en otro diferente o su incapacidad para funcionar como tal sistema.

---

<sup>4</sup> Ibid. p. 96



**Optativa:** Cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer o reproducirse sin transformarse en otro sistema, sustituyendo ese componente por otro".<sup>5</sup>

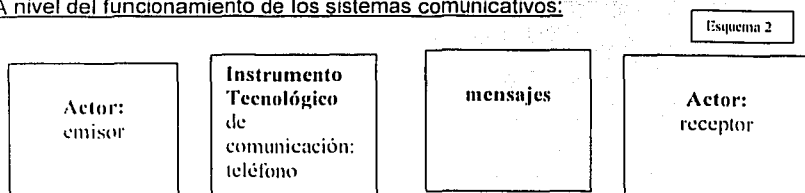
La medida en que cada sistema selecciona componentes obligatorios y optativos indica la flexibilidad que posee la organización del sistema, si todos los componentes son obligatorios, se trata de un sistema rígido y si todos fueran optativos sería un sistema totalmente flexible.<sup>6</sup>

También existen los elementos incorporados, los cuales aparecen frecuentemente en el sistema pero no están implicados en él. Los elementos incorporados requieren del sistema pero el sistema puede eliminarlos sin sufrir alteración.<sup>7</sup>

El ejemplo del funcionamiento del sistema comunicativo permite observar la clasificación de las implicaciones del componente "Instrumento tecnológico de comunicación: teléfono".

(ver esquema 2)

#### A nivel del funcionamiento de los sistemas comunicativos:



- Si se tratara de una conversación cara a cara entre emisor y receptor, en la que se utilizan instrumentos biológicos como la voz o el gesto, se excluye el uso de instrumentos tecnológicos por lo tanto,

<sup>5</sup> Ibid. p. 94

<sup>6</sup> Gallo Romo Olga. Material proporcionado en el Módulo I del Seminario Taller Extracurricular "La Opinión Pública" UNAM. FENEP. Acatlán. 23 marzo. 02

<sup>7</sup> Ibid.

- el teléfono se convierte en un elemento no implicado, es decir incorporado.
- Si la comunicación se basara en el lenguaje natural como el hablado o escrito, el empleo del teléfono sería optativo con el del telégrafo, la carta, etc.
- Si la conversación entre emisor y receptor es a distancia se requiere de instrumentos tecnológicos capaces de transmitir la palabra en ambos sentidos, por lo tanto, el teléfono o cualquiera de sus perfeccionamientos resultaría un componente obligatorio.<sup>8</sup>

### 1.1.3.2 Distinción de los Elementos de un Sistema

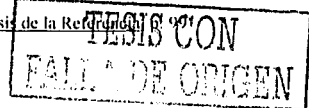
La distinción entre los componentes de un sistema se da por las diferencias o comportamientos entre ellos y se pueden clasificar como estructurales si el elemento ocupa un lugar específico para que el sistema se conserve en mismo estado y ese lugar no puede ser ocupado por otro elemento(s).<sup>9</sup>

- En una melodía las notas deben de sucederse en un orden temporal determinado para que aquella sea identificable.
- En una máquina de escribir las letras del teclado deben de ocupar una posición espacial concreta, para que la mecanografía pueda aprenderse y practicarse según un modelo universal.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Martín Serrano Manuel, *Teoría de la Comunicación, I. Epistemología y Análisis de la Referencia*, p. 98

<sup>9</sup> Gallo Romo Olga, Material proporcionado en el Módulo 1, Seminario Taller Extracurricular "La Opinión Pública" UNAM, ENEF, Acatlán, 23 marzo, 2002.

<sup>10</sup> Martín Serrano Manuel, *Teoría de la Comunicación, I. Epistemología y Análisis de la Referencia*, p. 98



---

Si el elemento ocupa un lugar específico para que el sistema asuma una función dentro de un estado, esa función no podrá ser asumida por otro elemento y ese comportamiento se clasifica como funcional:

- En el juego de ajedrez las distintas piezas están funcionalmente diferenciadas por los movimientos que tienen asignados.

Los elementos de un sistema pueden ser de naturaleza distinta pero no es condición para diferenciarlos, podemos hablar de elementos de naturaleza técnica, elementos seres humanos o de naturaleza axiológica como normas o reglas que regulan algún proceso en la organización y el tamaño del sistema dependerá del número de componentes, el cual se define por el repertorio de elementos diferenciados y no por el número total de elementos:

- Si se ejemplifica por medio de la comunicación de masas, el componente "receptor" puede estar constituido por millones de elementos (personas que forman parte de la audiencia); sin embargo, en tanto que el análisis se ocupe de su posición en el sistema comunicativo, o de su función, todos los elementos de la audiencia quedan asignados a un único componente.
- En sentido inverso, elementos idénticos pueden constituir componentes diferenciados cuando tienen asignada una función o posición específica en el sistema. Así, en el ajedrez cada peón es un componente, porque ocupa una posición precisa para que el juego pueda funcionar.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**1.1.3.3 Relación de los Elementos de un Sistema**

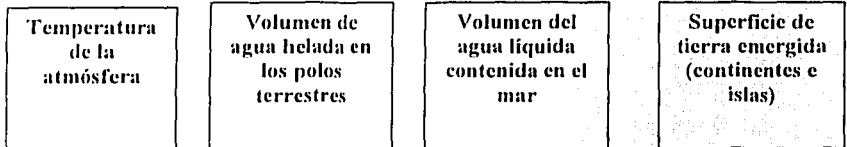
Un componente pertenece a un sistema dado cuando las relaciones que establece con otro u otros componentes del sistema sin ser necesarias para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema. Estas relaciones se expresan como dependencias, indicando con ello que el estado de cada componente del sistema se ve afectado por otro u otros componentes y viceversa. Las dependencias que pueden existir entre los componentes pueden ser:<sup>11</sup>

- **Solidarias.** (Interdependencia a ↔ b). Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes y viceversa.<sup>12</sup>

(ver esquema 3)

Ejemplo a nivel de funcionamiento de sistema físico:<sup>13</sup>

Esquema 3



Un cambio en el volumen de agua helada es solidario del cambio en el volumen de agua líquida y viceversa.

<sup>11</sup> Martín Serrano Manuel, Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y Análisis de la Referencia, p. 101

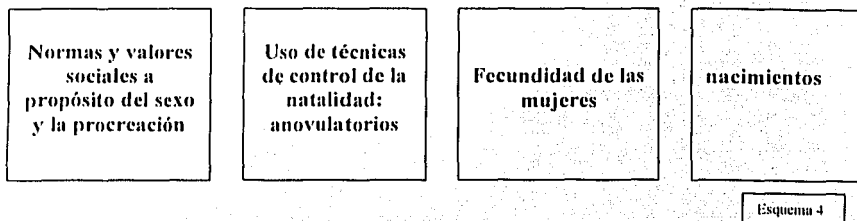
<sup>12</sup> Ibid. p. 101

<sup>13</sup> Ibid. p. 101



- **Causales.** (Determinación a ← b). Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes, pero no a la inversa. (ver esquema 4)

Ejemplo a nivel de funcionamiento de sistema demográfico:<sup>14</sup>

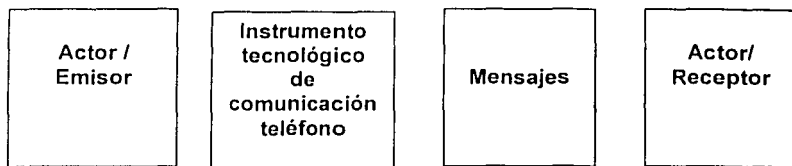


Un cambio en la fecundidad de las mujeres es causa de un cambio en los nacimientos, pero no a la inversa.

- **Específicas** ( covariación, asociación, correlación a)( b). Cuando el cambio del componente significa que algunas veces cambian otro u otros componentes, pero no necesariamente, y viceversa.<sup>15</sup>(ver esquema 5)

Ejemplo a nivel de funcionamiento de los sistema comunicativos:

Esquema 5



<sup>14</sup> Martín Serrano Manuel, *Teoría de la Comunicación, I. Epistemología y Análisis de la Referencia*, p. 101

<sup>15</sup> *Ibid* p. 101

---

Un cambio en el tipo de emisores puede suponer, aunque no siempre, un cambio de instrumentos de comunicación y / o de mensajes y / o de receptores.

La dependencia entre los componentes de un sistema no significa necesariamente que cada elemento tenga que mantener relaciones directas de afectación con todos y cada uno de los demás.

Para que un componente pertenezca a un sistema, es suficiente con que mantenga al menos una relación directa con otro componente. Respecto a los demás podrá establecer una afectación indirecta.

Retomando el ejemplo del funcionamiento de un sistema físico, un cambio en el clima, como puede ser un buen año de lluvia, sólo afecta directamente a la disponibilidad de pasto. Aunque no afecta directamente al número de animales depredadores, lo indirectamente, a través del cambio previo de otros

componentes: (humedad  $\leftarrow$  disponibilidad de pasto  $\longleftrightarrow$  número de herbívoros, presas  $\longleftrightarrow$  número de depredadores).<sup>16</sup>

"De acuerdo a la teoría general de sistemas la comunicación humana es considerada para su estudio como un sistema, abierto y por lo mismo interactuante y multifacético. Su organización y funcionamiento se puede modificar o afectar en todo momento por la intervención humana lo cual le caracteriza como sistema finalizado".<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Ibid. p. 101

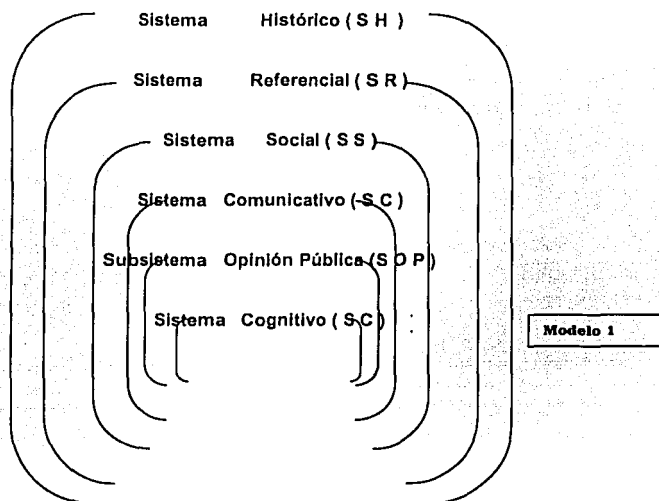
<sup>17</sup> Gallo Romo Olga, Material proporcionado en el Módulo I del Seminario Taller Extracurricular "La Opinión Pública" UNAM. ENEP. Acatlán, 23 marzo, 2002.

---

#### 1.1.4 Modelo de la Cebolla

El análisis sistémico propone identificar y explicar a los componentes de un conjunto organizado, y permite la selección, distinción y la forma en que se relacionan estos elementos. Para dar coherencia a varios sistemas abiertos, interactuantes y multiafectados se clasifican dentro del Modelo de la Cebolla, lo cual hace posible ubicar a la Opinión Pública entre el sistema comunicativo y el sistema cognitivo, como si fueran capas superpuestas. La opinión pública se abordará como un sistema cerrado únicamente como objeto de estudio. (ver modelo 1)

### Modelo de la Cebolla



- El Sistema Histórico se refiere al espacio y al tiempo en el que se lleva a cabo el proceso comunicativo, además de dotar de referentes a los participantes en tal proceso, el momento es el presente pues no es posible entablar comunicación con alguien que ya murió.
- El Sistema Referencial encierra todo lo que se nombra, todo lo que los individuos comunican.
- En el Sistema Social el individuo se relaciona con otros sujetos, a través del sistema comunicativo por medio del lenguaje que también es un sistema.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- El Sistema Comunicativo media al sistema cognitivo y al sistema social, ya que por medio del lenguaje el individuo expresa a sus semejantes lo que piensa.
- El Sistema Cognitivo, es el mundo interno donde se encuentran las instancias psíquicas que son: El Yo, parte inconciente del individuo; el Ello, instancia ubicada en el placer; el Super Yo, se encuentra el deber ser y se introyectan las normas sociales.<sup>18</sup>

## 1.2 EL SISTEMA DE LA COMUNICACIÓN

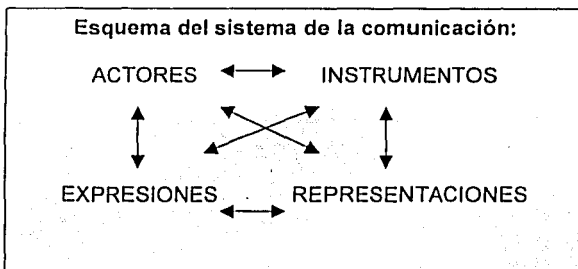
El sistema de la comunicación presupone la participación de más de un componente, siendo el repertorio mínimo de componentes a existir en cualquier práctica comunicativa los siguientes:<sup>19</sup> (ver modelo 2)

- Dos actores.
- Una sustancia expresiva.
- Un instrumento biológico o tecnológico de modificación de la sustancia expresiva.
- Un instrumento biológico o tecnológico de captación de señales.
- Una representación.

<sup>18</sup> Gallo Romo Olga. Material proporcionado en el Módulo I del Seminario Taller Extracurricular "La Opinión Pública", UNAM. ENEP, Acatlán, 23 marzo, 2002.

<sup>19</sup> Martín Serrano Manuel. *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y Análisis de la Referencia*, p. 108

### 1.2.1 Esquema del Modelo de la Comunicación.



Modelo 2

### 1.2.2 Actores

Los actores se consideran como tales sólo si están directamente implicados en el proceso de la producción, consumo o distribución de comunicación.

El proceso comunicativo requiere de la intervención de actores los cuales pueden ser: a) Las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones que entran en comunicación con otros actores; y b) Las personas físicas por cuya mediación técnica los actores pueden comunicarse con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya, incluya o modifique a los datos de referencia proporcionados a los otros actores.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Gallo Romo Olga. Material proporcionado en el Módulo I del Seminario Taller Extracurricular "La Opinión Pública" UNAM, ENEP, Acatlán, 23 marzo, 2002.

---

### 1.2.3 Instrumentos

El proceso comunicativo se ve afectado por la presencia de instrumentos, que se integran por todos los aparatos biológicos o tecnológicos que pueden acoplarse a otros similares para obtener producción, intercambio o recepción de señales.<sup>21</sup>

#### **Biológicos:**

- La voz
- Oído
- Vista

#### **Traductores tecnológicos:**

- Cambian o traducen señales de un código energético a otro código. Ejemplo: satélites

#### **Amplificadores:**

- Cumplen su función sin modificar la naturaleza de la señal. Ejemplo: Teléfono.

### 1.2.4 Expresiones

Para definir este concepto se abordan los conceptos de sustancia expresiva y de expresión:

“Son sustancias: cualquier cosa de la naturaleza, cualquier objeto fabricado o cualquier organismo vivo. Son sustancias expresivas las materias informadas o, si se prefiere, cualquier entidad perceptible por algún sentido de Alter, sobre la cual Ego ha realizado un trabajo expresivo. Las sustancias expresivas cuando son

---

<sup>21</sup> Ibid.

---

energizadas poseen la capacidad de generar señales, es decir, de modular las energías que pueden afectar a los sentidos de algún ser vivo.

Una sustancia está informada cuando puede presentar diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados designan algo para alguien. Cada variedad o estado distinto es una expresión."<sup>22</sup>

### 1.2.5 Representaciones

"En el campo de la comunicación, la representación actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario. Es posible distinguir varios modelos:

- Modelos para la cognición
- Modelos que guían la acción
- Modelos para la intención

Es completamente cierto que no existe la posibilidad de comunicar si el trabajo expresivo de Ego y el trabajo perceptivo de Alter no están guiados por las representaciones. Incluso la comunicación se torna ineficaz cuando la representación que guía el trabajo expresivo de Ego no se corresponde con la que rige el trabajo perceptivo de Alter"<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> Martín Serrano Manuel, *Teoría de la Comunicación, I. Epistemología y Análisis de la Referencia*, p. 165

<sup>23</sup> *Ibid.*, p. 165



### 1.3. EL SISTEMA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

"El sistema Opinión Pública es observable a través de la expresión y permite el consenso o disenso de los asuntos de interés público.

La Opinión Pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión. Como subsistema del sistema comunicativo establece relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas y comparte con él a sus elementos estructurales (actores, instrumentos, expresiones y representaciones). (ver modelo 3)

La comunicación sirve para que el hombre exprese sus pensamientos y experiencias, con el fin de que sean escuchadas, conocidas y tal vez aceptadas; si el hombre no expresa sus opiniones, éstas no serán conocidas, es decir, una necesidad no expresada no puede obtener su satisfactor social.

Conclusión: Las expresiones emitidas por los miembros de un grupo social son lo que importa a la Opinión Pública".<sup>24</sup>

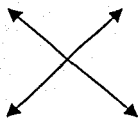
<sup>24</sup> Gallo Romo, Olga. Material proporcionado en el Módulo I del Seminario Taller Extracurricular "La Opinión Pública" México: UNAM, 23 de Marzo, 2002.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 1.3.1 Componentes del Sistema Opinión Pública

#### ACTORES

Grupo social en el cual están inmersos los actores del sistema.



#### INSTRUMENTOS

Instrumentos biológicos y / o tecnológicos mediante los cuales se expresa la opinión.



#### EXPRESIONES

Expresiones mediante las cuales se hará patente el consenso y disenso de los individuos que conforman el grupo social acerca del tema en debate.

#### REPRESENTACIONES

Representaciones que orientarán y definirán la opinión del grupo social, ello con base en en la experiencia, intereses y circunstancias del individuo con respecto a su grupo social.

Modelo 3

### 1.3.2 Identificación y Relación de los Elementos del Sistema Opinión Pública

No se niega la posibilidad de la interacción dinámica y dialéctica entre la historia, la cultura, la política, la economía, las necesidades con la opinión pública.

La opinión pública es un subsistema perteneciente al sistema comunicativo y como tal comparte a sus elementos estructurales (actores, instrumentos, expresiones y representaciones). (ver modelo 3)

En la actualidad no se discute que la opinión pública es un fenómeno humano, así ha sido estudiada, lo cual quiere decir que la opinión pública como fenómeno, se origina y realiza al interior de la vida social de los grupos humanos y de ésta manera tiene pertenencia en los grupos.

Habría que recordar que la naturaleza social es heredada a la humanidad, por lo que ésta surge con la capacidad para la comunicación, para la interrelación expresiva simbólica.

La comunicación es capaz de sustituir actos ejecutivos, con la finalidad de economizar energía y eficientar la vida humana.<sup>25</sup>

#### 1.3.3 Las Temáticas de lo Público son:

1. La sobrevivencia del grupo social.
2. La producción de bienes materiales e inmateriales
3. La conservación de la propiedad privada (territorios, medios de producción y mercancías o bienes).

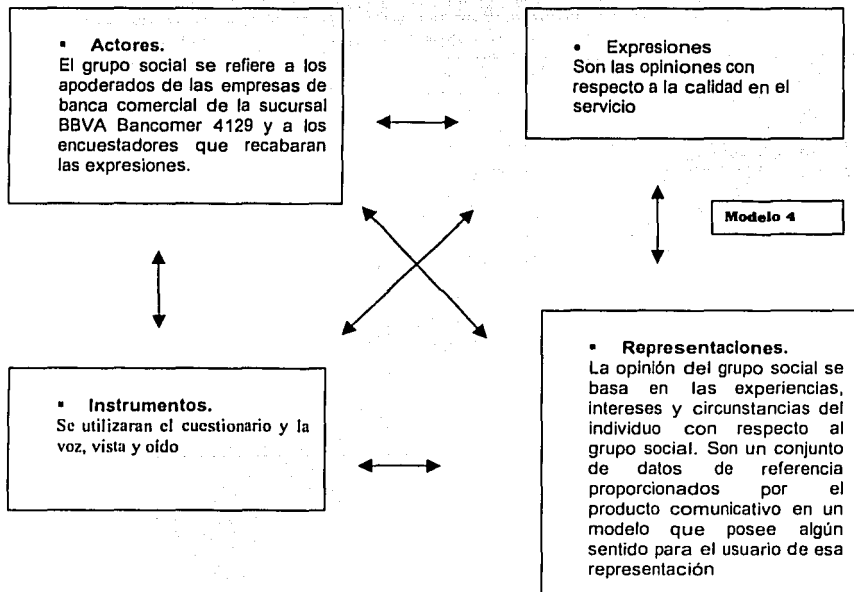
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

4. El Estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción).
5. La cultura.

### 1.3.4 Identificación de los Elementos de la Opinión Pública en el Referente a Estudiar

En el presente estudio se pueden identificar los elementos de la opinión pública en el tema de estudio o referente:

En este caso interesan las expresiones de los apoderados de las empresas de banca comercial de la sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129 respecto a la calidad en el servicio. (modelo 4)



<sup>25</sup> Ibid.

#### 1.4 LA NATURALEZA COMUNICATIVA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

"La opinión pública ha sido abordada por varias disciplinas y desde varios períodos históricos, pero muy pocos se han ocupado de su origen propiamente comunicativo. En el presente estudio se harán diversos planteamientos con el objetivo de demostrar que la opinión pública es un fenómeno basado fundamentalmente en la comunicación.

La comunicación humana es una conquista de la evolución humana que ha permitido desarrollar una vida social que a su vez se ha sobrepuesto dialécticamente al individuo concreto.

Además de estar presente en todas las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la personalidad del hombre. Permite la transmisión de las costumbres, hábitos, actividades y avances en las diferentes razas. Como lo han demostrado las ciencias sociales y demostrado las biológicas:

La comunicación es una conquista de la evolución de las especies y su principal función es contribuir a la permanencia y desarrollo de la vida, tanto en el nivel filogenético (de especie) como en el ontogenético (del individuo).

La comunicación es un hecho social que se encuentra en congruencia con los fines últimos de la especie humana (salvaguardar el conjunto de interpretaciones que se dan sobre el acontecer y lo que pasa para que el hombre tenga sentido en la vida) y del mismo grupo social para conservar territorio, bienes materiales y formas de producir satisfactores materiales o inmateriales."

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

“Está equifinalizada al principio de la sobrevivencia del género humano y mantiene la permanencia de la vida y el desarrollo en términos de vida.

El hombre como parte del proceso de comunicación expresa sus pensamientos, emociones, experiencias con el fin de que sean escuchadas, conocidas y tal vez aceptadas. Si el hombre no expresa sus opiniones, éstas no serán conocidas, es decir, una necesidad no expresada no puede obtener su satisfactor social, un conjunto de datos de referencia no contenidos en una expresión son datos no significativos, un fenómeno no nombrado no es conocido. Por ello en el estudio de la opinión pública son tan importantes las expresiones emitidas por los sujetos”<sup>26</sup>

## 1.5. HISTORIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

### 1.5.1 La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva

“Las primeras muestras de la cultura humana se encuentran en el período paleolítico, que abarca desde la aparición del homo habilis hacia dos o tres millones de años, hasta hace unos nueve mil años, tiempo en que surgió el homo sapiens.

En el Paleolítico o Edad de la piedra se inicia y desarrolla el proceso de hominización, el hombre conquista la posición erecta, la liberación de las manos, su correlación con el cerebro y el desarrollo de las estructuras cerebrales.

---

<sup>26</sup> Gallo Romo, Olga. La Ontogénesis Comunicativa de la Opinión Pública. México: Borrador de tesis Maestría en Comunicación. Facultad de ciencias Políticas y Sociales. UNAM, 2002



---

Es un período que se caracteriza por el tallado de la piedra, la caza, la recolección y la conducta nómada de los primeros grupos humanos. Se encuentran las primeras herramientas, arte rupestre y huellas de prácticas funerarias".<sup>27</sup>

"Las primeras comunidades humanas se forman en torno a la caza que seguían las migraciones de los rebaños salvajes y durante el invierno buscan refugio en cuevas. Es en la caza mayor como la del mamut que se requiere la colaboración de numerosos individuos, que seguramente se repartían las tareas en función de la habilidad y fuerza de cada cual. Se daba un esbozo de organización social".<sup>28</sup>

"Es la época simbolizada por la imagen del hombre de Cro Magnon, quien cuenta con técnicas avanzadas de caza y domestica al perro como colaborador en ella. A medida que transcurre el paleolítico las armas son más ligeras y perfectas, se utiliza el sílex y lazos para su fabricación".<sup>29</sup>

"En el paleolítico superior la evolución humana da un paso definitivo no solo en lo biológico, sino en su desarrollo psíquico y social".<sup>30</sup>

"El tiempo del desarrollo se tornó conciente de su propia existencia y de sus separación de los demás seres de la naturaleza. Lo que le condujo a crear o perfeccionar una red de relaciones de tipo simbólico que le habían de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión)".<sup>31</sup>

---

<sup>27</sup> QUID. Gran Enciclopedia Universal, Tomo 6, p.11.

<sup>28</sup> *Ibid.* p.12.

<sup>29</sup> *Ibid.* p.12.

<sup>30</sup> Gallo Romo, Olga La Ontogénesis comunicativa de la Opinión Pública. México: Borrador de tesis Maestría en Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002

<sup>31</sup> *Ibid.*

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

“El lenguaje marca la diferencia entre el hombre y las demás especies vivas, el poder nombrar los seres y las cosas es una forma de apropiárselos. En un momento determinado, el lenguaje serviría también para denominar lo que no se ve, el espíritu, o lo que ya no existe, el pasado. Surgen así los mitos, relatos que narran lo que fueron antaño el cielo y la tierra y que unen a la comunidad.

En su relación con el fuego, el hombre descubre los lazos que lo unen con todo el Universo, después de milenios de paciencia y preocupación logra al fin dominar al fuego, tiene frente a él, como frente al Sol, una actitud especial: lo considera como un don y esta actitud original determina la mirada con que contempla al mundo. La primera forma de conciencia religiosa es el esfuerzo realizado por la humanidad primitiva para atraer este don procedente de las potencias superiores.

Esta primera imagen de la religión se puede observar en el arte prehistórico y que básicamente está representado por miles de dibujos grabados y pinturas rupestres, los más conocidos son los de Lascaux y Altamira. El apogeo del arte prehistórico en el Occidente Europeo se da entre 15.000 y 10.000 años a. C.<sup>32</sup>

El hombre ya no solo se preocupa por sobrevivir y satisfacer sus necesidades básicas, también se hace consciente de su paso por la vida y despierta su deseo de trascender, dejar huella de su paso por la vida.

Existen fenómenos conductuales comunes a los individuos en todas las sociedades humanas y adquiridos durante larga historia evolutiva.

Con la presencia del lenguaje simbólico, la religión, el arte, el comportamiento maternal, el grupo social, el uso y manufactura de artefactos.

---

<sup>32</sup> QUID. Gran Enciclopedia Universal. Tomo 6, p.14





---

Los primeros referentes que el homo sapiens dejó en paredes y techos de galerías subterráneos, lejos de la luz del día son dibujos superpuestos, algunos a escala natural o con colores llamativos de caballos, bisontes, renos, ibices, jabalíes, bóvidos salvajes y mamuts peludos. En algunas ocasiones también pintaron figuras humanas con máscaras y símbolos relacionados.

El cuidado del entorno ecológico se convirtió en un apremiante, pero a la vez decayó en la depredación del medio conforme fueron creciendo las comunidades.

La sedentarización del hombre trajo consigo cambios sustanciales en la forma de concebir el mundo. A partir del X milenio las comunidades humanas que habían vivido errantes, empiezan a instalarse en un lugar concreto, se inicia un nuevo capítulo de la aventura humana, La sedentarización está íntimamente unida al desarrollo de la ganadería y la agricultura y delimitada por la aparición de la casa, del pueblo y más tarde de la ciudad.<sup>33</sup>

“Todo lo anterior lleva a caracterizar a la opinión pública dentro de este período como fenómeno, no como objeto de estudio, pues surge desde el inicio del grupo social que es precisamente en lo que se denomina Comunidad Primitiva.

En el período histórico correspondiente a la comunidad primitiva, eran tres las temáticas que afectaban al grupo social y sobre las cuales había que llevar a cabo el consenso, éstas eran:

(Ver modelo 5)

- La protección de los individuos frente a la naturaleza
- El abastecimiento de alimentos
- La posesión de un territorio

---

<sup>33</sup> Ibid. p 20



---

Según Jean Jacques Rousseau, el hombre en estado natural es un ser individual, sin embargo, por las circunstancias adversas a las que se enfrenta cotidianamente tiene que ceder ésta libertad propia e individual a cambio de una libertad colectiva que le permitiría vivir con mayor seguridad dentro de un grupo social, ésta reunión colectiva origina el surgimiento del Estado, que será el encargado de proveerlo de protección, alimentos y territorio que él solo, como ser individual no podría conseguir ni conservar".<sup>34</sup>

La vida humana es vida social, el individuo aislado es una ficción filosófica. Los hombres viven juntos y participan de una misma vida común, una cultura, que regula su existencia colectiva y les ofrece métodos para adaptarse al mundo circundante.<sup>35</sup>

No son las capacidades innatas que posee el hombre lo que lo hacen ser una de las especies más desarrolladas, sino precisamente su capacidad para aprender de su entorno.

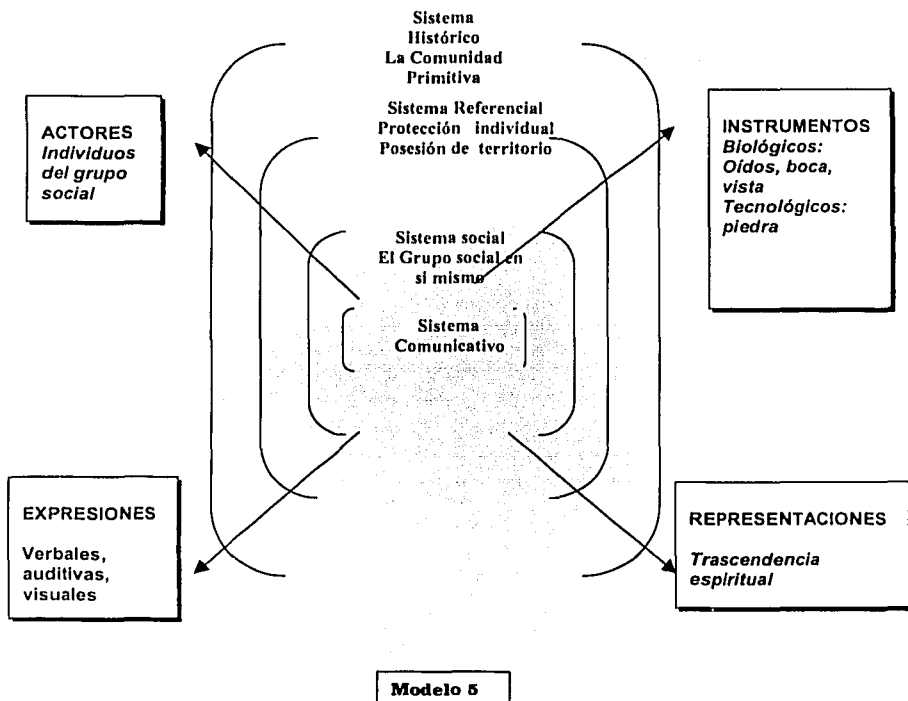
---

<sup>34</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México: UNAM, 2002

<sup>35</sup> Chinoy, Ely. La sociedad, una introducción a la sociología. p. 69.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 1.5.1.1 Modelo de la Cebolla Comunidad Primitiva



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

### 1.5.2 La Opinión Pública en el Período Egipcio

En el valle del Nilo, en el noreste de Africa, se encuentra Egipto, civilización que nació durante el período Neolítico. Hacia finales del IV milenio ejércitos procedentes del Alto Egipto se apoderaron de los territorios del valle del Nilo y del Delta, y fundaron un imperio centralizado, un imperio que sobrevivió aproximadamente tres mil años a diversas agitaciones de la historia.

Egipto estuvo habitado desde la Prehistoria por distintos grupos en su suelo. En la época predinástica vivieron pobladores agrupados en pequeñas comunidades o nomos que al final se unificaron bajo el gobierno de Menees.<sup>36</sup>

La federación de estos nomos desembocó en la formación de dos grandes reinos el del Bajo Egipto, con Horus como dios principal, y el del Alto Egipto, de los adoradores de Seth. Según la tradición el primero fue conquistado por el segundo, aunque Horus paso a ser adorado por los conquistadores.<sup>37</sup>

Los egipcios no poseían un sistema cronológico único, ni continuo por lo que cada reinado suponía la vuelta al principio del año 1. Para precisar la fecha de cualquier acontecimiento sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones.<sup>38</sup>

Hubo 35 familias reinantes o dinastías en la historia egipcia. La primera capital fue Tinis y después Menfis en el Imperio Antiguo el cual se construyeron las grandes pirámides de Gizeh. Durante el Imperio Medio la capital fue Tebas y hubo gran desarrollo.<sup>39</sup>

<sup>36</sup> Alvear Acevedo, Carlos. Historia Universal Contemporánea. p.14.

<sup>37</sup> Enciclopedia Salvat/diccionario, Tomo 4. p. 1147

<sup>38</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002

<sup>39</sup> Alvear Acevedo, Carlos. Historia Universal Contemporánea. p.13.

En base a estudios realizados es posible ubicar los inicios de la primera dinastía en la historia egipcia de 2920 a 2770 a. J. C., aunque son los dos milenios anteriores cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones.<sup>40</sup>

A continuación se da un breve recorrido por las dinastías egipcias y se destacarán los acontecimientos que caracterizaron cada una de ellas:

- 3100-2800. Epoca Tinita.  
Abarca la I y II dinastías, es el período de unificación de Egipto.
- 2800-2200. Imperio Antiguo.  
III a la VI dinastías. Durante la II a la III dinastía no se dan cambios políticos ni sociales profundos, y con Zoser y Yoser (Horus-Neterijet), primero de los reyes de la nueva dinastía se inicia un período que abarca hasta la VI dinastía. El Dios Solar Ra era adorado
- 2200-2130. 1er Período Intermedio.  
VII a X dinastías. Se da el hundimiento del poder real.
- 2130-1780. Imperio Medio.  
XI y XII dinastías. Se da la reunificación de Egipto a partir de Tebas. Se construyen los grandes templos como Karnak
- 1780-1650. 2º Período Intermedio.  
XII a la XIV dinastías. Agitaciones internas e invasiones de los hicsos XV y XVI dinastías. Faraones hicsos.

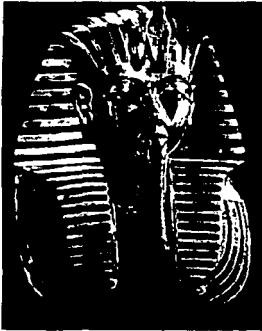
---

<sup>40</sup> Ibid. p. 16.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- 1650-1085. Imperio Nuevo.  
XVII a la XX dinastías. Luchas contra los hicsos. Tumbas del Valle de los Reyes. De Ramsés IV a Ramsés XI se da el debilitamiento del poder real
- 1085-664. 3 er Período Intermedio.  
XXI a la XX dinastías
- 664-332. Epoca Baja  
XXVI a la XXX dinastías. Egipto pasa a ser una provincia asiria (663) y luego persa (525)
- 332. Alejandro Magno conquista Egipto.
- 30 d.C. Roma se anexiona a Egipto<sup>41</sup>

Foto 1



El Imperio Antiguo fue el período más representativo de Egipto. La persona del faraón era la centralización del poder, era considerado como un dios y ejercían gran influencia las clases de los sacerdotes, de los nobles y de los propietarios.<sup>42</sup>

El faraón estaba más cerca de los dioses que de los hombres: era un ser omnisciente y de bondad absoluta, que procuraba el bien de los súbditos, protegiendo al débil y haciendo que reinase la justicia. Su venida significaba la renovación de la primera creación, el restablecimiento del equilibrio de la naturaleza. Cualquier cambio en el trono no era pues en Egipto, algo

<sup>41</sup> QUID. Gran Enciclopedia Universal. Tomo 6, p. 35.

<sup>42</sup> Alvear Acevedo, Carlos. Historia Universal Contemporánea, p. 14.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

exclusivamente temporal, sin orden cósmico. A la muerte del faraón, el caos amenazaba el orden del universo.<sup>43</sup>

Los egipcios consideraban la vida en la tierra como un episodio efímero. La muerte era la posibilidad de la felicidad eterna y para llegar a ella habían de vivir en este mundo en armonía con las reglas establecidas, con la ética del poder.<sup>44</sup>

La V dinastía decae cuando el prestigio de la figura real pierde el carácter sagrado. La VI dinastía acabó con la autonomía de las ciudades en el norte y los gobernadores provinciales se independizan, lo que dio paso al llamado Primer Período Intermedio.

Fue un período de prosperidad representado por grandes construcciones de piedra, las monumentales pirámides y templos solares que expresaban el deseo de superara al muerte o incluirla en la perspectiva de la vida.

La religión y el arte fueron aspectos muy importantes en la historia egipcia, eran politeístas y el culto a los muertos era sustancial. El arte egipcio fue sobre todo monumental y realista, ejemplo de ello son las grandes pirámides y templos entre los que destacan Karnak y Luxor.<sup>45</sup> Se hizo general el uso de los metales y se fijó la escritura cuneiforme.

El tema o referente principal de la opinión pública en éste período era la sobrevivencia, ya no la terrenal, sino la felicidad eterna, ejemplo de ello es que toda la obra expresiva artística está encaminada a preservar la vida después de la muerte: las pirámides, los monumentos, la escritura en las tumbas, la organización

---

<sup>43</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002

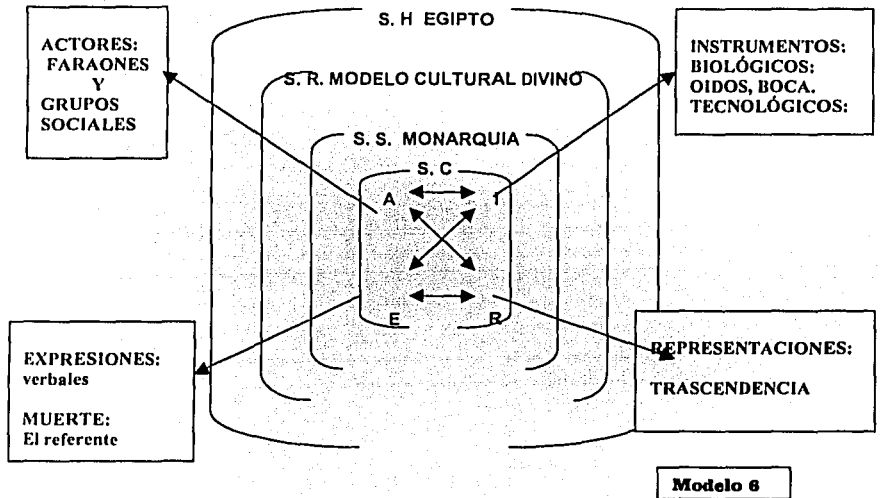
<sup>44</sup> *Ibid.*

<sup>45</sup> Alvear Acevedo, Carlos. Historia Universal Contemporánea, p.13.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

política que tenía como centro al faraón representante de los Dioses y que cumplía la función de no permitir el caos, la muerte<sup>46</sup> (ver modelo 6)

### 1.5.2.1 Modelo de la Cebolla Período Egipcio



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

<sup>46</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002



### 1.5.3 La Opinión Pública en el Período Greco Romano

Aristóteles en la política define al hombre como un ser que vive en la ciudad. La ciudad como forma política original que contrasta con las monarquías centralizadas y burocratizadas que se encontraban en otros lugares como Persia o Egipto, se desarrolla a partir del s.VIII y marcará la historia de Grecia. Dispone de sus leyes y sus instituciones que poco a poco van siendo consignadas por escrito y a las cuales deben de plegarse todos los ciudadanos.<sup>1</sup>

La democracia (demos, pueblo y kratos, poder) fue el símbolo de Grecia. Los ciudadanos tienen la conciencia de pertenecer a la ciudad y ejercen la soberanía, pero la ciudad también tiene sus excluidos, hombres que viven en ella privados de sus derechos públicos y cuyo trabajo permite a los ciudadanos consagrarse a la vida política, los esclavos.<sup>2</sup> (ver modelo 7)

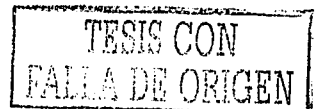
Hay una preocupación de cada cual por participar en la "cosa pública" y realizar la verdadera democracia que precisa de la participación de los ciudadanos en los asuntos de la ciudad.

Los asuntos que afectan al grupo social se resuelven mediante el consenso ciudadano y no por imposición soberana o gubernamental. En las sociedades democráticas la opinión pública legitima al poder político y avala las decisiones que los representantes favorecen con base en los intereses de sus representados.

Platón describe su concepción del Estado Ideal como un enlace de la opinión pública y la ejecución gubernamental: "El Estado será el garante del equilibrio y se apoderará de todas las funciones gestoras que emanen de las decisiones de la Asamblea"

<sup>1</sup> QUID. Gran Enciclopedia Universal. Tomo 6. p. 71.

<sup>2</sup> Ibid. p. 70.



---

En Grecia y Roma la opinión pública era un ejercicio cotidiano de los ciudadanos, el cual se manifestaba de forma clara en las Asambleas, Comicios y Plebiscitos, o también en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en las diversas ágoras de la ciudad con derecho a opinar.

El empleo de la opinión pública en el ejercicio democrático se remonta a los griegos. Los supuestos principales, ahora como entonces son:

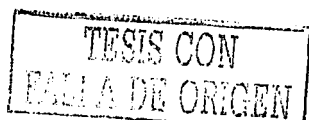
- 1) la comunidad y los controles políticos descansan en los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad.
- 2) Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la finalidad de obtener el bienestar de la comunidad.
- 3) El consenso es la base de la acción pública, de ésta manera se supone que las opiniones de la mayoría tienen el control, pero las minorías reciben protección.<sup>49</sup>

La política, sin embargo no era el único referente de la opinión pública. En Grecia y Roma era el tema que ocupaba a los ciudadanos con mayor frecuencia y es importante recalcar algunas de sus características en tal período:

- "La expresión de la opinión pública es una forma de comunicación del grupo social que en ocasiones recurre a la retórica, que implica el discurso de un orador que expone sus puntos de vista ante iguales y los trata de persuadir con argumentos y conclusiones. Se reconoce que para que exista una expresión de la opinión pública es necesario poseer un criterio formal que es el de tratar al otro exactamente como igual y porque se reconoce que las personas pueden ser persuadidas.

---

<sup>49</sup> Gallo romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002



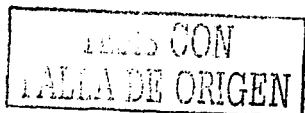
- La expresión de la opinión pública no es homogénea, es un conjunto de expresiones que tiene diversos sentidos y magnitudes. Esto resulta significativo porque se reconoce que la opinión pública no es una sola expresión, sino que hay diversos matices al respecto de un solo tema, no sólo en cuanto a lo que se dice, sino también al número de personas que lo dicen.
- La expresión de la opinión pública no da cuenta de la veracidad, es decir, es una expresión de lo que los individuos "dicen" que piensan, dicen que hacen, pero no es el resultado de un proceso mental riguroso ni científico.

Es importante ésta observación ya que asevera que la expresión de la opinión pública "puede mentir" y con ello se reconoce la existencia de una limitante: el conocimiento de la expresión de la opinión pública no es la mejor, ni la única vía para saber que está sucediendo en el grupo social.<sup>50</sup>

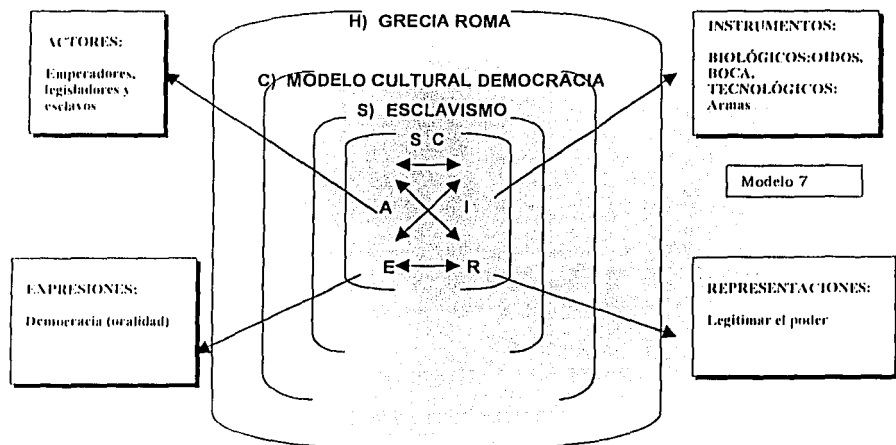
El derecho romano siguió constituyendo un ideal, incluso para los germanos e influyó en la mayor parte de los códigos modernos.

---

<sup>50</sup> Ibid



1.5.3.1 Modelo de la Cebolla Período Grecia Roma



1.5.4 La Opinión Pública en el Período Medieval

En la Edad Media el referente de la opinión pública disminuye su matiz político preponderante en los siglos de dominación romana y lo confunde con lo religioso. De alguna manera se deja a un lado la política y se incide en el tema de la fe.

La religión católica pretende dar la certeza de la vida después de la muerte, la muerte del alma puede ser vencida, el hombre puede ser inmortal en función de su comportamiento en este mundo. Tendrá un destino bueno o malo, según el balance de sus actos, salvarse supone alcanzar el paraíso.

---

El Imperio Romano dominó por ocho siglos, su culminación fue el senado, en donde todos los ciudadanos eran representados, surgió después el cristianismo que instaura su iglesia y respalda su dominio en el poder divino otorgado por Dios a Pedro, su discípulo, quien al morir debe transferir este poder a otro y así sucesivamente, transmitiéndose este poder de generación en generación.<sup>51</sup>

De esta manera los reyes de la Edad Media legitiman el control absolutista del que hacían objeto a sus gobernados. Aunado al poder político, el poder religioso enviándose de la divinidad, transmitida por generaciones domina a pueblos enteros no sólo política, económica y bélicamente sin ningún cargo de conciencia.<sup>52</sup>

El Cristianismo al igual que todas las religiones conocidas ofrecen a sus creyentes medios que les permitan "conseguir la salvación de su alma". Salvación que puede obtenerse por dos caminos: por la fe, o por las obras.<sup>53</sup> (ver modelo 8)

"Según Manuel Martín Serrano, en la Edad Media predominaba el Modelo Cultural de la Mediación denominado "Modelo de Dios", el cual ubica como elemento ordenador del hombre y de la naturaleza a Dios, este disponía a través de sus representantes divinos en la tierra (los Reyes o Señores Feudales) cómo tenían que ser o hacerse las cosas, en caso de que éstos no fueran buenos representantes de Dios en la tierra, "el remedio era obedecer sin murmurar. Dios da los malos reyes en su cólera y es preciso soportarlos, como los castigos del cielo."<sup>54</sup> (ver modelo 8)

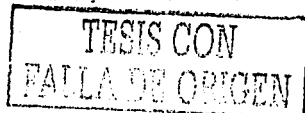
---

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> QUID, *Gran Enciclopedia Universal*, Tomo 16, p.108

<sup>54</sup> Gallo Romo, Olga. *Tesis de Maestría en comunicación*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.



La fe era el único tema considerado como de interés público, sin embargo todo lo que se expusiera acerca de ella tenía que pasar por la verificación y aprobación de su institución mediadora, la Iglesia.

En este período se identifican tres aspectos importantes que son:

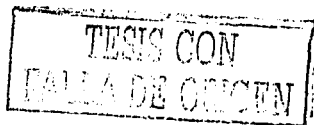
1. El referente, la fe religiosa que vista como institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en sí mismos.
2. La expresión de la opinión pública puede tener otros referentes que no son políticos, siempre y cuando se traten de temas de interés del grupo social y que entren dentro de las categorías que se han señalado como asuntos de índole pública.
3. Conocer la expresión de la opinión pública de un determinado grupo social no es garantía del saber válido.

En este período influido profundamente por el nacimiento de Cristo, surge la noción de que al ser todos hijos de un mismo padre, somos iguales en la hermandad, noción que se habrá de contradecir con la estructura de dominación existente a través de las instituciones eclesíásticas caracterizadas por rigurosas jerarquías.<sup>55</sup>

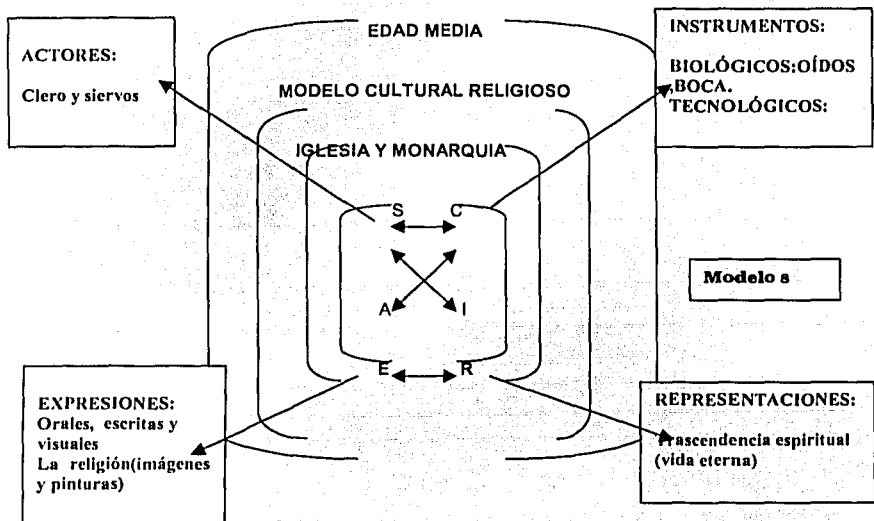
El espíritu de búsqueda de verdad mediante el uso de la razón del hombre, propio del pensamiento clásico se verá obstruido por la idea de que hay una verdad revelada que el hombre ya no puede objetar. La investigación teórica y el cuestionamiento de cuanto existe tendrán el límite de la voluntad divina.<sup>56</sup>

<sup>55</sup> Jiménez Guzmán, Rodolfo Política, un modo de abordarla. p. 23.

<sup>56</sup> Ibid. p. 25.



### 1.5.4.1 Modelo de la Cebolla en el Periodo Medieval



TESIS CON  
FALLA DE CENCEN

---

### 1.5.5 La Opinión Pública en el Período Ilustración - Capitalismo

La Edad Media tiene su fin aproximadamente en el s.XV, comienza una etapa denominada Renacimiento que como precepto reconoce la posibilidad de la inexistencia Dios. Los reyes ya no tienen el poder divino y en consecuencia surge el dilema de una nueva forma de gobierno acorde a la nueva concepción que el hombre tiene del Universo.

Hay que considerar que si bien existen relaciones solidarias, causales y específicas entre Democracia y Opinión Pública de ninguna manera la 1ª es un elemento estructural de la 2ª, en cambio, para que exista en su amplio concepto la Democracia, la Opinión Pública resulta un elemento imprescindible.<sup>57</sup>

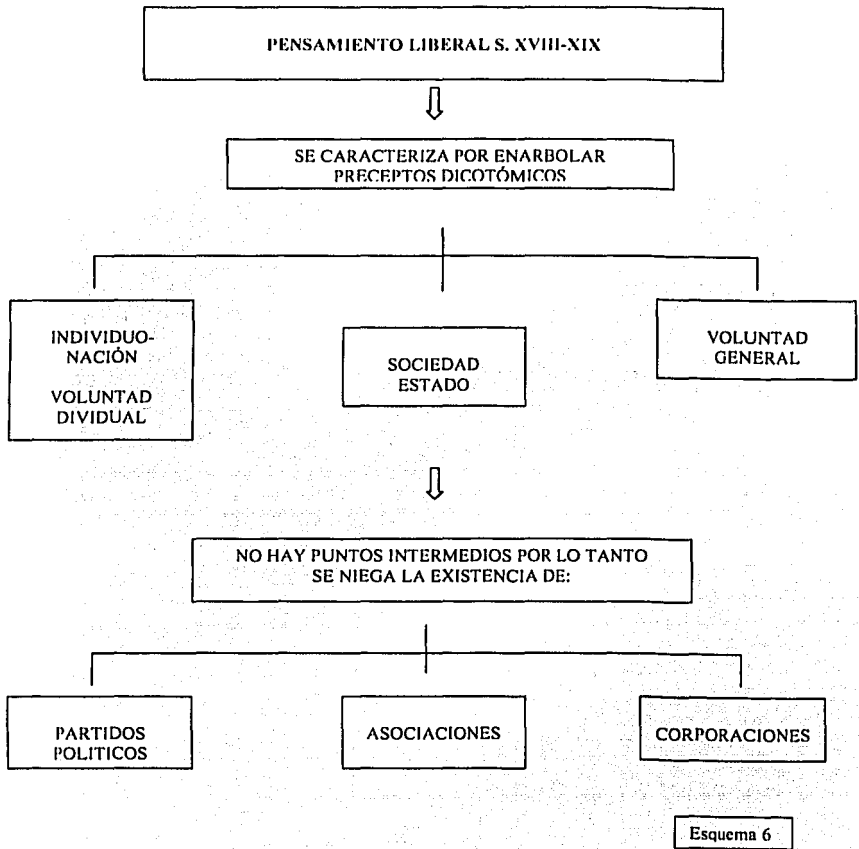
El pensamiento político liberal de los siglos XVIII y XIX se caracterizó por la negación de la existencia de corporaciones, asociaciones o partidos políticos como organismos mediadores, se enarbolaron preceptos de carácter opuesto como: individuo-nación, sociedad-Estado y voluntad general-voluntad particular. El Estado es el único poder representativo de la voluntad general. (ver esquema 14)

Según Hobbes el Estado surge como una organización social y de dominación que custodia la vida humana de donde deriva el bien supremo, acordado por las voluntades individuales. Ya no existe el "derecho divino de los reyes" como fórmula legitimadora, el Estado es una cuestión perteneciente al mundo tangible y real.

---

<sup>57</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002





TESIS CON FALLA DE ORIGEN

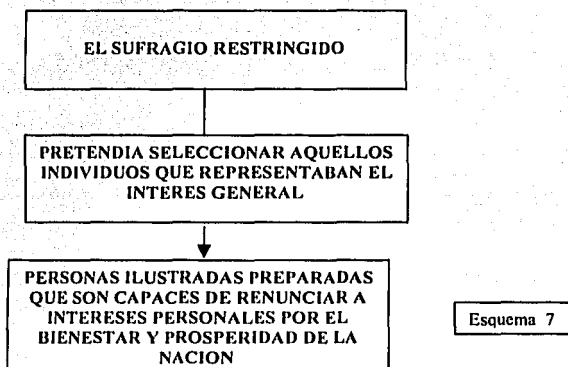
La representación de la nación está dada por un ente abstracto y unitario y no un mero agregado de provincias o estamentos.

La justificación fue:

No todos los individuos pueden representar la voluntad general

Por lo tanto:

No participan de las decisiones



La mal llamada democracia del liberalismo consistía en que sólo aquellas personas que no se pudieran corromper se podrían elegir y éstas son las que defienden el interés de la nación, aunque esos intereses de la nación no son los mismos de la gente del pueblo ya que este tipo de personas es egoísta, pero son ellos quienes deben votar por quienes sí defienden los intereses de la nación, pero no los de los electores.<sup>58</sup>

<sup>58</sup> Ibid.

---

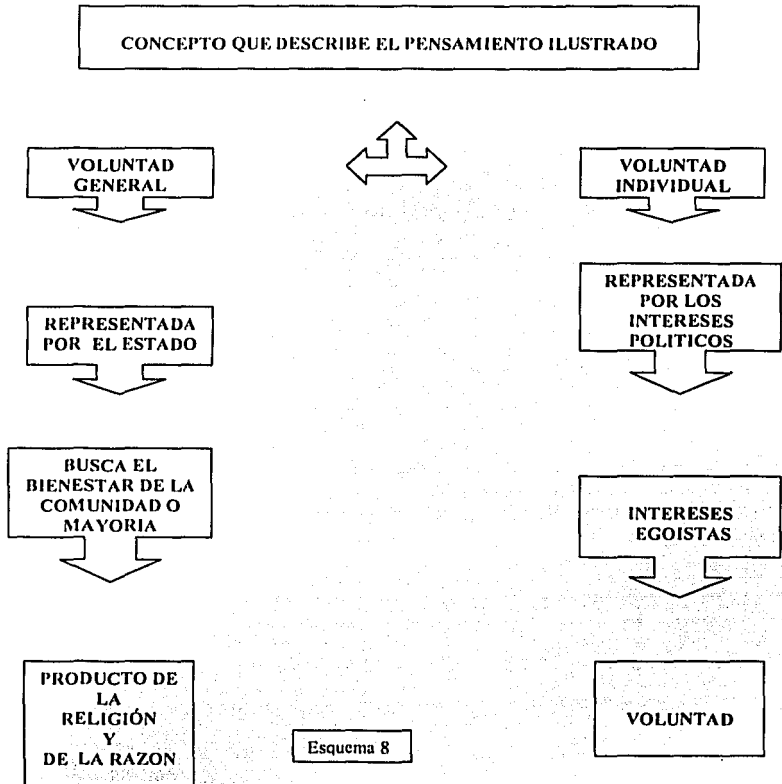
En el marco jurídico de la ilustración la Opinión Pública se sometió al proceso discursivo su plena facultad de libertades, "el intercambio de luces" y la reflexión sobre puntos de vista propios y ajenos que resultaban en un acto de decisión manifestado por las mayorías y que determinaba la Voluntad General.<sup>59</sup>

En este período se puede disertar en si la Opinión Pública es un conjunto o suma de opiniones particulares o si es reflexión elaborada por una discusión de individuos ilustrados, racionales y conocedores de los asuntos públicos. O bien podría ser una dicotomía entre opinión personal y la del grupo social. Lo anterior no permite conceptualizar a la opinión pública pero son controversias que surgen de las circunstancias históricas y culturales propias del período de la ilustración.<sup>60</sup>  
(ver esquema 8)

---

<sup>59</sup> Ibid.

<sup>60</sup> Ibid.



El concepto de Opinión Pública puede originarse entonces de la abstracción de una realidad interrelacionada entre lo social (grupos) y lo comunicativo (individuos), es un campo en el que interseccionan dos temáticas que se necesitan la una a la otra, surge como un nuevo capó a estudiar.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

En la ilustración, como nuevo campo de estudio podría entonces contemplar la forma en que se traduce para los gobernantes esa opinión de interés común, que no es la suma de las opiniones individuales, sino una sola opinión que exprese la racionalidad de quienes a partir de los intereses nacionales, tienen la oportunidad y el deber de guiar a la nación. (Ver modelo 9)

El liberalismo por medio del elemento cualitativo argumentaba que no todos los individuos podían participar de igual manera mediante la voluntad general y por lo tanto tampoco en la participación de adopción de decisiones, serían los más idóneos los que estarían en situación de expresar la voluntad general.

Aquellos elegidos serían quienes no tuvieran otro interés que el general, debían tener la preparación necesaria para ver más allá del beneficio propio y contribuir al sostenimiento del Estado a través de la prosperidad de éste y de sus ciudadanos.

Por medio de esa votación se configura el Parlamento, encargado de dictar la ley que es la manifestación de la voluntad general. De esa manera el acto de la elección daba una participación mediata, no directa a los individuos pero la sociedad tenía aún la posibilidad de expresarse independiente al Estado por medio de la opinión pública.

La opinión pública se conformaba a través del ejercicio de los derechos civiles: la libertad de expresión y la libertad de imprenta. Eran las herramientas que permitían la y difusión de ideas, la discusión y debate públicos y a través de ellas era perceptible la restricción sobre la formación de la voluntad general.

La libertad de imprenta en su ejercicio dejaba a un lado derechos colectivos como son el de reunión y manifestación con la consecuente limitación de participantes



---

de la formación de la opinión pública, era necesario que los individuos reunieran características como:

- Leer y escribir
- Compartir ideas a través de la prensa
- Llegar a formar auténtica opinión pública.

La Asamblea representativa dejaba distinguir entre mayoría y oposición. Las minorías eran la oposición y no representaba alternativa en el poder, era la fracción que no reconocía la auténtica voluntad general. Al momento de legislar obviamente no eran opiniones válidas.

En conclusión se podría decir que el libre debate social a través de los derechos civiles, en especial por la libertad de imprenta, depuraba las opiniones dando lugar a una opinión pública desde una perspectiva cualitativa. La cual sólo podía ser voluntad general a través del Estado, para lo cual era preciso que se convirtiera en decisión del Parlamento.

El liberalismo abarca de la segunda mitad del siglo XVIII, aparece como la filosofía de la clase burguesa y se define por:

- 1) su confianza en el hombre como ser racional y libre,
- 2) por el progreso y por la felicidad universal,
- 3) por la creencia en una armonía natural, social, su visión individualista, pragmática y utilitarista de la vida, etc.<sup>61</sup>

Los liberales trasladan al terreno de la vida pública su idea de mercado y las leyes de la oferta y la demanda también regularán el intercambio de opiniones. Las ideas de soberanía y participación política, el poder de la razón y la libertad de

---

<sup>61</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 2002.

---

expresión serán las encargadas de poner en funcionamiento el debate público. "El mercado se ha cambiado por:

- el público y los productos, por las opiniones; y,
- el precio es el resultado del regateo anónimo de todas aquellas personas interesadas en un producto
- la opinión pública será el resultado del pensamiento de todos aquellos ciudadanos interesados en un tema común."<sup>62</sup>

Es decir, la verdad y la justicia ya no dependen del poder establecido, sino de la sociedad, entendida ésta como un organismo de discusión libre, donde todos pueden opinar, escuchar, plantear problemas.<sup>63</sup>

Se puede observar y analizar a los diferentes referentes que han existido en torno a la opinión pública, y es comprobable que la expresión de la opinión pública es diversa, contradictoria, plural y persuasora sobre diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobre-vivencia del mismo grupo y que cobra importancia para otros grupos sociales sólo en la medida en que le afecten a otros grupos, por lo cual cada grupo busca difundir, comunicar y persuadir a otros grupos de la importancia de prever fenómenos.<sup>64</sup>

---

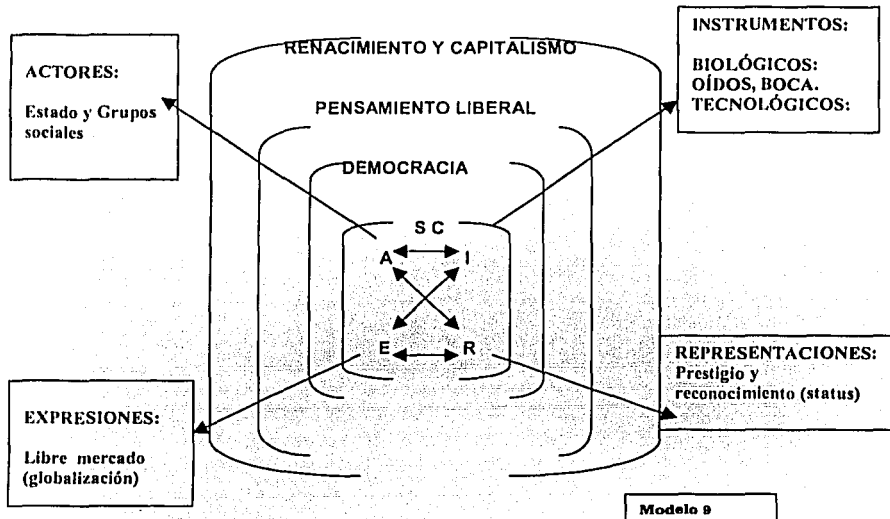
<sup>62</sup> Ibid.

<sup>63</sup> Ibid.

<sup>64</sup> Ibid.



1.5.5.1 Modelo de la Cebolla Renacimiento y Capitalismo



En la actualidad los estudios de opinión pública tienen dos vertientes:

1. Aquellos que tratan de conocer la opinión pública de algunos grupos sobre un tema específico
2. Aquellos que tratan de hacer una teoría de la expresión de la opinión pública.

Los primeros utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensan o hacen. Los segundos tratan de aclarar cómo el cambio de las

<sup>64</sup> Ibid.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



---

sociedades ha interactuado con las expresiones de la opinión de los diversos grupos sociales.<sup>65</sup>

"Después de conocer a grandes rasgos la ontogenia comunicativa de la expresión de la opinión pública, la evolución histórica de sus referentes y la relación que guarda con los diferentes grupos sociales que componen a las sociedades complejas, vale la pena apuntar dos cuestiones más:

1. El código empleado por los medios de comunicación masiva para incluir temas
2. La utilidad de los estudios de opinión pública que se realizan en los diferentes grupos sociales.

"El código que utilizan los medios de comunicación masiva está en función de los siguientes referentes:

1. muertes
2. guerras
3. enfermedades
4. religión
5. forma de vida cultural
6. política
7. economía
8. educación
9. relaciones sociales
10. medios de comunicación
11. emociones

---

<sup>65</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 2002

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Cada uno de estos referentes tiene tres variables:

1. El grado de afectación a la sobre vivencia
2. El número de afectados
3. La cercanía a los receptores

Nicolás Loza<sup>66</sup> hace algunas diferencias entre el modelo clásico (Ilustración) y la actualidad, con respecto a la temática de interés:<sup>67</sup>

1. En el modelo clásico de la Ilustración, la opinión pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al quehacer gubernamental, que generan agendas de discusión, debaten los asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos, con el supuesto de que terminará imponiéndose el mejor argumento.
2. En la actualidad la Opinión Pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas, en donde los individuos, en su mayoría que no en su totalidad, están desinformados y desinteresados en la cosa pública, que no generan sino que absorben una agenda de discusión y expresan en sus respuestas en monosílabos a no complicadas preguntas sobre circunstancias complejas de la marcha del país y de los asuntos de su administración.

---

<sup>66</sup> Loza Nicolás. [http://www.unam.mx/ser\\_hem/nacional/1997/may97/06pa212.html](http://www.unam.mx/ser_hem/nacional/1997/may97/06pa212.html), citado por Gallo Romo, Olga.

<sup>67</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en comunicación. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002

---

3. "La dinámica actual de la opinión pública se da:

- 3.1. En la actualidad quienes producen la opinión y las agendas de discusión son una proporción muy pequeña de la población total y cada vez menos en términos relativos, sólo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos. Es decir, dependen de su visibilidad.
- 3.2. Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias especializadas.
- 3.3. Los medios de comunicación masiva que hacen visibles a quienes dicen sustentar la opinión pública, devienen en verdaderos intermediarios, también con intereses propios, entre la clase política y quienes la sustentan, y entre éstos y el gran público.
- 3.4. La actual esfera pública está fragmentada. Por un lado perduran los individuos semejantes al ciudadano clásico de la Ilustración, informados, interesados, orientados por el arquetipo racional y con acceso a los medios de comunicación, que participan de la discusión pública: son los periodistas, los expertos, los políticos, algunos empresarios y profesionistas, entre otros. En la otra esquina, casi como una muda audiencia, se amontona el público en su mayoría desinteresado y desinformado, o si que quiere, informado o interesado a medias.

- 
- 3.5. "Quienes dicen sustentar la opinión pública transitan los parajes de la esfera pública clásica, los de la opinión pública ilustrada; en tanto, la audiencia de la política y de la información sobre los asuntos públicos, la inmensa mayoría de la población adulta, despliega sus opiniones como opinión popular a través de los registros de encuestas
- 3.6. "Las encuestas imponen temas, formulan preguntas sobre aquello en que los individuos habitualmente no piensan, limitan opciones de respuesta; a lo más, registran lo que llama disposiciones discursivas, es decir, aquello que los individuos dicen, verbalmente, que harán o harían, prefieren o preferirían ante tal o cual circunstancia.
- 3.7. Las encuestas se hacen, se publican, se organizan, almacenan y se usan como anclas de verdad. Y a pesar de las peculiaridades de la opinión popular, dicho uso no resulta tan exagerado, pues su medición, cuando se hace con seriedad, registra con los márgenes de precisión y confianza que las técnicas probabilísticas permiten cuantificar, las preferencias públicas con el acierto que la experiencia ha documentado sobradamente, más aún tratándose de cuestiones electorales en competencias democráticas
- 3.8. "Pensar que en general el público miente a los encuestadores, o que la mayoría de las agencias de investigación fabrican resultados. Carece de sustento empírico. Ciertamente un entrevistado puede exagerar o minimizar, exhibir u ocultar y a veces simplemente mentir en determinados temas y circunstancias, pero buenos diseños técnicos deben considerar tales circunstancias y temas, para anticiparse a sus efectos. A su vez, sin duda que hay agencias de investigación, como en cualquier otra actividad humana, dispuestas

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

facturar datos a la medida del solicitante, pero son las menos y en el mercado de la credibilidad, principal activo de la bolsa demoscópica, terminan naufragando

- 3.9. "La opinión política que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento de lo político, el que es más complejo que los dichos de los individuos acerca de sí y de sus relaciones, pues se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, el de la conciencia práctica y el de la conciencia discursiva. El primero, el paraje de los significados sociales, debe entenderse mediante un esfuerzo hermenéutico. El segundo, el de la conciencia práctica, es el territorio para el trabajo antropológico o la investigación participante, que informan lo que hacen los grupos e individuos, y cómo lo hacen, cuáles son sus usos y cuáles sus costumbres. Y por último, el campo de la conciencia discursiva, tiene en las entrevistas, estructuradas o no, pero también en el registro de mensajes, sus técnicas de indagación propias
- 3.10. "En síntesis, los registros de la opinión popular en materia política, es decir las encuestas, dan cuenta de una dimensión de la relación que las personas guardan con el sistema político, pero subsisten otras que sólo pueden penetrarse a través de técnicas de investigación diferentes. En otras palabras, mal haríamos si pensamos que la encuesta agota la complejidad de la vida política de los individuos, por simple que ésta sea. Pero mal haríamos también, si pensamos que la encuesta nada desentraña.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

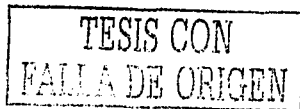
- 3.11. Una encuesta registra un dicho. El dicho sobre una preferencia o una posible acción. La encuesta electoral podría presentarse así: tal proporción de la población ha dicho que votará por un político y tal proporción que lo hará por su rival.

## 1.6. APORTES DE LA INVESTIGACIÓN NORTEAMERICANA A LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

"La investigación contemporánea mediante encuestas es producto básicamente, en este siglo, de investigadores norteamericanos. La contribución al método de las encuestas es resultado del desarrollo de varios sectores de la sociedad.<sup>68</sup>

1. La Oficina del Censo de los Estados Unidos. Su contribución radica en los aportes al campo del muestreo y la recolección de datos, aunque es más conocida por su enumeración decenal de toda la población, la mayoría de las actividades se dedica a formar una serie continua de encuestas de muestreo, ofreciendo datos demográficos y económicos actualizados.<sup>69</sup> "La Oficina del Censo ha desempeñado un papel de singular importancia en la creación de definiciones estandarizadas para muestreo y métodos para aplicar estas definiciones de campo. Y al mismo tiempo, los datos generados por la Oficina han constituido un recurso inapreciable para el desarrollo de creaciones de muestreo en encuestas específicas."
- a. Paul F. Lazarsfeld es considerado uno de los pioneros de la investigación por encuestas. Este investigador llegó a América con una sólida formación intelectual realizada en Europa. Se interesó en

<sup>68</sup> Gallo Romo, Olga, Tesis de Maestría en comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002



---

el estudio de los fenómenos sociales relacionados con la comunicación, específicamente la comunicación política, además de desarrollar técnicas rigurosas para aplicar métodos empíricos a temas sociales. Algunas de las aportaciones más significativas de este sociólogo son:

- o Vislumbrar el potencial tecnológico (equipo mecanizado procesador de datos, las primeras tarjetas perforadoras y el contador de tarjetas, y luego las computadoras) para la realización de la investigación social analítica y para lanzar a los sociólogos por el camino para aprovechar este equipo.
  - o Empleó el equipo mecanizado procesador de datos para elucidar y formalizar la lógica del análisis de encuestas.
  - o El desarrollo del centro permanente de investigaciones de los métodos de encuesta, empezando con la organización de la Oficina para Investigación Social Aplicada, en la Universidad de Columbia.
2. "Samuel A. Stouffer. Fue también uno de los pioneros en la investigación al aplicar métodos empíricos de la ciencia social a problemas sociales, empezando con análisis de los efectos de la Depresión en los Estados Unidos, y la compilación de datos tocantes a la condición de los negros norteamericanos durante los treinta. Al inicio de la segunda guerra mundial, este hombre dirigió la Rama de Información y Educación del Ejército de los EUA, reuniendo a un grupo de científicos sociales para examinar cuestiones tocantes a la prosecución de la guerra. Luego, durante el macartismo de comienzos de los cincuenta, dirigió encuestas nacionales

---

<sup>100</sup> Ibid.

---

para examinar los efectos de la cruzada anticomunista.<sup>70</sup> El legado de Stouffer continúa en los diseños de estudio actualmente utilizados, métodos de muestreo, diseños de cuestionario, lógica de análisis, etc.

3. Universidades, Instituciones y Asociaciones. Lazarsfeld y Stouffer contribuyeron a reunir y preparar a jóvenes científicos sociales quienes participaron y crearon instituciones de gran importancia: Centro Nacional de Investigación de la Opinión, de la Universidad de Chicago; el Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de Michigan y el Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de California en Berkeley.

"Aunque los institutos nombrados anteriormente han sido los más importantes para el desarrollo de los métodos de investigación por encuestas, en la actualidad existen institutos similares en universidades por todos los Estados Unidos y ahora en países latinoamericanos como Brasil y México.

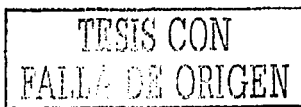
El desarrollo en cuanto aportes a este tipo de investigación sería incompleto si no se menciona el trabajo hecho por las asociaciones profesionales, cuyos miembros, valiéndose de métodos de encuesta, ofrecen foros para discutir nuevas técnicas y descubrimientos empíricos mediante las reuniones de su asociación y sus publicaciones profesionales. Las dos Asociaciones más importantes son: Asociación Sociológica Norteamericana y, más recientemente, la Asociación Norteamericana de Ciencias Políticas.<sup>71</sup>

"Del mismo modo, la Asociación Norteamericana para la investigación de la Opinión Pública (AAPOR), es la asociación eje en cuanto a reunir a practicantes, académicos, empresas y gobierno en torno a los estudios por encuesta, y el *Public*

---

<sup>70</sup> *Ibid.* p. 63-64

<sup>71</sup> Gallo Romo, Olga, Tesis de Maestría en comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 2002





---

*Opinión Quarterly (POQ)*, publicación de AAPOR, es la revista clave en cuanto a desarrollo de las investigaciones. En la primera etapa de la revista POQ (nace en 1937) tiene una sección dedicada a las encuestas al estudio y cuantificación de la opinión pública.<sup>72</sup>

"La práctica de las encuestas en este momento exige una discusión teórica que en estas primeras etapas se centra especialmente en la naturaleza de los cuestionarios: ¿Cómo confeccionar las preguntas, cómo y quién debe formularlas, a través de qué medio?, entre otros aspectos."<sup>73</sup>

"Empresas comerciales. George Gallup, Elmo Roper y, más recientemente, Louis Harris, son empresas que han generado una fuente continua de fondos para apoyar la creación y el uso de métodos de encuesta, particularmente en los campos de mercadeo de productos y encuestas políticas.

En los tiempos en que no hubo fondos para apoyar la investigación académica de encuestas, estas empresas lograron continuar la experimentación por métodos de muestreo, redacción de preguntas, técnicas de recopilación de datos y otros aspectos de la investigación mediante encuestas. Más recientemente, las encuestas comerciales han resultado fuente inapreciable de datos para el análisis secundario y se han publicado muchos libros y artículos académicos en que se informa con el más detallado análisis de datos inicialmente recabados con procesos descriptivos y comerciales."<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup> Ibid.

<sup>73</sup> Ibid.

<sup>74</sup> Ibid.

### 1.6.1 Características Científicas de la Investigación por Encuestas

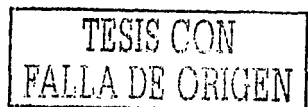
Es conveniente señalar que la investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de investigación de que disponen hoy los investigadores sociales. Los métodos de encuesta no son apropiados para muchos temas de investigación, ni constituyen necesariamente el mejor enfoque a ciertos temas a los que razonablemente se puedan aplicar. Sin embargo, puede emplearse con provecho en el examen de muchos temas sociales y ser especialmente eficaz cuando se le combina con otros métodos.

Algunas de las virtudes de la investigación por encuesta son:

1. En la práctica los datos de las encuestas facilitan la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico. Su formato a menudo permite el riguroso desarrollo paso a paso y la prueba de tales explicaciones lógicas. Mediante el examen de cientos y aun miles de interrogados en las encuestas, es posible, poner a prueba proposiciones complejas que incluyan diversas variables de interacción simultánea.<sup>75</sup>
2. Cada vez que el investigador por encuestas trata de explicar las razones y las fuentes de hechos observados, sus características y correlaciones, debe adoptar una actitud determinista. Y cada vez que el formato de la encuesta le permita hacer una elaboración clara y rigurosa de un modelo lógico, esto aclarará el sistema determinista de causa efecto.

A mayor abundamiento, la disposición de numerosos casos y variables permite al analista documentar los procesos causales más elaborados. Podrá pasar por encima de la observación inicial de una correlación entre

<sup>75</sup> Ibid. p. 67



---

una variable independiente y una dependiente para examinar el papel desempeñado por las variables que intervinieron.<sup>76</sup>

3. Las encuestas de muestreo casi nunca se efectúan con el propósito de describir la muestra particular que se está estudiando; más bien se efectúan con el propósito de comprender la población más general entre la cual inicialmente se tomó la muestra.

De manera similar, los análisis explicativos en la investigación por encuestas tienden al desarrollo de proposiciones generalizadas acerca del comportamiento humano.

4. Los métodos de investigación por encuesta facilitan la apertura de la ciencia, ya que incluye la recabación y cuantificación de datos, que se convierten en fuente permanente de información. Es posible analizar un cuerpo determinado de datos de encuesta poco después de ser recabados y encontrarse que confirman una teoría particular de la conducta social. Si la teoría misma pasa después por modificaciones, siempre será posible volver al conjunto de datos y reanalizarlos desde la nueva perspectiva teórica. Esto no sería tan fácil en el caso de métodos de investigación menos rigurosos y menos específicos.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Ibid. p. 68

<sup>77</sup> Ibid. p. 71

## 1.7 LA ÉTICA EN LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

En este apartado se transcribe un código de ética de opinión pública que tiene las siguientes finalidades: (VER ESQUEMA 9)

1. Reconocer la importancia social y moral de quienes se ven involucrados en los estudios de opinión pública, dado que estos estudios se han convertido ya no sólo en una forma de conocer la opinión pública de grupos sociales específicos, sino también como una estrategia para la conquista del poder político y económico.
2. Permitir al lector una posible reflexión acerca del contenido de este código de ética
3. Que la sustentante tenga presente este código.

### 1.7.1 Código de Ética

"La filosofía del Código de Ética pretende garantizar la calidad y profesionalismo de toda empresa o miembro. Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la investigación de mercados y opinión pública en México.

#### Disposiciones Generales:

Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la actividad de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México. Es responsabilidad de los miembros de AMAI conocerlas, acatarlas y difundirlas entre sus empleados, subcontratados y Clientes, así como denunciar ante el Consejo Directivo de la Asociación a quien o quienes las violen.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Toda circunstancia no prevista por el siguiente Código será resuelta por la comisión de Honor, el consejo Directivo o la Asamblea de Asociados según lo determine el órgano consultado.

Este Código fue aprobado por la Asamblea de Asociados el día 10 de febrero de 1993.

### **Responsabilidad con los informantes**

1. "El informante de Estudios de Mercado y Opinión Pública deberá recibir seguridad, ya sea en forma escrita o verbal, que sus datos y respuestas:
  - "A. Serán manejados en estricta confidencialidad, de tal modo que los receptor(es) de la Investigación sólo recibirán datos agregados sin personalizar nombres o Empresas participantes en el estudio
  - B. No implicarán contactos posteriores salvo los necesarios que requiera el diseño de Investigación o los controles del mismo (como visitas de supervisión ya sea por parte del Cliente o de la Empresa de Investigación). Quien realice estos controles lo deberá hacer de forma absolutamente profesional, evitando que se hagan visitas múltiples para la validación, o bien alguna otra conducta que pudiera hostigar o avergonzar al informante.
  - "C. No se utilizarán para actividad alguna que no sea la Investigación, tales como lista de correos, catálogos para ventas, directorios, etc.
2. Se deberá resguardar el derecho del informante a no participar en investigaciones o interrumpir su participación si así lo desea.
3. Antes de que el informante participe en el estudio se le hará conocer la(s) retribuciones que obtendrá en caso de haberlas

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

4. Salvo en los casos estrictamente indispensables, en que la metodología utilizada lo requiera, a petición del informante, se le deberá advertir de antemano el tipo de observación o registro que se empleará para recabar sus respuestas
5. En todos los casos el informante debe tener la seguridad de que participa en una Investigación genuina, y no en algún otro tipo de actividad mercadotécnica (como promoción, venta directa, distribución.)
6. El informante deberá tener conocimiento previo del nombre de la Empresa de Investigación, y si así lo requiere, los datos generales de identificación de dicha Empresa de Investigación que se responsabiliza del estudio, asegurándole que recibirá atención en caso de queja
7. El investigador deberá tener plena seguridad que la participación del informante no implica riesgo o responsabilidad alguna, inmediata o posterior para su persona
8. Si el estudio requiere entrevistar niños, en el caso de una negativa por parte del padre / madre, tutor o algún adulto responsable, no se llevará a cabo la entrevista.
9. La Empresa de Investigación deberá asegurarse que la metodología utilizada y los temas estudiados no provoquen hostigamiento y/o molestias en el informante.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

"Así mismo deberá exhortar a sus Clientes a que tomen en cuenta lo anterior al acordar el diseño de la metodología aplicable en cada caso, que responda a sus necesidades de información

### **Responsabilidad social**

10. En todos los casos se deberá respaldar el propósito legítimo de la Investigación que es ayudar a los receptores de los estudios a conocer el estado y avance de sus mercados y públicos, así como desarrollar estrategias que redunden en el bienestar de la sociedad en general.

11. "Los miembros de la AMAI se comprometen a no llevar a cabo o participar en actividad alguna que confunda la Investigación de Mercados y de Opinión Pública con la recolección y uso de información para:

- A. "Conocer o evaluar la actuación personal del informante con fines legales, políticos, laborales, financieros, crediticios o de otra índole
- B. Formar listas, registros o bancos de datos con cualquier otro propósito que no sea la Investigación de Mercados y de Opinión Pública
- C. Espionaje de cualquier tipo
- D. Cobranza de deudas
- E. Influir en actitudes o conductas del informante
- F. Intentos directos o indirectos de ventas de productos o servicios

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

## Responsabilidades mutuas con Clientes y receptores de los Estudios

12. "Las relaciones entre una Empresa de Investigación de Mercados y Opinión Pública y los Clientes para los cuales se conducen estudios deben ser de tal naturaleza que generen confianza y respeto mutuo. Deben ser caracterizadas por su honestidad y confidencialidad
  
13. El proveedor de Investigación y Cliente podrán establecer un acuerdo de trabajo en la forma en que mejor les convenga, siempre y cuando se asegure el cumplimiento de este Código
  
14. "Sin compromiso alguno de aceptación, el proveedor de Investigación presentará al Cliente que lo solicite una propuesta de trabajo que especifica claramente:
  - A. Objetivos y propósitos del estudio
  - B. La metodología que se recomienda
  - C. El procedimiento de Investigación que se seguirá
  - D. El tipo de producto que se ofrece entregar al término del proyecto
  - E. El tiempo estimado para realizar el proyecto
  - F. El costo de la Investigación y las condiciones de pago del mismo
  
15. "El Cliente tiene el derecho de solicitar a varios proveedores propuestas diferentes al mismo proyecto, bajo la inteligencia de que ninguno de los concursantes conocerá el contenido de otra propuesta que no sea la propia ni antes ni después de asignado el proyecto

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



- 
16. El estudio deberá conducirse de acuerdo a la propuesta aprobada. Sin embargo, si en el transcurso del proyecto es notoria la necesidad de efectuar modificaciones, éstos deberán ser aprobados de común acuerdo entre Cliente y Empresa de Investigación
17. En el caso de que el proyecto requiera la participación de Empresas subcontratadas (mexicanas o extranjeras), se hará del conocimiento del Cliente, si así lo requiere, los datos del subcontratado así como la(s) fase(s) del proyecto que realizarán. Aún así, toda la responsabilidad ante el Cliente será del proveedor final del proyecto
18. El proveedor de Investigación asumirá por completo la responsabilidad civil, legal, laboral o de cualquier tipo de los recursos humanos y técnicos que emplee en la realización de la Investigación
19. "El Cliente tendrá derecho a recibir información sobre el progreso del proyecto, y a supervisar las fases que juzgue necesario, siempre y cuando no obstaculice el cumplimiento de la Investigación o ejerza acción que vaya en contra alguna de las normas de este Código
20. Salvo que exista un convenio escrito que indique lo contrario, el Cliente no tiene ningún derecho de exclusividad, total o parcial, sobre ninguna Empresa de Investigación
21. Cualquier tipo de soborno, sin importar la cantidad, es inaceptable y es una violación a las obligaciones éticas fundamentales de las Empresas de Investigación. Las Empresas de Investigación y/o sus directivos y empleados, en ningún momento deberán dar y/o aceptar regalos en forma de dinero de sus Clientes

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

## Estándares de Reportes y Productos de Investigación

22. "Al proporcionar los productos del proyecto, cualquiera que sea su forma (escrito u oral), el investigador buscará distinguir aquello que corresponda a los resultados propiamente de la Investigación y sus juicios, opiniones o interpretaciones al respecto

23. Salvo que se acuerde lo contrario entre el Cliente y la Empresa de Investigación, al proporcionar un producto de Investigación se deberá especificar la siguiente información:

A. "La identidad del Cliente, el propósito y objetivos del estudio y los nombres de los subcontratistas o asesores externos que hayan colaborado en el proyecto.

B. La descripción conceptual y numérica de la muestra, tanto planeada como efectiva, y su cobertura geográfica. Cuando sea relevante, deberán agregarse los criterios de ponderación y expansión empleados en el cálculo de datos, así como los niveles de confiabilidad de los resultados y las fuentes posibles de sesgo estadístico.

C. Una descripción del método empleado para recabar la información, los controles seguidos para verificarla y validarla, y las fechas en que se hizo

D. Si las hubiera, las fuentes de las que se obtuvieron datos secundarios para el proyecto.

E. Descripción y/o copia de los instrumentos de Investigación empleados para registrar los datos y respuestas de los informantes.

F. Los resultados obtenidos indicando la muestra o submuestra a que corresponden.

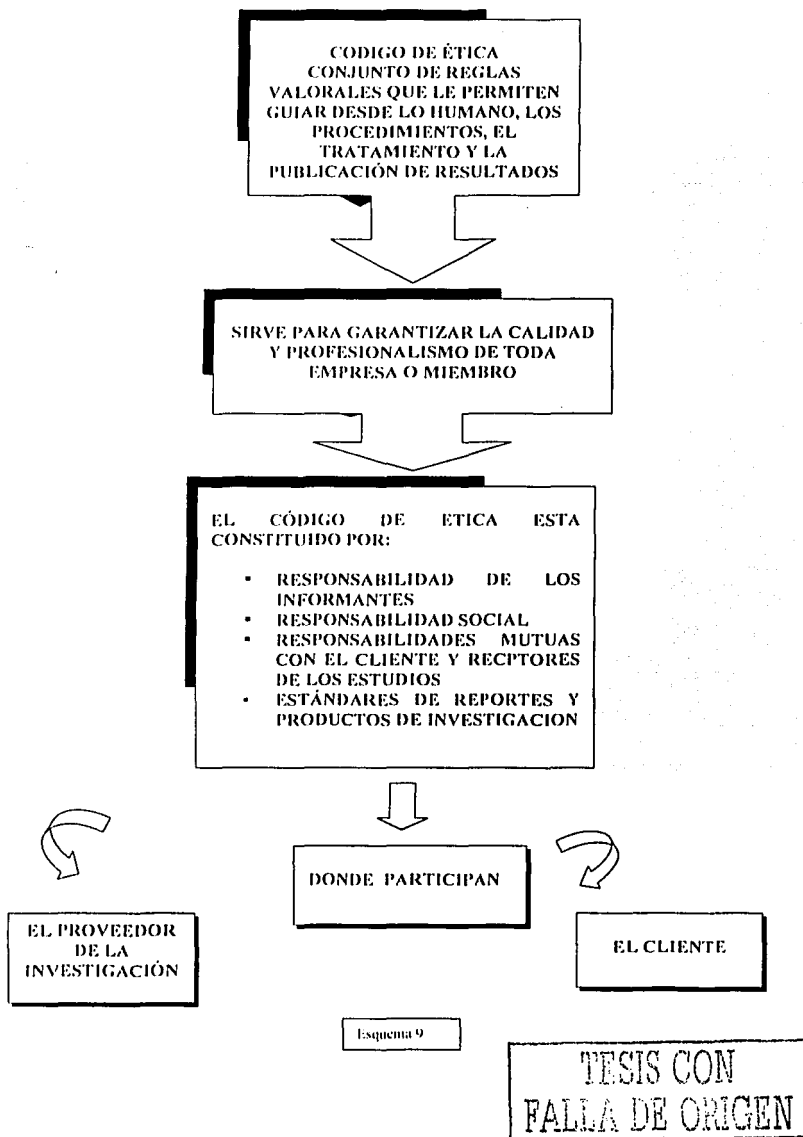
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

24. "El proveedor de Investigación elegirá el formato más adecuado para presentar la información al Cliente, siempre y cuando no contradiga las normas de este Código.

#### Uso de la información recabada

25. "Los productos de Investigación tales como reportes, presentaciones, bases de datos u otro que se haya acordado serán propiedad del Cliente del estudio, bajo el entendido que no los podrá distribuir en ninguna forma a terceros no autorizados de común acuerdo con el proveedor de la Investigación.
26. Para la publicación de resultados deberá haber consentimiento mutuo del Cliente y el Proveedor de la Investigación, especificando de común acuerdo los detalles que se publicarán y los que se mantendrán en confidencialidad, tanto resultados como los nombres del Cliente y el Proveedor.
27. En el caso de estudios sindicados o multicliente, los receptores del estudio aceptarán la no-exclusividad de los resultados, y la propiedad de los mismos por parte del proveedor de la Investigación. Así mismo se les debe informar a cada uno de los Clientes involucrados acerca de la existencia de otros participantes pero no necesariamente su identidad.
28. Los registros que en cualquier formato se hayan empleado para recabar la información permanecerán en custodia del Proveedor de Investigación y/o sus subcontratados para ser destruidos una vez que se cumpla un plazo previamente estipulado.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



---

## CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL

El presente capítulo dará un panorama histórico de Bancomer, su origen, desarrollo y situación antes y después de su fusión con el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, para obtener una visión general más amplia de la Institución y tratar de entender como estos cambios han incidido en la percepción de los clientes en el concepto de Calidad en el Servicio

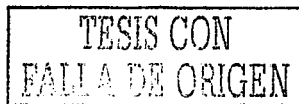
Se explicará brevemente su organización a nivel general y sucursal exponiendo sus objetivos, misión, idearios, y compromiso con el cliente, que es la principal razón de existir de toda empresa.

Los sistemas de calidad enfocados a la satisfacción del cliente son parte medular del presente estudio, se presentan modelos bajo la norma ISO 9000 y la herramienta del Benchmarking como estrategias para agregar valor a la organización y sus clientes

### 2.1. UBICACIÓN HISTÓRICA DE BBV A BANCOMER

En la presente investigación se mencionarán algunas definiciones básicas sobre la Banca y sus funciones para entender mejor las relaciones del sector bancario y las fusiones que se suscitaron a lo largo de la historia de México.

La Banca es una institución que custodia depósitos y presta dinero, es un intermediador entre el público ahorrador y quienes requieren esos ahorros. Según las funciones que se van a realizar hay varios tipos de bancos: banco de ahorro, banco



---

comercial, banco de depósito, banco de capitalización, banco fiduciario, banco hipotecario, banco central y banco de emisión.<sup>78</sup>

- **La Banca Comercial**

Es una institución privada, algunas con participación gubernamental y/o extranjera, entre ellas se encuentra BBVA Bancomer. Su característica es que se forma de una institución grande con numerosas sucursales distribuidas en todo el país o parte del mismo y en ellas se pueden realizar diversas actividades, antes exclusivas de otras instituciones. Actualmente se conoce como banca comercial-múltiple.

Cuando una de estas instituciones financieras padece de algún problema financiero o irregularidad en alguna de sus sucursales o filiales, tiene la ventaja de que tiene el apoyo de la institución a la que pertenece de manera que se hace posible su pronta recuperación.

- **Banca Especializada**

El sistema financiero estuvo basado en instituciones especializadas y durante el período que duraron se generaron problemas de insolvencia que se concentraron en las sociedades financieras. Algunas de estas sociedades financieras fueron intervenidas por la Comisión Nacional Bancaria, encargada de inspección y vigilancia del sistema y normatividad contable y sólo algunas se rehabilitaron con el cambio de accionistas, administradores y apoyo transitorios del Banco de México. Otras fueron liquidadas a través del Fideicomiso Liquidador de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares.

---

<sup>78</sup> Rodríguez, Alfredo C. Técnica y Organización Bancarias. p. 45.



---

Los bancos de depósito más grandes afiliaron a otras instituciones en problemas lo que dio origen a grupos financieros integrados por un banco de depósito líder, una sociedad financiera y un banco hipotecario.

- **Banca Múltiple**

Es una institución que permite a sus clientes realizar operaciones diversas que antes se realizaban en diferentes instituciones especializadas.

En 1974 se inicia el proceso de transformación de la Banca Privada en Banca Múltiple, así en una sola institución se realizan actividades de varias bancas especializadas que poco a poco se fueron fusionando. Los problemas de las instituciones fusionadas eran diversas y no siempre fue una elección acertada el absorber esas empresas, aún así la Banca Múltiple se desarrolló hasta convertirse en la organización financiera más importante del país.

### 2.1.1 Expropiación de la Banca

Los cambios políticos que ha sufrido México han causado modificaciones en la economía y en la sociedad, y el Sistema Bancario ha tenido que enfrentar toda clase de ajustes. La situación más delicada se presentó durante el período comprendido entre 1970-1976, sexenio presidencial de Luis Echeverría Álvarez, cuando se presentaron problemas en el desarrollo de la nación:

- ✓ Incremento del circulante
- ✓ Aumento en los precios
- ✓ Disminución del poder adquisitivo del peso
- ✓ Variaciones en la tasa de interés
- ✓ Crecimiento de la deuda externa
- ✓ Devaluación del peso, casi a veintidós pesos por dólar

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Lo anterior derivó en una crisis inflacionaria con la que José López Portillo recibe la presidencia, durante el período 1976-1982. Los Planes de Desarrollo propuestos no funcionaron como se esperaba y el fin del gobierno fue lamentable por la pésima distribución del ingreso y del gasto público.

### **2.1.2 Reprivatización de la Banca**

Las instituciones bancarias han sufrido diversos cambios derivados de las necesidades económicas tanto de las mismas instituciones como del país, y Bancomer al igual que las otras instituciones bancarias se ha visto envuelto en estos ajustes de la economía mexicana, los resultados de esta decisión fueron negativos y nuevamente en 1990, 18 bancos múltiples fueron intervenidos por el Gobierno Federal y objeto de venta a particulares. En 1991 la Banca Mexicana se reprivatiza y de nuevo los particulares toman el control de la mayoría de los bancos.

Las instituciones bancarias se ofrecieron al mejor postor sin tomar en cuenta la capacidad de los nuevos adquirentes para manejar funciones bancarias lo que trajo la quiebra de varias instituciones.

.....



## 2.2 ORIGEN DESARROLLO Y SITUACIÓN DE BANCOMER ANTES DE SU FUSIÓN CON BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA

La reprivatización de Bancomer se realizó a través de subasta de los Títulos de Propiedad del Gobierno Federal del Capital de Bancomer Sociedad Nacional de Crédito y se asignan a la empresa financiera Valores de Monterrey, S.A. (VAMSA). Y en esa primera reunión del Consejo de Administración de Grupo Financiero Bancomer y Bancomer, S.A., se designa como presidente de ambos consejos a don Eugenio Garza Lagüera y como director general a Ricardo Guajardo Touché.<sup>79</sup>

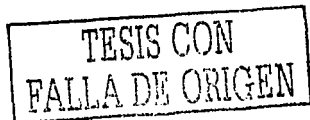
El origen de Bancomer, S.A. data de hace más de 65 años, en la época de la Revolución Mexicana, eran tiempos de crisis en todos los aspectos del país, sin embargo es en ese momento en que el señor Salvador Ugarte, nacido en Guadalajara México, se ve obligado a realizar actividades como cambista y poco después como banquero.

"1932 Al terminar la Revolución Mexicana se trasladó a la ciudad de México, donde ingresó a la Compañía Bancaria de París y México y al poco tiempo toma la decisión de establecer un banco, el Banco de Comercio.

1933 el Banco de Comercio establece contactos con los primeros bancos corresponsales en el extranjero: Nueva York, Chicago, San Luis y Londres.

1955 Se constituye la compañía financiera Bancomer y el Banco de Comercio establece su primer oficina de representación en el extranjero y un año más tarde en Madrid, España.

<sup>79</sup> Bienvenido a Bancomer. Manual de Integración, 1999.



---

1957 Don Manuel Espinosa Iglesias es nombrado Director General de Financiera Bancomer y se fundan : la Aseguradora Bancomer, Hipotecaria Bancomer, Hipotecaria Bancomer e Inmobiliaria Bancomer.

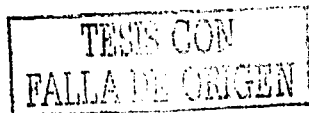
1967 Se inicia la automatización de los sistemas, se comienza con el sistema de cheques dando pie a al instalación del sistema de pagos activados por computadora y después se continua con la automatización de otras operaciones bancarias: cartera, cobranza, valores y créditos hipotecarios entre otros.

1969 Se lanza al mercado la primera Tarjeta de Crédito Bancomer, oportunidad para crear nuevos empleos al iniciarse la afiliación de establecimientos y de tarjeta habientes.

En 1977, Financiera Bancomer, Hipotecaria Bancomer y los 35 bancos de Comercio se reunieron en una sola institución de banca múltiple: Bancomer, S. A, fusión que le permitió mantener presencia y arraigo en las comunidades locales beneficiado por su infraestructura operativa única, además de una vasta red de sucursales.

Grupo Financiero Bancomer queda conformado con Bancomer a la cabeza, incluyendo también una casa arrendadora, una casa de bolsa, una compañía de seguros y una inmobiliaria., se contaba entonces con 587 oficinas en el país, una sucursal en Los Angeles y oficinas de representación en Londres, Madrid, Tokio y Nueva York.

1979 Se implanta el Sistema On-Line el cual sirve para enlazar en un registro central todas las operaciones bancarias de las principales ciudades del país para ofrecer un servicio más ágil y completo.



---

1980 Se inaugura El Centro Bancomer, edificado en una superficie de 122 mil metros de terreno y se convirtió en punto de referencia de la Ciudad de México

1982 El entonces Presidente José López Portillo decreta en su último informe de gobierno la nacionalización de la banca privada.

1982 Inicia el servicio de 43 cajeros automáticos, distribuidos en siete ciudades.

1984 Se inicia el sistema "Si Empresarial", el cual permite el manejo automático de operaciones bancarias el cual pueden operar los empresarios desde sus oficinas.

1985 Se crea la primera tarjeta de débito mexicana "Si Activa" que facilita a los clientes de cuenta de cheques el acceso a sus fondos.

1987 Bancomer es listado en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV)

1990 Se ofrece la "Cuenta Maestra" y la "Nómina Electrónica"

1991 Se crea la "Tarjeta de Inversión Júnior" que abre la opción de inversiones para niños y jóvenes.

1992 Grupo Financiero Bancomer, S.A. de C. V. queda integrado por :

- Bancomer, S.A.. Institución de Banca Múltiple
- Arrendadora Bancomer
- Factoraje Bancomer
- Casa de Bolsa Bancomer
- Almacenadora Bancomer

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

1993 Se establece el Modelo Estratégico que transforma la estructura organizacional en unidades de gestión y producto con la finalidad de satisfacer las necesidades de cada segmento de clientes por medio de una atención especializada.

1994 Surge "Plancasa" como nuevo producto de crédito individual para vivienda media y residencial.

1995 Se crea XHGFB Televisión Bancomer, la primera red privada de televisión empresarial en el país y Latinoamérica, transmitiendo en 460 sucursales y 66 edificios corporativos, el objetivo de ésta era capacitar a los empleados sobre nuevos productos y servicios.

1996 Back Of. Montreal, a través de una alianza estratégica adquiere el 16% del capital de GFB y en este mismo año consolida logros como:

- La incorporación de Seguros Monterrey Aetna y Fianzas Monterrey Aetna
- El lanzamiento de Telebanco y Bancomer por Teléfono.
- La creación del Centro de Cómputo de Monterrey, con capacidad de procesamiento para soportar la información central de sistemas instalada en la Ciudad de México.
- Mediante el desarrollo del concepto de sucursales comunitarias se alcanza una red de más de 1,000 sucursales en 600 poblaciones del país.

1997 Bancomer es reconocido como líder de las Administradoras de Fondos para el Retiro (AFORES) en Latinoamérica y además incursiona en el negocio de Banca Seguros con el lanzamiento de Seguros de Bancomer logrando distribuir seguros de vida, y hogar a través de su red de sucursales, logrando en un año de operación ubicarse como la sexta empresa aseguradora de México.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

1999 Bancomer en este año cuenta con sucursales en el extranjero: Londres y Gran Cayman, agencias en Nueva York y los Angeles y oficinas de representación en Sao Paolo, Brasil y mantiene relaciones de negocio con más de 1,000 bancos correspondientes en todo el mundo.<sup>80</sup>

2000 Se presenta un nuevo cambio en la vida de la institución, se trata de la fusión de Bancomer con un banco extranjero. El 29 de junio, la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas de GFB (Grupo Financiero Bancomer) aprobó por unanimidad la fusión de Grupo Financiero BBV Pro Bursa (GFB) en GFB, en una transacción que involucra 1,400 millones de dólares y se llega al acuerdo de modificar la denominación social de Grupo Financiero Bancomer a Grupo Financiero BBVA Bancomer (GFBB).

### 2.3 ORGANIZACIÓN DE BANCOMER

La organización de Grupo Financiero Bancomer está basada en unidades de negocio especializadas, por medio de las cuales se atienden segmentos de mercado específicos con el desarrollo de productos y servicios adecuados a las necesidades de los clientes. Los objetivos de negocio en las diversas áreas del mercado financiero en que participa se logran con el sustento de las siguientes empresas:<sup>81</sup>

- **Banca Tradicional**

La Banca tradicional se integra por la red de sucursales en todo el país y ofrece servicios bancarios como depósitos, préstamos para personas físicas y empresas; tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, etc.

<sup>80</sup> Bienvenido a Bancomer, Manual de Integración, pp. 3-12.

<sup>81</sup> Ibid. pp. 13-20.

---

- **Banca de Inversión y Mercados Financieros:**

Servicios especializados de emisión de deuda y capitales para personas físicas, empresas privadas y públicas, su objeto es facilitar el acceso a los inversionistas en el mercado de valores mediante una adecuada diversificación de cartera mediante asesoría financiera especializada.

- **Seguros y Fianzas**

Se ocupa de productos tradicionales como seguros de auto, vida, hogar y pensiones, distribuidos por agentes por conducto de sucursales bancarias

- **Administración de Activos.**

Su función es la administración de fondos de inversión y Administración de Fondos para el Retiro (AFORE) además de servicios fiduciarios.

### 2.3.1 Segmentación de Mercados

Estas unidades de negocio y producto responden a la segmentación de necesidades y características de los diferentes tipos de clientes y se agrupan en seis unidades:<sup>82</sup>

- **Sector Seguros y Pensiones.** Desarrolla todos los productos del sector especializado en seguros y pensiones, ya sea a través de canales independientes, como agentes, o de las sucursales Bancomer. Por su especialización, cuenta con unidades de soporte de acuerdo con sus necesidades y funciones.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- 
- **Banca de Personas.** Es responsable de brindar servicios a las personas físicas y microempresas en productos financieros y operaciones transaccionales, a través de la red de sucursales en todo el país, así como canales alternos para su distribución como Bancomer por Teléfono, Cajeros automáticos y Telebanco entre otros.
  
  - **Banca Institucional.** Da atención a los sectores corporativos privados y públicos en servicios financieros básicos y especializados como la Banca de Inversión. Además provee a los segmentos empresariales de productos electrónicos para la administración de tesorerías y apoyos en el sistema de pagos a sus grandes clientes corporativos y de la Banca Empresarial.
  
  - **Banca Especializada.** Proporciona servicios financieros para personas físicas de altos ingresos por conducto de la Banca Patrimonial. Atiende las necesidades de las tesorerías de las empresas en los mercados financieros. Tiene bajo su responsabilidad el desarrollo de productos y servicios internacionales, así como el fiduciario.
  
  - **Banca Empresarial.** Busca satisfacer las necesidades de captación, crédito y productos especializados para las empresas medianas y grandes en todos los sectores de la industria y servicios.
  
  - **Crédito.** Se encarga de la recuperación especializada de préstamos (workout), así como de la normatividad y capacitación en materia de crédito.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

<sup>82</sup> Bienvenido a Bancomer. Manual de Integración. pp. 17-18.

### 2.3.1.1 Áreas de Soporte

Estas unidades de negocio cuentan con áreas que dan soporte a las operaciones del grupo:<sup>83</sup>

- **Finanzas y Planeación**

Comprende las áreas de Finanzas, Planeación Estratégica, Jurídico, Administración de Riesgo de Empresas y Personas y Aseguramiento de Calidad en la Operación.

- **Plataforma de Negocios**

Da soporte a todas las áreas de la institución en materia de Recursos Humanos, Sistemas, administración y Diseño de Procesos de Negocio.

- **Contraloría**

Reporta al Presidente del consejo de Administración. Su misión es verificar que las operaciones de la organización se apeguen a políticas institucionales y respeten el marco legal que rige la actividad de la empresa.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

<sup>83</sup> Bienvenido a Bancomer. Manual de Integración. pp. 13-20.

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA



### 2.3.1.2 Socios Estratégicos

Con el objetivo de aprovechar las ventajas de la globalización se formaron asociaciones estratégicas con empresas líderes en el ámbito internacional para desarrollar nuevas oportunidades de negocio o atacar nichos especializados de mercado.<sup>84</sup>

- Bank of Montreal Primer Banco establecido en Canadá en 1817, institución enfocada al mercado norteamericano con operaciones en Europa y Asia. Es uno de los diez bancos más grandes del continente con activos superiores a los 140 mil millones de dólares americanos. Atiende a más de siete millones de clientes en Canadá y Estados Unidos. Su red de más de 1,200 sucursales se extiende por todo el territorio canadiense y el medio oeste de Estados Unidos.
- El banco estadounidense Harris Bank es principal subsidiaria, el cual es una empresa líder que ofrece servicios financieros a toda clase de clientes, desde personas físicas hasta grandes corporativos.
- Cuenta además con Nesbitt Burns, la Casa de Bolsa más importante de Canadá, para satisfacer las necesidades de inversión de su clientela.
- AT&T. Empresa líder mundial en telecomunicaciones, nacida en 1885, ha desarrollado elementos clave en las comunicaciones como el teléfono, los cables trasatlánticos, satélites de comunicación, fibra óptica y las comunicaciones inalámbricas. Tiene operaciones mundiales en prestación de

<sup>84</sup> Bienvenido a Bancomer. Manual de Integración. pp. 13-20.



servicios de comunicación residencial, empresarial e inalámbrica de larga distancia.

- Aetna Internacional Inc. Compañía aseguradora líder en los Estados Unidos, mantiene con Grupo Financiero Bancomer relaciones de negocio desde 1992 a través de VAMSA (Seguros Monterrey Aetna y Fianzas Monterrey Aetna). Junto con esta empresa y su subsidiaria chilena AFP Santa María, conforman AFORE Bancomer, la administradora de fondos para el retiro más grande en México y América Latina.
- Comercial Credit Corporation (Travelers Group). Es una de las compañías más grandes en servicios financieros en Estados Unidos. Con más de siete billones de dólares en cartera neta y reconocida como una de las más eficientes en la industria ya que sus sucursales cuentan con una tecnología llamada Maestro que permite modernizar el proceso de aprobación de préstamos, reduce el tiempo de entrenamiento e incrementa el control del crédito. El objetivo de esta alianza es desarrollar el negocio de crédito al consumo para los sectores de bajos ingresos.

### 2.3.2. Objetivo, Misión e Ideario de Bancomer

Conocer el origen de una empresa como Bancomer S.A. y su cultura organizacional puede ayudar a entender de que manera los clientes y empleados perciben a la institución

Ser la mejor opción financiera del mercado por medio de una orientación definida al cliente, mediante la creación de unidades de negocio especializadas y preocupadas en atender segmentos de mercado específicos a través de productos y servicios sustentados en una amplia red de sucursales y servicios altamente eficientes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Bancomer S.A. se conforma por un conjunto de negocios con estrategias específicas para cada tipo de mercado integrado en una sola Institución y aunque las actividades de sus empleados son diversas y responden a necesidades diferentes comparten creencias y actitudes que se traducen en la filosofía de la empresa.<sup>85</sup>

### *Misión*

- Ser la mejor opción para satisfacer las necesidades de la sociedad en servicios financieros con la máxima seguridad y calidad.
- Obtener un rendimiento atractivo para los accionistas de la institución contribuyendo de manera importante al desarrollo económico y social de la comunidad.
- Ofrecer a su gente las mejores condiciones para su desarrollo integral, en respuesta a su esfuerzo individual y de equipo.<sup>86</sup>

### *Visión*

Adonde se quiere llegar y cómo se va lograr, estipulando nueve áreas clave de acción:<sup>87</sup>

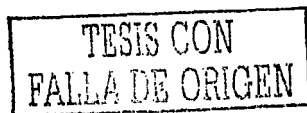
- **Personal.** Buscar continuamente la motivación de todo el personal, fomentando la identificación con los valores misión y visión de la institución y que tenga el perfil requerido por la institución.

---

<sup>85</sup> Bienvenido a Bancomer. Manual de Integración. 1999 pp. 8-12 .

<sup>86</sup> Ibid. p. 8.

<sup>87</sup> Ibid. pp. 9-10.



- 
- **Rentabilidad y Solvencia.** Enfocar esfuerzos hacia el uso óptimo de los recursos y el aumento de la productividad para obtener una rentabilidad que permita estar dentro de los primeros diez grupos financieros del mundo.
  - **Calidad / servicio.** Buscar que, para cada cliente la calidad del servicio sea el elemento distintivo de Bancomer .
  - **Mercados.** Ser la institución con el más fuerte arraigo regional en el mercado nacional, buscando una posición dominante en los mercados que se atienden, con presencia selectiva en el extranjero y liderazgo en la introducción de nuevos productos.
  - **Administración de Riesgos.** Contar con el mejor nivel de riesgo de la industria, a través de una adecuada medición y segmentación por especialidad, basados en normas apropiadas para cada uno de los segmentos.
  - **Sistemas e Infraestructura.** Adoptar la tecnología de información más poderosa y avanzada, adecuada a las necesidades de la institución, que permita ofrecer la más amplia gama de bienes y servicios y desarrollar una cultura orientada al uso de la tecnología de la información como herramienta fundamental de trabajo.
  - **Insumos y Servicios.** Estar integrados con proveedores de muy alta confiabilidad especializados en actividades de soporte que estén identificados con los mismos objetivos y valores para obtener la mejor calidad, servicio y costo.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- **Relaciones.** Mantener relaciones con instituciones y organismos públicos y privados para participar activamente en el desarrollo del Sistema Financiero Mexicano.
- **Imagen.** Ser reconocida como una institución líder, sólida y de vanguardia con un enfoque primordial de calidad en el servicio y cercanía al cliente.

### Valores

Bancomer cree en el individuo sin distinción de sexo, raza o religión, en su honestidad, sentido de responsabilidad y deseo de superación, compartiendo entre todos en el éxito de la institución.<sup>88</sup>

Se estipulan dichas creencias para que cada uno las lleve a la práctica con la convicción de que cada una de ellas conducirá al éxito del quehacer diario.<sup>89</sup>

- **Honestidad.** Actuar con integridad cumpliendo con la responsabilidad asignada en el uso escrupuloso de información, recursos materiales y financieros.
- **Justicia.** Buscar objetiva e imparcialmente la verdad, para otorgar a cada cual lo que le corresponde.
- **Austeridad.** Utilizar siempre todos los recursos con la máxima efectividad y cuidado, evitando desperdicios y consumos superfluos.
- **Prudencia.** Manejar cuidadosamente los recursos encomendados a la institución, tomando riesgos calculados dentro de las políticas establecidas y

<sup>88</sup> Bienvenido a Bancomer, Manual de Integración. p. 11.

<sup>89</sup> Ibid pp. 11-12.



de las normas de conducta que corresponden a la confianza depositada en cada uno de los empleados.

- **Espíritu de Servicio.** Hacer todo lo que esté al alcance para responder con agilidad y amabilidad, ya que es la única forma de satisfacer plenamente las expectativas de clientes y colaboradores.
- **Lealtad.** El "amor a la camiseta" debe ser una característica que distinga a quienes trabajan en la institución. Es ser fiel a la empresa y a la gente del equipo.
- **Responsabilidad.** Tener el compromiso de actuar decididamente dentro del ámbito de influencia, haciendo todo aquello que contribuya al logro de las metas y objetivos de la institución.
- **Creatividad.** El Espíritu de Servicio es uno de los valores que mencionaremos por el momento sin que los demás dejen de ser elementos importantes del concepto, hablamos de satisfacer las expectativas de los clientes y colaboradores y responder a ello con agilidad y amabilidad.

### 2.3.3 La Bandera Bancomer



Desde sus inicios Bancomer tuvo como representación al dios Mercurio, personaje de la mitología dedicado a los negocios y que en tiempos arcaicos perfeccionó el comercio y el cambio, además de inventar los pesos y las medidas. Por lo que se consideraba dios del comercio y protector de los comerciantes,

Foto 2 Dios Mercurio

por lo tanto un emblema adecuado para el entonces Banco de Comercio.<sup>90</sup>

La bandera utilizada antes de la fusión con Banco Bilbao Vizcaya Argentaria fue seleccionada entre varios modelos en 1948 y su representación gráfica fue evolucionando con la misma institución.

Los colores verde y amarillo se dividen en cuatro cuarteles que por su orden y proporción manifiestan el equilibrio y el balance que debe existir en la Institución:

- El verde es el símbolo de la esmeralda, del dios Mercurio y de la Tierra, también representa la esperanza, la abundancia y la libertad.
- El amarillo simboliza al rubí, al fuego y al león, además, la riqueza, la fuerza, la fe y la constancia.



Foto 3 Logo Bancomer

#### 2.3.4 Calidad y Servicio en Bancomer

Un banco es una institución financiera diferente a cualquier otra organización, por ser actores relevantes en todas las actividades económicas y tiene además relación constante con todos los sectores de la población.<sup>91</sup>

<sup>90</sup> Bienvenido a Bancomer, Manual de Integración. pp. 21-22.

<sup>91</sup> Ibid p. 23.



La función básica de un banco es captar recursos de personas y empresas que quieren ahorrar y canalizar estos recursos a través de préstamos, a quienes los requieran y destinarlos a actividades productivas que contribuyan al desarrollo económico del país. El pago de esos créditos y de sus intereses permiten al banco tener la capacidad de devolver a los ahorradores sus recursos cuando los requieran. Otra función relevante de un banco es el sistema de pagos, medio por el cual se liquida toda transacción monetaria.<sup>92</sup>

Los recursos que se manejan no son del banco, pertenecen a millones de ahorradores que no sólo depositan sus recursos económicos, sino también su confianza en la institución para custodiar su patrimonio, así que la responsabilidad más importante de los bancos es la salvaguarda de los recursos y esa preferencia se logra gracias a la constancia en la calidad y servicio de los productos.<sup>93</sup>

### 2.3.5 Compromiso

Bancomer establece en su misión un compromiso con cuatro elementos de la sociedad:<sup>94</sup> (ver esquema 10)

- **Clientes.** el elemento clave para la permanencia como institución a largo plazo es la actitud de servicio con los clientes para entender y satisfacer sus necesidades. Todos son clientes, ya sea internos y externos y son ellos la razón de existir de la institución.
- **Accionistas.** Como cualquier otra empresa Bancomer no existiría sin accionistas, son las miles de personas que invierten sus recursos

<sup>92</sup> Ibid p. 23

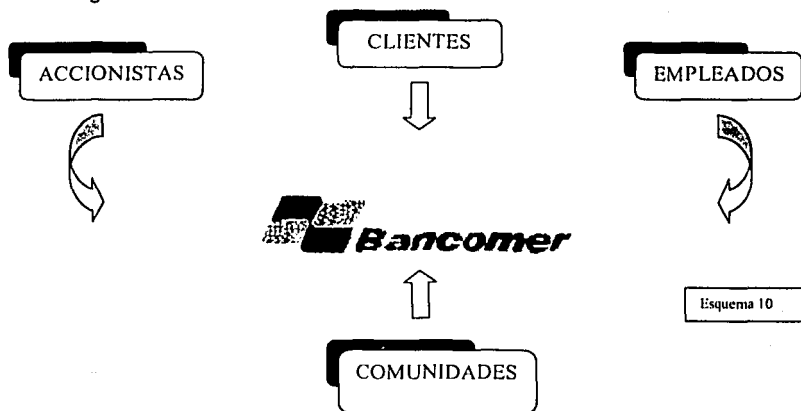
<sup>93</sup> Ibid p. 23





económicos y confianza para que a través de la satisfacción de las necesidades de los clientes se puede tener una organización sana y rentable convirtiéndose en la única forma de garantizar permanencia a largo plazo.

- **Empleados.** Son la columna vertebral de la organización porque a través de sus ideas y capacidades contribuyen a al evolución de la misma. "La Gente Bancomer" debe compartir la visión de satisfacer las necesidades del cliente y mantener una relación a largo plazo. El personal está conciente de que no es suficiente el esfuerzo individual, sino que es indispensable el trabajo en equipo.
- **Comunidades.** La función básica del negocio es apoyar el desarrollo económico de las comunidades, propiciando una mejor economía financiera y fuentes de empleo. Por ello se debe actuar con eficiencia para ser ejemplo de integridad y honestidad, responsabilidad depositada directamente en cada integrante de Bancomer.<sup>95</sup>



<sup>94</sup> Ibid p. 24.

<sup>95</sup> Bienvenido a Bancomer, Manual de Integración, p. 26.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

### 2.3.6. Productos y Servicios

Los servicios se generan a través del contacto personal entre banco y cliente a diferencia de otras industrias que venden productos tangibles. Y de este modo es como se transmite la efectividad y calidad del servicio que se proporciona. Todos son clientes, ya sea internos y externos y son ellos la razón de existir de la institución.

El primero en estar convencido de la calidad y de las ventajas competitivas que garantizan cada uno de los productos y servicios es la gente que trabaja en la institución y es importante que los conozcan para que puedan transmitir a los clientes las ventajas que se ofrecen como institución financiera.

Aunque no se proporcione servicio directo a clientes externos como representante del banco se debe tener conocimiento para convertirse en promotor y canalizar a quien se necesite con la persona adecuada.

A continuación se detallan algunos productos y servicios divididos en categorías para explicarlos de manera clara y concreta.<sup>96</sup>

#### I. Captación

Recursos económicos provenientes del público inversionista, normalmente pagan intereses dependiendo del tipo de instrumento con base en el monto y plazo.

Existen cuatro modalidades:

- A) **Vista:** Es la captación con disponibilidad inmediata (se puede convertir en efectivo) y está representada por la Cuenta de Cheques:

- Cuenta Productiva
- Cuenta Versátil
- Cuenta Maestra

De igual manera, posee instrumentos de inversión:

- Plancomer Inmediato
- Ficomer "M"

**B) Ahorro:** Es un instrumento para el manejo de depósitos y retiros con intereses capitalizables.

Los principales son:

- Inversión Inmediata
- Inversión Inmediata "JR"
- Cuenta Nómina Inmediata

**C) Depósitos a plazo:** Son instrumentos mediante los cuales se pueden hacer depósitos por un plazo predeterminado que cuando llega a su fin (vencen), se genera un compromiso de pago de los intereses y repago del principal.

- Plancomer Día Siguiente
- Plancomer Plazo
- Plancomer Plazo Preferente Plus
- Ficomer Empresarial
- Mercado de Dinero

<sup>96</sup> Ibid. pp 26-31.

**D) Sociedades de Inversión:** Manejan un portafolio de inversiones de acuerdo con sus características. Tienen acceso a instrumentos que un inversionista individual no tiene y le dan los beneficios que éstos ofrecen.

- Renta fija: invierten en instrumentos de este tipo (bonos, certificados de la tesorería, etc.)
- Renta variable: invierten una posición en acciones de empresas cotizadas en Bolsa, por lo que su rendimiento no está predefinido ni asegurado.

**II. Cartera de Créditos.**

Recursos que se destinan a cubrir necesidades de las principales actividades que directamente intervienen en la producción, distribución y consumo de los bienes y servicios que se desarrollan en nuestra economía.

**Tipos de créditos:**

**Personas físicas:**

- Crédito de Consumo
- Planauto
- Planmicro
- Plancrédito
- Prestamos Personales

**Crédito Hipotecario:**

- Plancasa

Esquema II

**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

**Tarjeta de Crédito:**

- Clásica
- Oro
- Platinum
- Aprobación garantizada
- Grupos Marca Propia
- Grupos de Afinidad
- Empresarial

### III. Servicios Diversos

Medios por los cuales el banco busca facilitarle a nuestros clientes el acceso a los diversos productos y servicios que ofrecemos:

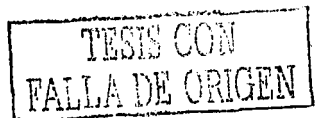
- Bancomer por Teléfono
- Cajeros automáticos
- Práctica Bancomer
- Abono Electrónico de Nóminas
- Dinero Seguro
- Envío Efectivo Bancomer
- Cargo Electrónico a Proveedores
- Emisión Electrónica de Estados de Cuenta
- Telebanco Bancomer
- Cash Windows

El compromiso con el cliente es darle lo mejor de cada uno de los integrantes de la organización y el sello distintivo es la **calidad**.

#### 2.3.7 Calidad Distintiva

Bancomer a través de su trayectoria como intermediario financiero ha realizado esfuerzos para mejorar la calidad de los servicios, incorporando nueva tecnología, procesos y redes de comunicación buscando que el cliente reconozca los siguientes atributos como un banco:<sup>97</sup>

<sup>97</sup> Bienvenido a Bancomer, Manual de Integración. p. 32



- **Solidez.** Por el respaldo a sus clientes y permanencia en el mercado
- **Experiencia.** Por su liderazgo en el mercado y su visión para adaptarse a distintos escenarios
- **Prestigio.** Su imagen y nombre ha perdurado durante más de 65 años
- **Completo.** Ofrece todos los servicios y productos financieros para satisfacer las necesidades del cliente
- **Innovador.** Cuenta con todos los sistemas y tecnología más avanzados
- **Servicio.** Brinda eficiencia, comodidad y rapidez

#### 2.4 SITUACIÓN DE BANCOMER-BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA DESPUÉS DE LA FUSIÓN

El 14 de Septiembre de 1999 Ricardo Guajardo Touché anuncia el requerimiento de Bancomer por mil millones de dólares para resolver problemas de capitalización derivados de la crisis de 1994 por lo que se consideró ampliar la participación del 16 por ciento del Bank of Montreal y se firma la renovación del Programa de Papel Comercial de Bancomer por 500 millones de dólares.<sup>98</sup>

Se toma la decisión de venta de la participación de la aseguradora Monterrey Aetna y de activos no estratégicos para la capitalización de Bancomer y se concluye la fusión del Grupo Financiero Bancomer con Promex.

El 3 de marzo del 2000, durante la 63 Convención Bancaria, inaugurada por el entonces presidente de México, Ernesto Zedillo, se da la noticia formal por medio de José Madariaga Lomelín, presidente del Consejo de Administración del Banco Bilbao Vizcaya acerca de su intención por tomar el control del Grupo Financiero Bancomer (GFB) Y Ricardo Guajardo Touché, Presidente del Consejo de

<sup>98</sup> Periódico Reforma, 14 de Septiembre, 1999



Administración de GFB, anuncia por su parte que ya se realizan pláticas para analizar la posibilidad de fusionar ambas instituciones.<sup>99</sup>

El 3 de marzo se anuncia el acuerdo de fusión mediante la firma de una carta de intención, indicando que el proceso debería concluir antes de finalizar el segundo trimestre del año, Bancomer, el segundo banco más grande del país pasaría a ser el primero bajo la denominación de Grupo Financiero BBVA Bancomer.

El 1º de julio del 2000 se realiza por fin la fusión y capitalización de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria que adquiere el control del Grupo Financiero Bancomer.

#### 2.4.1 Etapas de la fusión

Durante el tercer trimestre del 2000, GFBB llevó a cabo una reorganización interna entre sus distintas organizaciones bancarias (BANCOMER, BBV México Y Banca Promex) con el objetivo de facilitar sistemas y operaciones. La reorganización constó de cuatro etapas:

1. Fusión de Banca Promex en Bancomer.
2. Traspaso de las actividades de banca tradicional de BBV-México a Bancomer
3. Traspaso de ciertas actividades relacionadas con servicios financieros de Bancomer
4. Cambio de nombre de Bancomer al de BBVA Bancomer y de BBV-México al de BBVA Bancomer Servicios.<sup>100</sup>

<sup>99</sup> Ibid.

<sup>100</sup> <http://www.bbva.com/corporativo/estruc.asp>



### 2.4.2 Estructura y Situación actual de BBVA Bancomer

Las asambleas de accionistas de los respectivos bancos aprobaron todos los eventos corporativos necesarios para la implementación de esta reorganización. Ambas subsidiarias son propiedad de GFBB al 99.99%. Como resultado de la misma, GFBB mantendrá en principio dos licencias bancarias: 1) BBVA Bancomer (antes Bancomer), que lleva a cabo las actividades de banca tradicional tales como captación de depósitos y originación de préstamos, contando para ello con la totalidad de la red de sucursales; y 2) BBVA Bancomer Servicios (antes BBV-México), que lleva a cabo ciertas actividades relacionadas con servicios financieros tales como banca de inversión, fideicomisos, avalúos, administración de sociedades de inversión de deuda y operación de la red de cajeros automáticos. BBVA Bancomer cuenta con 100% de la cartera y de la captación y 99% de los activos bancarios de GFBB. Tras esta reorganización, se operan dos subsidiarias bancarias con actividades separadas pero complementarias, especializada cada una en negocios distintos. Asimismo, se maximizan los beneficios financieros y fiscales de ambas instituciones. Finalmente, se facilita la integración de sistemas y operaciones y así la realización de sinergias esperadas de la fusión, todo ello sin alterar la estructura patrimonial de GFBB y sin afectar a clientes, empleados o accionistas.

GFBB, además de Bancomer y Bancomer Servicios, mantiene el control de otras subsidiarias: Casa de Bolsa BBVA Bancomer, S.A. de C.V. (99.99%), con banca de inversión, corretaje de acciones, promotora, administradora y asesora de sociedades de inversión; Seguros Bancomer, S.A. de C.V. (75.00%), encargada de atender los mercados de bancaseguros; Pensiones Bancomer, S.A. de C.V., (99.99%) constituida para administrar las rentas vitalicias asociadas con el nuevo esquema de pensiones en México y Fianzas Probusa, S.A. de C.V. (99.99%) encargada de atender el mercado de fianzas en México.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



---

A su vez, Bancomer es el tenedor del 75% de las acciones de Afore Bancomer, la empresa líder en el mercado de administración de fondos de pensiones en México.

Al 30 de noviembre del 2001, Afore Bancomer tenía Ps. 52,639 millones de activos en administración, equivalentes al 22% del mercado. Su base de clientes es de 3.7 millones de afiliados, representando el 14% del mercado.<sup>101</sup>

"GFBB es el grupo financiero líder en México y la mayor institución financiera privada en Latinoamérica en captación de recursos y número de clientes. Su principal subsidiaria es Bancomer, banco fundado en la ciudad de México en 1932, el cual opera bajo el modelo de banca universal, ofreciendo productos y servicios a personas físicas y morales, por medio de unidades especializadas y en conexión con las otras subsidiarias de GFBB. Al 31 de diciembre del 2001, Bancomer cuenta con una extensa red de 1,756 sucursales y 3,712 cajeros automáticos en México, realizando una amplia gama de actividades bancarias comerciales y de menudeo. En el extranjero tiene sucursales en Londres y Gran Caymán, agencias en Nueva York y Los Angeles y una oficina de representación en Sao Paulo, Brasil. Adicionalmente, Bancomer tiene una subsidiaria bancaria en las Islas Caymán, Mercury Bank & Trust Limited, y mantiene relaciones con más de 1,000 bancos corresponsales en todo el mundo. Al 31 de diciembre del 2001, Bancomer tiene activos totales por Ps. 420,509 millones, depósitos bancarios totales de Ps. 324,410 millones y un capital contable de Ps. 41,396 millones.

Por más de seis décadas, Bancomer se ha preocupado por ofrecer servicios financieros diferenciados con la más alta calidad. Con base al conocimiento del cliente, Bancomer puede identificar las necesidades y deseos de sus más de nueve millones de clientes de servicios bancarios y más de tres millones de clientes no bancarios, lo que permite diseñar una oferta de productos y servicios acordes a la

<sup>101</sup> <http://www.bancomer.com/corporativo/estruc.asp>



---

medida de sus expectativas, respaldado por la seguridad y solidez de la marca Bancomer.”

El principal accionista de GFBB es el Grupo Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), que con un valor de capitalización de más de 39 billones de dólares, se convierte en el mayor Grupo Financiero español dentro de la zona Euro. BBVA es un grupo financiero de elevada solvencia (rating AA-) y rentabilidad (ROE de 18.0%). Al 31 de diciembre del 2001, sus activos totales ascienden a 275 billones de dólares y gestiona recursos de clientes por 288 billones de dólares a través de sus más de 8,288 oficinas y empleando a 98,588 personas.

BBVA tiene presencia en 37 países del mundo destacando su compromiso con la región latinoamericana donde está presente en 8 países formando la franquicia financiera líder de la región con una red de distribución de 4,461 oficinas y una plantilla de 64,835 personas.<sup>102</sup>

#### **2.4.3 Origen Desarrollo y Situación Actual de la Sucursal BBVA Bancomer , Sucursal Vallejo Poniente 4129**

La sucursal se estableció en los años 70's, cuando las actividades industriales de la Zona Azcapotzalco en la Colonia Industrial Vallejo dieron pie para que varias instituciones bancarias se establecieran en el cruce de las avenidas Norte 45 y Poniente 134. En sus primeros años existían dos sucursales Bancomer, una a cada lado de la Avenida Norte 45, una dedicada a la atención de personas físicas y la otra especializada en empresas.

---

<sup>102</sup> <http://www.bbva.com/omcr.com/corporativo/estruc.asp>



---

Al llegar la etapa de nacionalización de la banca las dos sucursales, al igual que los servicios, fueron fusionadas y ubicadas en la esquina de la Avenida de Norte 45 y Poniente 134 convirtiéndose en una sucursal de banca múltiple, sufriendo además la liquidación y reubicación de parte de su plantilla la cual sumaba casi 60 empleados. En el año 2000 Bancomer fusiona Banca Promex y la sucursal Bancomer antes número 034, absorbe la sucursal Promex ubicada en Poniente 136.

Actualmente la sucursal se encuentra ubicada dentro del área de bancos en la zona industrial de Azcapotzalco, en la Avenida Poniente 134 num. 626 Colonia Industrial Vallejo. Al norte colinda con las avenidas Río de los Remedios; al sur Boulevard de los Ferrocarrileros; al este Ceylán y al oeste Calzada Vallejo. La competencia se encuentra en la misma institución ya que en una cuadra y media existen dos sucursales de BBVA Bancomer además de los otros bancos como Banamex, Bital, Bancrecer, Y Santander

Se encuentra rodeada de las colonias Industrial Vallejo, Prado Vallejo, Ex hacienda de En medio, Prensa Nacional, Rosario Ceylán, Unidad Patera y los siguientes barrios, de las Salinas, San Andrés, Santa Cruz, Huautla y Pueblo.

La sucursal tiene un valor aproximado de 418 millones de pesos, de los cuales 72 millones son de cuentas de las empresas, atendidas por un Gestor Negocios, un ejecutivo de apoyo y dos cajas especiales.

A continuación se da una breve descripción de la sucursal en cuanto a infraestructura, personal y operaciones.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Infraestructura**

Superficie Total	1750 m
Superficie ocupada por la sucursal	1750 m
Cajones de Estacionamiento	52
No. de Ventanillas	18
No. de Cajeros automáticos	2
No. de Cajas de Seguridad	252

**Operaciones**

Información al mes de	marzo
No. de clientes atendidos en ventanilla	Aprox. 21 mil
Tiempo máximo de espera	Aprox. 15 min.
No de clientes atendidos en Plataforma	aprox.
Tiempo máximo de atención	aprox. 15 a 25 min.
No. de operaciones en ventanilla	aprox. 53,383 mil
No. de operaciones en Cajero autom.)	Aprox. 18 mil

**Personal**

Tiempo completo	34
Part time	4
Sindicalizados	27
No sindicalizados	11

Esquema 12

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

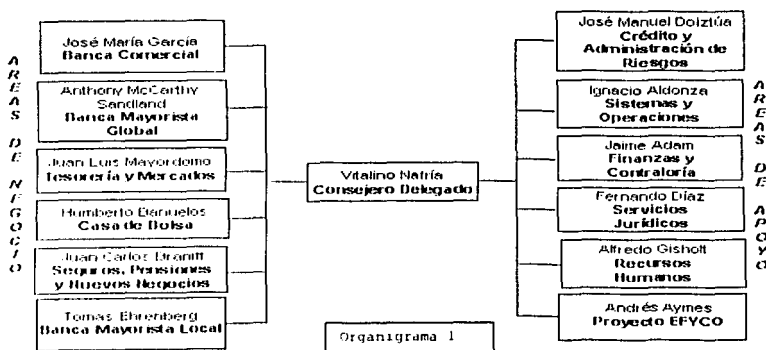
## 2.5. ORGANIZACIÓN DE BBVA BANCOMER

La organización de BBVA Bancomer se puede detallar brevemente de la siguiente forma:

La Presidencia del Consejo recibe apoyo de las áreas de Auditoría Interna, Comunicación Corporativa y Normatividad para dirigir a las distintas áreas de negocio como son: la Banca Comercial, Banca Mayorista Global, Tesorería y Mercados, Casa de Bolsa, Seguros, Pensiones y Nuevos Negocios y La Banca Mayorista Local, bajo la supervisión y coordinación de Crédito y Administración de riesgos, Sistemas Operacionales, Finanzas Y Contraloría, Servicios Jurídicos y Recursos Humanos.

La Banca Comercial integrada por la red de Sucursales como se mencionó anteriormente, depende de una Dirección de Unidad de Gestión que las dirige, coordina y a su vez reporta a una Dirección Divisional

### 2.5.1 Organigrama de BBVA Bancomer



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 2.5.1.1. Objetivo y Misión de BBVA Bancomer

#### *Misión*

- Generar confianza al servir más y mejor a la clientela, con transparencia e integridad ofreciendo siempre productos y servicios financieros de alta calidad
- Proporcionar a nuestros colaboradores las mejores condiciones para su desarrollo integral
- Ser solventes y ofrecer rendimientos atractivos a nuestros accionistas
- Apoyar el bienestar social como una resultante de la actividad del negocio<sup>103</sup>

#### *Valores*

- Ética
- Cliente
- Resultados
- Equipo
- Desarrollo humano
- Calidad

"Atender de forma Rentable y con Calidad a los CLIENTES es parte fundamental de los valores corporativos"<sup>104</sup>

<sup>103</sup> <http://www.bbva.com/corporativo/estruc.asp>

<sup>104</sup> BBVA Bancomer. Manual de Dirección y Gestión en Oficinas, 2002

### 2.5.1.2. Cambio de Imagen

El 31 de octubre de 2000 se aprueba la nueva marca que representa los valores corporativos de la institución. Al nombre de Bancomer se une en recuadro del lado izquierdo en fondo azul y color blanco, la sigla BBVA, la cual no se pronuncia y sólo es testimonio de que el nuevo banco cuenta con sólido de este Grupo Financiero Internacional.

La bandera de colores verde y amarillo, característica de Bancomer, fue cambiada por una bandera de colores azul y blanco con los datos característicos de ambas instituciones con uso oficial a partir del 1º de noviembre del 2000. (ver imagen 11)

The image shows the logo for BBVA, consisting of the letters 'BBVA' in a bold, black, sans-serif font.

Foto 4

### 2.5.1.3 Estrategias

#### 1 Garantizar la alta rentabilidad del negocio bancario a través de dos líneas fundamentales de acción.<sup>105</sup>

- Mejorar la eficiencia operativa para alcanzar un estándar de clase mundial en el año 2003 con sinergias de costos derivadas de la integración del negocio bancario y de los esfuerzos para identificar otras oportunidades de eficiencia.

<sup>105</sup> <http://www.bancomer.com/corporativo/estruc.asp>

- Crecer gracias al aprovechamiento de oportunidades de negocio en segmentos de la industria de servicios financieros en México con alto potencial de crecimiento, el valor de la franquicia de GFBB y el fuerte reconocimiento de la marca Bancomer, así como el exitoso modelo de negocios de banca comercial de BBVA

## **2 Consolidar un portafolio de negocios equilibrado <sup>106</sup>**

- Se ha desarrollado un portafolio de negocios no bancarios de alta rentabilidad, tales como la administradora de fondos para el retiro más grande de América Latina y negocios líderes de banca de seguros, pensiones, sociedades de inversión e intermediación de valores. Estos negocios constituyen una base de diversificación de ingresos y, en conjunto contribuyen con aproximadamente 25% de la utilidad neta de GFBB.

## **3 Desarrollar oportunidades de negocios actuales y nuevos mercados explorando continuamente nuevas oportunidades para crear valor y, en consecuencia desarrollar iniciativas en :<sup>107</sup>**

- La industria de telecomunicaciones a través de Alestra en sociedad con A&T Y Alfa.
- En Internet a través de Bancomer. com.
- En el mercado hispano en Norteamérica, por medio de Bancomer Transfer Services, compañía que opera transferencias de dinero de Estados Unidos y Canadá a México y Centroamérica.

<sup>106</sup> Ibid.  
<sup>107</sup> Ibid.



#### 2.5.1.4 Nuevas Alianzas Estratégicas

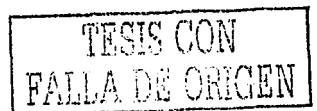
Ante la evolución de las regulaciones en el Sistema Financiero Mexicano y la creciente demanda de servicios financieros en el mercado, GFBB se ha enfocado en consolidar su liderazgo en sus diferentes áreas de negocio, para lo cual ha desarrollado diversas alianzas estratégicas con empresas líderes en sus respectivos mercados tales como e-banking, e-commerce, telecomunicaciones y transferencias electrónicas de dinero, ofreciendo productos y servicios financieros competitivos<sup>108</sup>

- **Alianza con BBVA**

En junio del 2000, GFBB y BBVA acordaron establecer una Alianza Estratégica, mediante la cual el Grupo Financiero BBVA Bancomer se convertirá en el socio exclusivo o preferencial de BBVA para todas las iniciativas empresariales en los mercados de influencia natural de BBVA Bancomer. Esta alianza persigue el objetivo final de creación de valor para todos los accionistas de GFBB. Los mercados cubiertos por la Alianza Estratégica serán México, Centroamérica y las comunidades de origen mexicano y centroamericano de Norteamérica. En el resto de América Latina, se analizarán caso por caso las posibilidades de colaboración. Las áreas contempladas por la Alianza Estratégica incluyen Banca y Valores, Banca seguros, Afores, Remesas de Dinero, E-Banking, E-Commerce, Seguros y Proyectos Industriales.<sup>109</sup>

<sup>108</sup> <http://www.bancomer.com/corporativo/estruc.asp>

<sup>109</sup> *Ibid.*

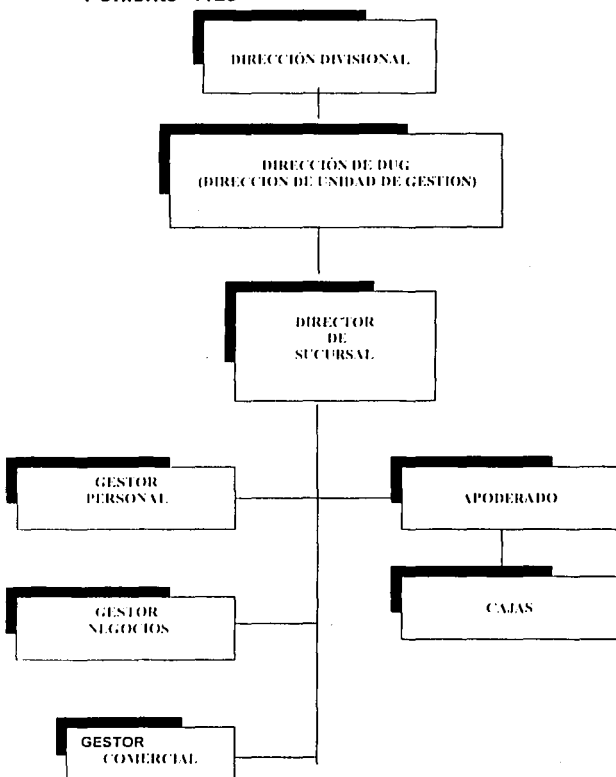


### 2.5.2 Organización de la Sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129

La sucursal Vallejo Poniente 4129 depende actualmente a la Unidad de Gestión de la región Lindavista, subordinada a la División Metro Norte y a su vez guarda el siguiente esquema de funciones: (ver organigrama 2)

#### 2.5.2.1. Organigrama de Sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129

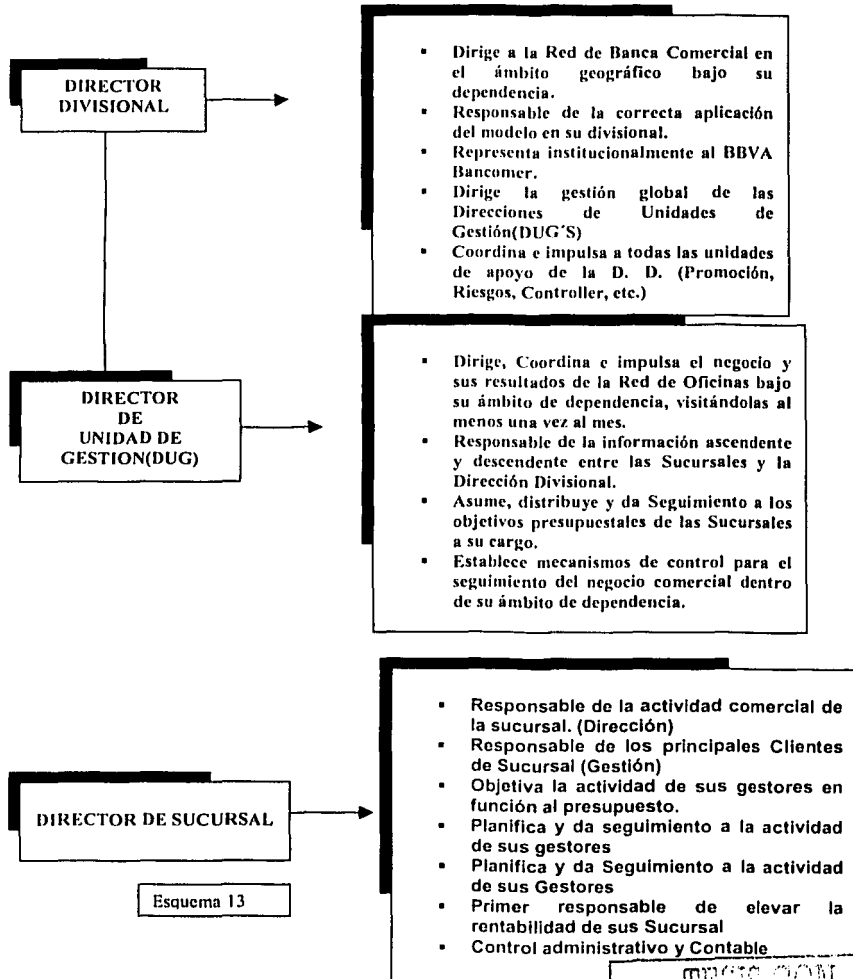
Organigrama 2



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

El Director de cada sucursal tiene a su cargo ejecutivos o gestores y recibe apoyo del apoderado que supervisa y coordina al área de cajas .

### 2.5.2.2 Funciones de la Organización



IMPRESO CON  
FALLA DE ORIGEN

Gestor Personal

- Responsable de la promoción de productos / servicios a Clientes asignados a su cartera.
- Responsable de elevar la rentabilidad de los Clientes asignados a su cartera.
- Generar una fuerte actividad comercial en función a visitas a Clientes / prospectos.
- Se valora su actividad comercial en función al crecimiento de su carte (clientes nuevos y saldo en cuentas.

Gestor Negocios

- Responsable de la promoción de productos / Servicios a Clientes asignados a su cartera. (negocios)
- Responsable de elevar la rentabilidad de los Clientes asignados a su cartera.
- Generar una fuerte actividad comercial en función a visitas a Clientes / Prospectos de su zona de influencias.
- Se valora su actividad comercial en función al crecimiento de su carte (clientes nuevos y saldo en cuentas.

Gestor Comercial

- Responsable de realizar las acciones comerciales de todos los Clientes que lo demanden en la sucursal.
- En función a la planificación por su director, realiza la gestión de promoción y venta de Productos / Servicios a los clientes de la sucursal.
- Se valora su actividad comercial en función a la contribución que tiene para lograr el presupuesto a través de las acciones realizadas
- Principal responsable de la permanente gestión de filas / patio

Esquema 14

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 2.5.2.3. Objetivo y Misión de la Sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129

La sucursal, como elemento de la Organización tiene la misma filosofía que orienta los esfuerzos del equipo para el logro de objetivos por parte de sus integrantes y mejorar en forma continua los proceso de trabajo para lograr que los productos y servicios cumplan y excedan las expectativas del cliente por medio de un sistema de calidad.

Entre sus objetivos se encuentra el brindar un servicio rápido, eficiente y seguro en las operaciones de los clientes en la sucursal e incrementar permanentemente la cartera de clientes rentables para el grupo financiero

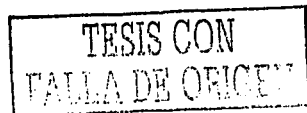
Su misión es incrementar la base de clientes y mantener la fidelidad de los existentes, para lograr mayor cuota de mercado (volúmenes – productos) de forma rentable, a través de la promoción efectiva de los productos y servicios bancarios, ofreciendo una atención de Excelente Calidad .

## 2.6. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL UNIVERSO A ESTUDIAR

### 2.6.1 Universo

El universo de estudio se limita a los apoderados o representantes legales de empresas, clientes de Banca Comercial de BBVA Bancomer, S.A., Sucursal Vallejo Poniente 4129, población de aproximadamente 417 empresas.

El sexo predominante de los integrantes de este grupo social es el masculino, personas en su mayoría casados, padres de familia y con poder adquisitivo de clase media alta a clase alta. La sucursal no cuenta con bases de datos que especifiquen el sexo y edades.



---

En su mayoría se trata de profesionistas con edades que podrían oscilar entre los 25 a los 65 años. La mayoría no solo se nombran apoderados por requerimientos legales de representación de las empresas, sino que son dueños o principales accionistas de las mismas.

La categoría de éstas son pequeña empresa con cerca de 100 empleados y mediana empresa, con hasta 500 empleados, con carácter de permanentes, dependiendo de su actividad, según clasificación de NAFIN (Nacional Financiera) sector, que por su naturaleza se acerca frecuentemente y con más facilidad a los servicios de la banca comercial para hacer toda clase de operaciones como depósitos, pago de cheques, solicitud de créditos, pago de nóminas y toda clase de operaciones en ventanilla además de requerir asesorías financieras que pueden brindarse vía telefónica o personal ya sea para la empresa o como personas físicas<sup>110</sup>.

### 2.6.2 Problemática del universo a estudiar

La problemática se presenta al tener falta de información acerca de las empresas existentes así como la calidad en el servicio, que brinda actualmente la Sucursal Vallejo Poniente 4129 la cual se encuentra en una zona que se caracteriza por la actividad industrial y en menor escala comercial, por lo que su rentabilidad y razón de existir dependen en gran parte de las necesidades y preferencia del grupo social en estudio.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 2.7 DESCRIPCIÓN DE LA TEMÁTICA A TRATAR

La calidad en el servicio es el tema en estudio, ya que de esta percepción por parte de los clientes puede depender su preferencia por los servicios que ofrece la institución y aunque el cliente recurre al banco por distintas necesidades tiene varias opciones en los competidores.

"Los servicios, a diferencia de los productos tangibles se generan del contacto personal entre empleados y clientes, es así como se percibe la calidad y efectividad del servicio proporcionado.

La función básica de un banco es captar recursos de las personas y empresas, para canalizarlos a través de préstamos a quienes lo requieran para destinarlos a actividades productivas que contribuyen al desarrollo económico del país. El pago de esos créditos y de sus intereses permiten al banco tener la capacidad de devolver a los ahorradores e inversionistas sus recursos cuando lo requieran.

La responsabilidad que tiene un banco es la salvaguarda de los recursos económicos de sus clientes que además depositan su confianza para la custodia de su patrimonio esa preferencia se gana sobre la base de la constancia en la calidad y servicio de los productos"<sup>111</sup>.

El nivel de servicio que se ofrece actualmente en la sucursal puede dejar clientes conformes pero el sistema de calidad de toda empresa es su filosofía, que orienta los esfuerzos de todos sus integrantes, para mejorar en forma continua los procesos de trabajo, garantizando que los productos y servicios que provee excedan las expectativas del cliente.

<sup>110</sup> Manual de Presentación de Productos de Credipyme y Crediliquidez. BBVA Bancomer

<sup>111</sup> "Bienvenido a Bancomer". Guía de integración



### 2.7.1 Políticas de Calidad del Grupo Financiero Bancomer

En el Grupo Financiero BBVA Bancomer el compromiso es gestionar los sistemas de calidad enfocados a la satisfacción del cliente cumpliendo y superando sus expectativas, respetando y haciendo cumplir las leyes y reglamentos internos y externos relacionados con la prestación de los servicios. Además, fomentar la aplicación de acciones preventivas, la medición y el cumplimiento de requisitos y objetivos para el logro de la mejora continua e impulsar el desarrollo y motivación del personal en la consecución de la calidad.<sup>112</sup>

**Misión:** Contribuir en la Generación de valores en el Grupo, promoviendo y manteniendo prácticas de Gestión que permitan la eficiencia de los Procesos y el óptimo uso de los Recursos para desarrollo del personal y el logro y satisfacción del cliente Interno y Externo, comprometidos siempre con la Mejora Continua.

Actualmente BBVA Bancomer cuenta con un "Modelo de Calidad"<sup>113</sup> basado en las normas ISO, siglas que corresponden a la **Organización Internacional para la Normalización** que inició funciones en 1947. La serie **ISO 9000** corresponde a las **Normas Internacionales para la gestión / dirección de calidad** lanzadas oficialmente por ISO el pasado 15 de Diciembre del año 2000 y son adoptadas por la Institución para la implantación, control y seguimiento del Programas de Calidad.

**Objetivo:** Fortalecer ante los clientes el compromiso de mejorar continuamente optimizando sistemas y proceso que permitan controlar eficientemente las operaciones. Para lograrlo implantan y desarrollan Sistemas de Calidad bajo las directrices de las Normas ISO 9000.

<sup>112</sup> <http://bancomer.intranet.com.mx/calidad/CC/Iso/Iso.htm>

<sup>113</sup> *Ibid.*





**Funciones:** Apoyar a las áreas del Grupo Financiero en el desarrollo y mantenimiento de Sistemas Calidad conforme con los requisitos de las normas ISO 9002: 1994 e ISO 9001: 2000.

Se manejan 4 tipos de proyectos:

1. Proyectos nuevos que se desarrollan de acuerdo a los requerimientos de ISO 9001: 2000.
2. Adecuación de Sistemas de Aseguramiento de la Calidad (ISO 9002: 1994) a Sistemas de Gestión de la Calidad (ISO 9001: 2000)
3. Mantenimiento del Certificado conforme a ISO 9002: 1994
4. Mantenimiento del Certificado conforme a ISO 9001: 2000

Las áreas con tipo de proyecto 2, 3 y 4 ya cuentan con certificados concedidos.

ÁREA	TIPO DE PROYECTO
Retiros Afores	1
Seguros	1
Admisión y Proceso Riesgos Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas)	1
Aclaraciones de cheques, tarjeta de crédito y Logística y Distribución de Mensajería	1
Banca de Inversión	1
Sorteo "El Libretón"	2
Administración de Fondos (Casa de Bolsa)	2
Telecobro	2
Deposito Empresarial	2
Siefore	2
Selección, Reclutamiento y Contratación de Personal	3
Línea Bancomer	3
Servicio Hipotecario	4

Esquema 15

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 2.7.2 Modelo de Calidad ISO 9000

Las normas ISO 9000 se han convertido en una referencia internacional para los requerimientos de calidad en las relaciones comerciales y han formado la base de más de 410,000 sistemas de dirección de calidad certificados dentro de organizaciones del sector público y privado, en casi 150 países. Los poseedores de la actual versión de ISO 9000 tendrán tres años para hacer la transición a las nuevas versiones de ISO 9001.<sup>114</sup>

Las reglas de ISO demandan que sus normas sean revisadas periódicamente en base al desarrollo tecnológico y del mercado. Entre los cambios hechos lo principal es lo siguiente:<sup>115</sup>

- El número reducido de normas; requerimientos explícitos por lograr satisfacción del cliente y la mejora continua;
- Una estructura más lógica; un mayor acercamiento basado en el manejo de un proceso organizacional; más fácil para ser usado por las organizaciones de sector de servicios y por pequeñas empresas.
- La posibilidad de ir más allá de la certificación para lograr la satisfacción no sólo de los clientes, sino de todas las partes interesadas, como los empleados, accionistas y sociedad en conjunto.

El Dr. Pierre Callibot, Presidente de la Dirección de Calidad y Aseguramiento de Calidad comentó; "Las nuevas versiones de las normas proporcionarán una oportunidad de mejorar sus sistemas de dirección de calidad existentes con una vista a agregar el valor para las organizaciones y sus clientes. Además una

<sup>114</sup> Ibid.

<sup>115</sup> Ibid.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

aceptación más amplia y aplicación en los sectores actuales del usuario, las nuevas ediciones atraerán a nuevos usuarios de los campos menos tradicionales, contribuyendo con eso a los objetivos de ISO de facilitar el comercio, incrementar la prosperidad global y contribuir al bienestar social".<sup>116</sup>

La nueva norma no pretende dar uniformidad a los sistemas, sino que estos deben cambiar a las circunstancias cambiantes de las empresas, el Dr. Pierre Callibot define también que no es la intención que las empresas cambien la estructura de sus sistema de calidad para que se alineen con lo que la norma requiere, la documentación de la empresa debe definirse de manera apropiada a las actividades particulares de cada empresa.

La esencia de la nueva norma es administrar bajo enfoque de procesos así como ser un medio de identificar rápidamente oportunidades de mejoramiento (mejora continua). Los requerimientos del cliente se representarán como entradas en el proceso y serían los nuevos elementos o requisitos agrupados:<sup>117</sup>

1. Responsabilidad de la Dirección.
2. Administración de Recursos
3. Realización del producto
4. Medición, Análisis y Mejora

---

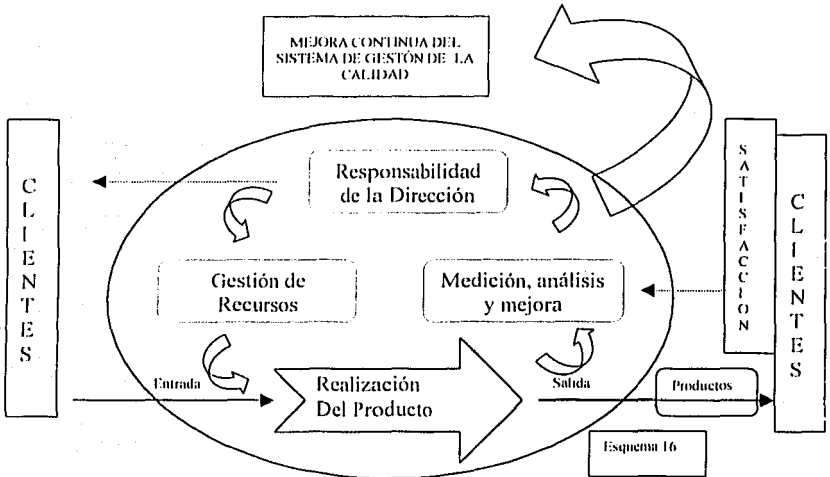
<sup>116</sup> *Ibid.*

<sup>117</sup> *Ibid.*

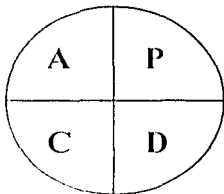


El siguiente modelo representa un Sistema de Calidad:

(ver esquema 16 )



El Ciclo PDCA es un concepto ideado originalmente por Shewart, pero adaptado tiempo después por algunos personajes importantes en el mundo de la calidad como Deming. El ciclo PDCA básico se conoce ahora comúnmente como Círculo Deming y también representa un modelo del Ciclo de Mejora. Consiste en una serie de cuatro elementos que se llevan a cabo consecutivamente:<sup>118</sup> (ver esquema 17)



Esquema 17

<sup>118</sup> <http://bancomer.intranet.com.mx/calidad/CC/Iso/Iso.htm>

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

P: Plan (PLANEAR): establecer los planes.

D: DO (HACER): llevar a cabo los planes.

C: CHECK (VERIFICAR): verificar si los resultados concuerdan con lo planeado.

A: ACT (ACTUAR): actuar para corregir los problemas encontrados, prever posibles problemas, mantener y mejorar.

Ishikawua aportó en este campo la división de los dos primeros pasos del Ciclo PDCA en dos etapas cada uno, lo que da como resultado un proceso de seis pasos:

P: 1) Determinar Metas y Objetivos y 2) Determinar Métodos para alcanzar las metas

D: 3) Dar Educación y Capacitación y 4) Realizar el Trabajo

C: 5) Verificar los efectos de la Realización

A: 6) Empezar la Acción Tomada

Los bancos bien pueden clasificarse como un organismo social que requiere de administración, es un grupo en el que todos sus integrantes en forma sistemática coordinan sus medios para lograr un bien común y de la forma de coordinar las personas y las cosas que lo conforman y precisamente en razón de la manera en que se les coordine, se obtendrá mayor o menor eficiencia.

Los bancos son empresas que requieren de administración como todo organismo social. Las empresas sin importar su tamaño basan el éxito ya sea de forma directa o indirecta en una buena administración de los elementos materiales, humanos, etc.

Mejorar la calidad de administración requiere de técnica de coordinación de todos los elementos y crear así capitalización, desarrollo de calificación de sus empleados y trabajadores, que son bases esenciales de desarrollo de toda empresa cuyo objetivo es la producción de bienes y servicios para satisfacer un mercado.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

La calidad, puede decirse, es la principal preocupación de cualquier organización, empresa o persona que quiera lograr una ventaja competitiva y mejorar utilidades. Frecuentemente el término calidad se emplea para denotar lujo o características extras que causan mayor costo a bienes o servicios, sin embargo es tan sólo: dar al cliente lo que requiere y hacerlo de modo que cada tarea se realice correctamente desde la primera vez.<sup>119</sup>

Un sistema de calidad sirve para satisfacer al consumidor, pero desde el punto de vista interno es mejorar el sistema operativo de la negociación, ya que el objetivo final de la institución es hacerlo rentable.

El control de calidad es un sistema de métodos para producir económicamente bienes o servicios que satisfagan los requerimientos del usuario. La implantación efectiva del control de calidad requiere de la cooperación de todo el personal de la compañía incluyendo la alta dirección, los gerentes, los supervisores y operadores de todas las áreas de actividades.

Al hablar de calidad es posible tomar como ejemplo el milagro japonés. Después de la Segunda Guerra Mundial, los japoneses se vieron en la necesidad de recurrir a la calidad para desarrollar su capacidad de exportar productos manufacturados. Estados Unidos abrió sus fronteras al mercado de productos japonés y gerentes y consultores estadounidenses se convirtieron en sus maestros. Los japoneses asimilaron todo lo que veían, inclusive lo que decían carteles de las paredes de las fabricas "cero defectos", "la calidad cuenta", y "hágalo bien desde la primera vez". Y creyendo que las compañías americanas practicaban lo que predicaban pusieron en práctica lo aprendido.<sup>120</sup>

---

<sup>119</sup> Barra, Ralph, Círculos de Calidad en Operación. p. 1.

<sup>120</sup> *Ibid.* p. 7.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

“Los japoneses compraron y copiaron tecnología estadounidense y contrataron expertos de Estados Unidos para que enseñaran y entrenaran a sus líderes. Establecieron un objetivo nacional: la calidad; promulgaron una ley sobre estandarización industrial; utilizaron y desarrollaron al máximo el recurso de las – personas – empleando primero sus manos y luego sus mentes. Hoy, los empleados japoneses constituyen un tanque de pensamiento masivo, que ofrece millones de ideas sobre cómo obtener una mejor calidad en todo lo que hacen y fabrican”.<sup>121</sup>

### 2.7.3. El Benchmarking como estrategia de mejora en el Grupo Financiero BBVA Bancomer

Estudios realizados en corporaciones como Delta Airlines, 3M Company, IBM Y Hewlette-Packard por ejemplo muestra que las que tiene el más alto rendimiento sobre sus inversiones son aquellas que no sólo ofrecen los productos de mejor calidad, sino que muestran una calidad total a través de toda la organización. Ellas han demostrado que “más vale prevenir que remediar”.<sup>122</sup>

En la actualidad las empresas tienen que competir no sólo con empresas de la misma región, cada vez se presenta una competencia mayor con empresas de otros lugares y países debido a la globalización que se presenta día con día.

Las empresas por lo tanto deben buscar fórmulas y formas que las dirijan hacia una productividad y calidad mayor en busca de la competitividad. Una de las herramientas adoptadas por el Grupo Financiero BBVA Bancomer es el *Benchmarking* y la aplicará en el transcurso del 2002.

---

<sup>121</sup> Ibid. p. 7

<sup>122</sup> Ibid. p. 15

"Benchmarking se define como un proceso sistemático y continuo para comparar la propia eficiencia en términos de productividad, calidad y prácticas con aquellas compañías y organizaciones que representan la excelencia".<sup>123</sup> Esta herramienta fue aplicada por Xerox Corporation, (empresa reconocida en la fabricación de fotocopiadoras) en 1979 en su campaña para combatir la competencia con gran éxito ya que les permitió identificar los nuevos procesos de los competidores, los nuevos componentes de fabricación y los costos de producción.

El proceso de Benchmarking no sólo es aplicable a las operaciones de producción sino que puede aplicarse a todas las fases del negocio, desde compras hasta los servicios post venta, por lo que es una herramienta que ayuda a mejorar todos los aspectos tales como calidad y productividad. Es una nueva forma de administrar ya que cambia la práctica de compararse sólo internamente a comparar las operaciones en base a estándares impuestos externamente por las empresas reconocidas como líderes del negocio o aquellos que tienen la excelencia dentro de la industria, representa descubrir las mejores prácticas donde quiera que existan.<sup>124</sup>

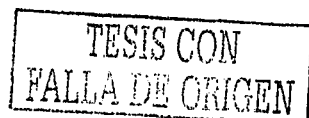
#### 2.7.4. Actividades y funciones del Área de Calidad

De acuerdo a los lineamientos de ISO 9000 y a la adopción de la herramienta Benchmarking para la implantación de Programas de Calidad, el área de referencia tiene las siguientes actividades y funciones dentro del proyecto a lanzarse en el transcurso del 2002:

- Negociación con áreas patrocinadoras y determinación de temas
- Desarrollo de la logística del programa
- Difusión a través de medios internos

<sup>123</sup> Bengt Kallöf y Svante Östblom, 1993, citados en <http://bancomer.intranet.com.mx/calidad/CC/Iso/Iso.htm>

<sup>124</sup> <http://bancomer.intranet.com.mx/calidad/CC/Iso/Iso.htm>





- Procesamiento de datos
- Entrega de resultados

El área de Calidad convoca a todo el personal del Grupo a participar y aportar ideas de mejora, en temas específicos que permitan apoyar programas de ahorro, costo, eficiencia y calidad, con el propósito de fomentar la creatividad y compartir la experiencia del personal del Grupo. Los ganadores de estos programas serán incentivados con premios económicos.

Se integrarán grupos de trabajo para definir, analizar y proponer soluciones a problemas o áreas de oportunidad específicas asignados por un Comité de Calidad y cuyo alcance e impacto se refleja en la Dirección / División y / o Cliente. Así se promoverá un lenguaje y metodología de mejora continua común, mediante el trabajo en equipo.

### 2.7.5 El Cliente y el Momento de Verdad

El éxito de cualquier negocio depende de vender lo que el cliente desea comprar. Y saber esto depende de conocer los deseos, necesidades, actitudes y tendencias de compra del cliente, se trata de mirar a través de sus anteojos y de alguna manera meterse en su cabeza para estar en condiciones de construir ventajas competitivas basadas en la calidad percibida de servicio.<sup>125</sup>

Identificar y satisfacer las necesidades del cliente ha contribuido a crear una ventaja del servicio para empresas como hospitales, cruceros, restaurantes, aerolíneas, bancos, etc.

La preferencia del cliente por un negocio sea cual fuere el giro depende también de los momentos de verdad, concepto que a continuación se describe:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

"Un momento de verdad es ese preciso instante en que el cliente se pone en contacto con el negocio y sobre la base de ese contacto, se forma una opinión acerca de la calidad del servicio y virtualmente calidad del producto" <sup>126</sup>

En toda empresa se experimentan múltiples momentos de verdad entre cliente y el negocio en el transcurso del día y esto no implica necesariamente que el contacto sea humano. Un momento de verdad puede ser: el momento en que el cliente entra al estacionamiento, facilidad de localización de entradas al negocio, limpieza del lugar, señales colocadas lógicamente y fáciles de leer, todos son momentos potenciales de verdad y ocurren aún antes de tener la oportunidad de actuar para el cliente. El resultado de no manejar los momentos de verdad es que la calidad del servicio regresa a al mediocridad ante los ojos de los clientes y esa percepción de servicio mediocre se traslada a la línea de productos de la compañía. <sup>127</sup>

---

<sup>125</sup> William B.Martin La Excelencia en el Servicio p. 22

<sup>126</sup> *Ibid* p. 30

<sup>127</sup> *Ibid* p. 31

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO**

El presente capítulo abordará la metodología para el diseño y elaboración del instrumento a utilizar en el estudio de Opinión Pública.

#### **3.1. RELACIÓN DEL MARCO TEÓRICO CON LA TABLA DE ESPECIFICACIONES**

En el marco teórico, subcapítulo 1.3., se define a la opinión pública, como hecho, como el conjunto de expresiones de los individuos del grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todos aquellos asuntos que interesan y/o afectan al grupo social, a diferencia de "el público" que es el grupo social en sí mismo.

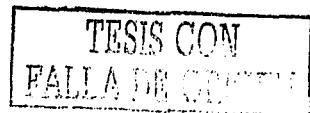
En este caso el conocimiento de los apoderados de las empresas de banca comercial de la sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129 respecto a la calidad en el servicio.

El análisis de la definición anterior, conduce a diferenciar:

1. Las expresiones de los individuos del grupo social
2. El referente público
3. El grupo social en sí mismo

En el mismo marco teórico se menciona que los elementos del sistema comunicativo son:

- a. Los actores
- b. Los instrumentos
- c. Las expresiones



#### d. Las representaciones

Asimismo se hace la analogía entre:

- actores como grupo social
- instrumentos como cuestionario
- expresiones del grupo social como conjunto de expresiones del grupo social
- representaciones como el conjunto de datos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para alguien, o tema por investigar en el presente estudio

Resulta necesario indicar que las acciones de los humanos son de dos tipos:

1. Las ejecutivas.- las que modifican el entorno físico material en el que se desenvuelven los agentes sociales
2. Las expresivas.- las que modifican el entorno simbólico de los actores de la comunicación <sup>1</sup>

Es de notarse la diferencia que se marca entre agentes sociales y actores de la comunicación en dos sentidos:

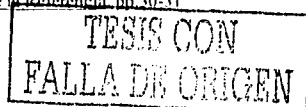
- a) Los agentes sociales realizan acciones ejecutivas, actúan en el sistema social y modifican su entorno físico material
- b) Los actores de la comunicación realizan acciones expresivas, actúan en el sistema de la comunicación y modifican el entorno simbólico

Los actores de la comunicación pueden tener como referente de sus expresiones

a:

1. Lo que hacen (como acciones ejecutivas)
2. Lo que ya han expresado con anterioridad (lo simbólico)

<sup>1</sup> Martín Serrano, M. Teoría de la Comunicación: Epistemología y Análisis de la Referencia, pp. 30-31



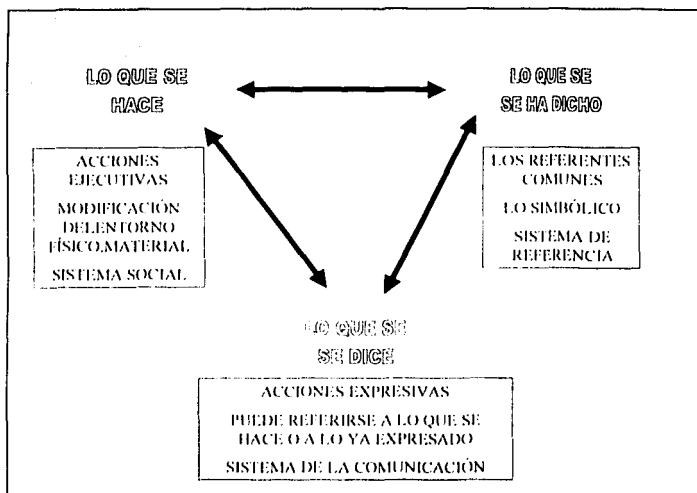
Conviene señalar que lo simbólico se encuentra en el sistema de la referencia. En el apartado 1.1. del presente trabajo, se indicó que hay varios sistemas, asimismo que uno de ellos es el de la referencia. En este sistema se contempla todo aquello que puede ser nombrado, es decir, aquellos referentes simbólicos que ya han sido nombrados y de los cuales los actores de la comunicación pueden (volver a) decir algo.

De tal forma que hay una diferencia entre:

- a. Lo que se hace como acción ejecutiva
- b. Lo que se dice (como acción expresiva)
- c. Lo que se dice que se hace (que es una expresión que tiene como referente a una acción ejecutiva)
- d. Lo que se dice de lo que ya se ha dicho (que es una expresión que tiene como referente a lo simbólico)

Lo inmediato anterior, en un esquema, quedaría de la siguiente manera:

Esquema 18



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Si se considera a la definición de opinión pública, mencionada líneas arriba, se tendría que aclarar que:

1. La indagación de la opinión de un grupo social no puede contrastarse con lo que realmente hacen los agentes sociales, pero sí que es necesario considerar los aspectos más importantes de los papeles que desempeñan los agentes sociales y que serían: **el sexo, la edad, la posición económica, la postura política, la posición familiar y la posición social.** (confróntese estas características del grupo social en el marco contextual de este trabajo)
2. La indagación de la opinión de un grupo social no puede contrastarse con el "mundo" simbólico (sistema referencial), pero si resulta pertinente que el investigador de la opinión pública indique un rango de credibilidad acerca de lo que el grupo social conoce acerca del referente, es decir, que se debe tener cierto **grado de certeza acerca del conocimiento de la temática** con la finalidad de lo que se exprese, como opinión, en el cuestionario, sea de actores que conozcan en cierto grado el referente. (confróntese, lo que se considera necesario conocer por parte del grupo social, en el marco contextual de este trabajo)
3. La indagación de lo que se expresa sobre lo que se hace y del sistema referencial, es lo propio del investigador de la opinión pública, pero hay que indicar que esta **expresión (opinión) varía dependiendo de los papeles que desempeña el agente social y del grado de conocimiento sobre la temática.**



---

Conforme a lo antes mencionado, resulta imprescindible:

1. Considerar como variable de un estudio de opinión pública a los diferentes papeles de los agentes sociales y, que en la tabla de especificaciones, se denominará bajo el término de **concepto sociodemográfico**.
2. Considerar como variable de un estudio de opinión pública al grado de conocimiento de la temática por parte de los actores de la comunicación y, que en la tabla de especificaciones, se denominará bajo el término de **concepto conocer**.
3. Considerar como variable de un estudio de opinión pública a las valoraciones expresadas en un cuestionario (opiniones) por los actores (grupo social a investigar) sobre la temática y, que en la tabla de especificaciones se denominará bajo el término de **concepto opinión**

### 3.2 CONSIDERACIONES DEL MARCO CONTEXTUAL Y SU RELACIÓN CON LA TABLA DE ESPECIFICACIONES

En el marco contextual se define el referente de estudio, calidad en el servicio, que en realidad se integra por varios servicios o productos empresariales que son lo que se ofrecen al grupo social elegido. Los servicios se generan a través del contacto personal entre banco y cliente a diferencia de otras industrias que venden productos tangibles.

La Banca Comercial Empresarial busca satisfacer las necesidades de captación, crédito y productos especializados para las empresas medianas y grandes en todos los sectores de la industria, manufactura y servicios, estos servicios bancarios son:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**1. Vista:** Es la captación con disponibilidad inmediata (se puede convertir en efectivo) y está representada por la Cuenta de Cheques.

## **2. Inversiones:**

- **Plazo fijo.** Recursos económicos provenientes de las empresas, normalmente pagan intereses dependiendo del tipo de instrumento con base en el monto y plazo, son instrumentos que por un plazo predeterminado que cuando llega a su fin (vencen), y se genera un compromiso de pago de los intereses y repago del principal.
- **Sociedades de Inversión:** Manejan un portafolio de inversiones de acuerdo con sus características. Tienen acceso a instrumentos que un inversionista individual no tiene y le dan los beneficios que éstos ofrecen.

Se distinguen instrumentos de **Renta fija:** invierten en instrumentos de este tipo (bonos, certificados de la tesorería, etc.) y **Renta variable:** invierten una posición en acciones de empresas cotizadas en Bolsa, por lo que su rendimiento no está predefinido ni asegurado.

## **3. Cartera de Créditos**

Recursos que se destinan a cubrir necesidades de las principales actividades que directamente intervienen en la producción, distribución y consumo de los bienes y servicios que se desarrollan en nuestra economía.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



#### 4. Medios Alternos y Servicios Diversos

Medios por los cuales el banco busca facilitarle a los clientes el acceso a los diversos productos y servicios que se ofrecen:

- Bancomer. Com
- Concentración Inmediata Empresarial (CIE)
- Seguros De Auto Por Flotilla
- Seguros De Vida Para Grupo De Empleados
- Atención En Sucursal
- Servicio De Aclaraciones

La calidad, se refiere al conjunto de cualidades o calificación de superioridad o excelencia de una persona o cosa en este caso de productos o servicios. En cualquier organización o empresa es la ventaja competitiva que ayudará a mejorar utilidades. Frecuentemente el término calidad se emplea para denotar lujo o características extras que causan mayor costo a bienes o servicios, sin embargo es dar al cliente lo que requiere y hacerlo de modo que cada tarea se realice correctamente desde la primera vez.

Los servicios son la utilidad que presta un bien o cosa, en este caso, son los productos ofrecidos por el banco especialmente creados para satisfacer las necesidades de las empresas de la banca comercial.

El control de calidad es un sistema de métodos para producir económicamente bienes o servicios que satisfagan los requerimientos del usuario. Un sistema de calidad sirve para satisfacer al consumidor, pero desde el punto de vista interno es mejorar el sistema operativo de la negociación, ya que el objetivo final de la institución es hacerlo rentable.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Finalmente, las expresiones del grupo social seleccionado dependerán del conocimiento sobre este referente y serán influidas por las categorías sociales. En otras palabras las expresiones u opiniones de los apoderados de las empresas de banca comercial de la sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129 respecto a la calidad en el servicio dependerán del conocimiento de los productos y serán influidos por su sexo, posición económica, posición familiar, posición política y posición social.

### 3.3 HIPÓTESIS DE TRABAJO

En este trabajo se plantean dos tipos de hipótesis: de carácter general y de carácter alternativo.

La hipótesis general de carácter nulo se aplica en temas con tratamiento estadístico como la presente investigación.

- **Hipótesis General (nula)**

La hipótesis general en esta investigación es la siguiente:

No se sabe cuál es la Opinión Pública de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de BBV A Bancomer Sucursal Vallejo Poniente 4129, respecto a la calidad en el servicio.

- **Hipótesis Alternativa**

Las hipótesis alternativas se plantean en base a las variables dependientes como son conocimiento y opinión sobre la problemática a tratar, y de la misma forma las variables independientes como son las categorías demográficas: sexo, edad, posición económica, posición social, posición política.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

1. El conocimiento respecto a la calidad en el servicio de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, es del 85%
2. Es el sexo lo que determina un 10% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
3. Es el sexo lo que determina con un promedio del 3.5 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
4. Es la edad lo que determina un 70% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
5. Es la edad lo que determina un 4.5 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
6. Es la posición económica lo que determina un 90 % el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

7. Es la posición económica lo que determina un 4.0 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
8. Es la posición familiar lo que determina un 35% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
9. Es la posición familiar lo que determina un 4.0 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
10. Es la posición política lo que determina un 25% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
11. Es la posición política lo que determina un 3.5 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
12. Es la posición social lo que determina un 95% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

13. Es la posición social lo que determina un 3.0 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129

### 3.4 VARIABLES

El conocimiento y la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, respecto la calidad en el servicio, dependerán de las características sociodemográficas del grupo social: sexo, edad, posición económica, posición familiar, posición política, posición social.

- Con respecto a la hipótesis número 2 la variable independiente es el sexo del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 3 la variable independiente es el sexo del grupo social y la variable dependiente es la opinión del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 4 la variable independiente es la edad del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- Con respecto a la hipótesis número 5 la variable independiente es la edad del grupo social y la variable dependiente es la opinión del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 6 la variable independiente es la posición económica del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 7 la variable independiente es la posición económica del grupo social y la variable dependiente es la opinión del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 8 la variable independiente es la posición familiar del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 9 la variable independiente es la posición familiar del grupo social y la variable dependiente es la opinión del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 10 la variable independiente es la posición política del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- Con respecto a la hipótesis número 11 la variable independiente es la posición política del grupo social y la variable dependiente es la opinión del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 12 la variable independiente es la posición social del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
- Con respecto a la hipótesis número 13 la variable independiente es la posición social del grupo social y la variable dependiente es la opinión del grupo social respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.

### 3.5 TABLA DE ESPECIFICACIONES

En este apartado se presenta la tabla de especificaciones que se define como un instrumento metodológico que permite la operacionalización de los conceptos, variables dependientes e independientes manejados en la hipótesis.

La tabla de especificaciones contiene cuatro columnas. En la primera se especifican los conceptos y se numeran en orden progresivo con un dígito; los conceptos a operacionalizar serán: Conocimiento, opinión y demográficos. En la segunda columna se anotan con dos dígitos las categorías, en donde el primero de ellos corresponde al concepto al correspondiente y el segundo a un orden progresivo; una categoría se define como las dimensiones que el concepto presenta en la realidad social en el caso particular del tema de esta investigación. En la tercer columna, se enuncia los indicadores, con tres dígitos en donde los dos

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

primeros corresponden a la categoría respectiva y el tercero al orden progresivo; un indicador se define como la medida única y unívoca que presenta en la realidad social en el caso particular de éste trabajo. En la cuarta columna, se enuncian los reactivos, numerados con las mismas especificaciones del indicador al que corresponden, es decir, que a cada indicador le corresponderá un reactivo; se entenderá por reactivo a una pregunta (base del reactivo) con sus respectivas opciones (posibles respuestas a la base del reactivo y de las cuales, para el caso del concepto opinión sólo una será válida, en la mayoría de los casos).

La tabla de especificaciones se lee en forma horizontal y de arriba hacia abajo. A continuación se presenta la tabla de especificaciones.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## Tabla de Especificaciones

CONCEPTOS	CATEGORIAS	INDICADORES	REACTIVOS
1. Conocer los productos y servicios de banca comercial para empresas de la sucursal de BBVA Bancomer sucursal Vallejo Poniente 4129	1.1 Cuenta de Cheques	1.1.1 Utilidad de la cuenta de cheques	1.1.1 De las siguientes cuentas señale cuál le permite a las empresas depositar y disponer de sus recursos con liquidez inmediata  a) Cuenta de ahorro b) Cuenta de cheques c) Cuenta en mesa de dinero d) Cuenta de tarjeta de crédito e) Cuenta de sociedades de inversión
		1.1.2 Emisión de estados de cuenta de chequeras	1.1.2 Conocimiento de la periodicidad en los estados de cuenta que emite Bancomer para informar acerca de los movimientos de depósitos y retiros realizados por la empresa  a) Diario b) Mensual c) Bimestral d) Trimestral e) Semestral
	1.2 Inversiones	1.2.1 Cuenta de Inversiones en plazo fijo	1.2.1 Conocimiento de la opción en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión  a) Fideicomiso b) Bono De Prenda c) Certificado De Aportación d) Instrumento De Deuda Tipificada e) Pagare Liquidable Al Vencimiento

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

<b>TEJES CON FALLA DE ORIGEN</b>		1.2.2	Objetivo de las sociedades de inversión	1.2.2	<p>Conocimiento de la opción en cuenta que da la oportunidad a las empresas de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p> <p>a) Cuenta De Nómina                  b) Fondo De Cobertura Cambiaria                  c) Cuenta En Dólares Empresarial                  d) Sociedades De Inversión Empresariales                  e) Pagaré En Unidades De Inversión En Administración UDIS</p>
	1.3 Bancomer. com.	1.3.1	Utilidad del servicio de Bancomer. com.	1.3.1	<p>Conocimiento de la opción del servicio alternativo que permite realizar operaciones bancarias a la empresa a través de la red de Internet</p> <p>a) Bancomer com                  b) Bancomer por teléfono                  c) Cajero automático Bancomer                  d) Terminal punto de venta Bancomer                  e) Concentración inmediata empresarial Bancomer</p>
		1.3.2	Requisitos de contratación de medio electrónico Bancomer. com.	1.3.2	<p>Conocimiento del requisito de contratación de un módem especial para acceder a Bancomer. com a través de la red de Internet en las computadoras de su empresa</p> <p>Cierto ( )                  Falso ( )</p>

	1.4 Seguros de auto y camiones por flotilla	1.4.1 Utilidad del Seguro de autos y camiones por flotilla	<p>1.4.1 Conocimiento de la opción que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que dañaran la economía de la empresa</p> <p>a) Financiamiento de vehículos  b) Seguro de responsabilidad civil  c) Seguro de automoviles rentados  d) Seguros de auto y camiones por flotilla  e) Seguro de asistencia a tarjeta habientes</p>
	1.5 Seguro de vida de grupo para empresa	1.5.1 Objetivo del seguro de vida de grupo para empresa	<p>1.5.1 Conocimiento de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento</p> <p>a) Seguro De Inmuebles  b) Seguro De Vida Individual  c) Seguro De Ingreso Económico  d) Seguro De Vida Cobertura Conyugal  e) Seguro De Vida De Grupo Para Empresa</p>
	1.6 Servicio Convenio Concentración Inmediata Empresarial CIE)	1.6.1 Utilidad del servicio convenio concentración Inmediata Empresarial CIE	<p>1.6.1 Señale el servicio que permite a las empresas la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes:</p> <p>a) Cargo electrónico  b) Dispersión empresarial  c) Pago electrónico de nómina  d) Pago electrónico a proveedores  e) Concentración inmediata empresarial CIE</p>
	1.7 Créditos	1.7.1 Adquisición de créditos empresariales	<p>1.7.1 Ha sido usuario de crédito empresarial en los últimos 5 años</p> <p>SI ( )  NO ( )</p>

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

		1.7.2 Requisitos para disponer de créditos empresariales	1.7.2 Conoce las garantías requeridas por el banco para disponer de crédito empresarial  a) Garantía hipotecaria o inversión b) Garantía de contratar seguros de todos los empleados de la empresa o vehículos c) Garantía de palabra o carta compromiso d) Garantía de pago semanal o diario
	1.8 Asesoría y atención a empresas	1.8.1 Asesoría del ejecutivo en sucursal	1.8.1 Conocimiento del ejecutivo de empresas que lo debe atender en sucursal  a) Verónica Chavez y Laura Gómez b) Alfa Álvarez y Mónica Madrigal c) Antonio Cervantes y Edith Fuentes d) Fabiola Olvera y Carla Ruiz e) Norberto Jiménez y Saúl Díaz
		1.8.2 Atención de cajas empresariales en sucursal	1.8.2 Conocimiento de las cajas 1 y 2 de atención a Empresas  Certo ( ) Falso ( )
		1.8.3 Procedimiento para atención de aclaraciones de empresas	1.8.3 Conocimiento del procedimiento en caso de aclaraciones de empresas en sucursal  a) verbal b) por escrito c) correo electrónico
		1.8.4. Servicio de estacionamiento en la sucursal.	1.8.4. Conocimiento del servicio de estacionamiento en sucursal con pago.  Certo ( ) Falso ( )

TESIS CON  
 FALSA DE ORIGEN

2 Opinar respecto a los productos y servicios de banca comercial para empresas de la sucursal de BBVA Bancomer sucursal Vallejo Poniente 4129	2.1 Cheques	2.1.1 Facilidad de acceso a los recursos de cuenta de cheques	2.1.1 En la escala del 1 al 5 califique la facilidad de acceso a los recursos de cuenta que le permite a la empresa depositar y disponer de sus recursos monetarios con liquidez inmediata asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.1.2 Oportunidad en la recepción de estados de cuenta	2.1.2 En la escala del 1 al 5 califique la oportunidad en la recepción de sus estados de cuenta asumiendo que el uno es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.1.3 Confiabilidad de la información recibida en sus estados de cuenta de cuenta	2.1.3 Califique del 1 al 5 la confiabilidad de la información que recibe en sus estados de cuenta de su cuenta de cheques, asumiendo que el uno es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
	2.2 Inversiones	2.2.1 Facilidad de concertación de las inversiones en plazo fijo	2.2.1 Califique del 1 al 5 la facilidad de concertación de la cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de s inversiones asumiendo que el uno es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.2.2 Adecuada asesoría del ejecutivo respecto a la cuenta en mercado de valores	2.2.2 Califique del 1 al 5 la asesoría en sucursal referente a la opción en cuenta en mercado de valores considerando que el uno es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

		2.2.3 Información adecuada respecto a cuentas de mercado de valores	2.2.3 Califique del 1 al 5 la información adecuada referente a la opción en cuenta en mercado de valores considerando que el uno es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
	2.3 Medios electrónicos:	2.3.1 Rapidez del sistema Bancomer. com	2.3.1 En escala del 1 al 5 califique la rapidez del sistema Bancomer com para realizar operaciones bancarias a través de la red de Internet asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.3.2 Funcionalidad del sistema Bancomer. com	2.3.2 En escala del 1 al 5 califique la funcionalidad del sistema Bancomer com para realizar operaciones bancarias a través de la red de Internet asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.3.3 Funcionalidad en el uso del servicio de Bancomer. com.	2.3.3 En escala del 1 al 5 califique la funcionalidad del sistema que permite a la empresa realizar operaciones bancarias a través de la red de Internet asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
	2.4 Seguros de auto y camiones por flotilla	2.4.1 Eficiencia del servicio de seguros de auto y camiones por flotilla	2.4.1 En escala del 1 al 5 califique la eficiencia del servicio que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5

**TESIS CON  
FALTA DE ORIGEN**

		2.4.2 Información proporcionada por el Ejecutivo respecto a seguros de auto y camiones por flotilla	2.4.3.2.4.2 En escala del 1 al 5 califique la Información proporcionada por el ejecutivo respecto a seguros de vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena 1 2 3 4 5
	2.5 Seguros de vida de grupo para empleados	2.5.1 Confiabilidad de los seguros de vida de grupo para empleados	2.5.1 En escala del 1 al 5 califique la confiabilidad del servicio que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena 1 2 3 4 5
		2.5.2 Eficiencia en la asesoría de seguros de vida de grupo para empleados	2.5.2 En escala del 1 al 5 califique la eficiencia en la asesoría del servicio que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena 1 2 3 4 5
	2.6 CIE	2.6.1 Eficiencia del servicio de depósitos recibidos por el servicio Concentración Inmediata Empresarial	2.6.1 En escala del 1 al 5 califique la eficiencia del servicio para empresas que permite la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena 1 2 3 4 5

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

	2.7 Creditos	2.7.1 Facilidad de contratación de crédito para empresas	2.7.1 En escala del 1 al 5 califique la facilidad de contratación de la operación mediante la cual un Banco presta una cantidad de dinero a una empresa a un plazo determinado con la confianza de que cumpla con el pago del monto más sus intereses asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.7.2 Rapidez de respuesta en la contratación de crédito empresarial	2.7.2 En escala del 1 al 5 califique la rapidez de respuesta en la contratación de crédito empresarial  1 2 3 4 5
	2.8 Atención en sucursal	2.8.1 Satisfacción respecto a la atención recibida en sucursal	2.8.1 En escala del 1 al 5 califique la satisfacción respecto a la atención recibida en sucursal del ejecutivo de empresas que debe atenderlo en su sucursal en el área empresarial asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.8.2 Asesoría adecuada del ejecutivo de empresas en sucursal	2.8.2 En escala del 1 al 5 califique lo adecuado de la asesoría del ejecutivo de empresas en su sucursal  1 2 3 4 5

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN



		2.8.3 Atención telefónica a empresas en sucursal	2.8.3 En escala del 1 al 5 califique el grado de satisfacción que experimenta respecto a la atención recibida vía telefónica en sucursal en el área empresarial asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.8.4 Tiempo de respuesta adecuado en caso de aclaraciones	2.8.4 En escala del 1 al 5 califique el grado de satisfacción respecto a la rapidez de respuesta en caso de aclaraciones en sucursal en el área empresarial asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.8.5 Frecuencia de situaciones que requieren de aclaración	2.8.5 En escala del 1 al 5 califique la frecuencia con que se presentan situaciones que requieren de aclaración para empresas asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.8.6 Pago del servicio de estacionamiento	2.8.6 En escala del 1 al 5 califique la limpieza del área de estacionamiento asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5
		2.8.7 Número de cajones en el estacionamiento	2.8.7 En escala del 1 al 5 califique lo adecuado del número de lugares para autos en el estacionamiento asumiendo que el 1 es la calificación más baja y 5 la más buena  1 2 3 4 5

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

CONCEPTOS	CATEGORIAS	INDICADORES	REACTIVOS
3 Demografía	3.1 Sexo	3.1.1 Masculino Femenino	3.1.1 Indique su sexo ( ) Femenino ( ) Masculino
	3.2 Edad	3.2.1 Rangos de edad 21 a 25 años 25 a 35 años 36 a 45 años 46 a 55 años 55 a 65 65 en adelante	3.2.1 Elija entre los siguientes rangos de edad en cual se ubica usted ( ) 21 a 25 años ( ) 26 a 35 años ( ) 36 a 45 años ( ) 46 a 55 años ( ) 55 a 65 ( ) 65 en adelante
	3.3 Posición económica	3.3.1 Automóvil propio	3.3.1 Tiene usted automóvil propio ( ) Si ( ) no
		3.3.2 Tipo de vivienda	3.3.2 Tipo de vivienda ( ) propia ( ) rentada ( ) con familiares
		3.3.3 Empresa con Administración familiar - profesional o accionistas externos	3.3.3 Empresa con Administración ( ) familiar ( ) profesional
	3.4 Posición política	3.4.1 Posición respecto al ingreso de capitales extranjeros a la Banca Nacional	3.4.1 ¿Considera benéfico para la economía del país el ingreso a la banca mexicana de capitales extranjeros? ( ) SI ( ) NO
	3.5 Posición social	3.5.1 Nivel escolar Preparatoria Licenciatura Pos grado	3.5.1 Nivel escolar ( ) Preparatoria ( ) Licenciatura ( ) Pos grado

**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

		3.5.2 Puesto que desempeña en la empresa Accionista-Empleado	3.5.2 ¿Qué puesto que desempeña en la empresa? ( ) Accionista ( ) Empleado
		3.5.3 Numero de integrantes de la unidad familiar	3.5.3 Indique el número de integrantes de la unidad familiar: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 o más ( )
	3.6 Posición familiar	3.6.1 Estado civil	3.6.1 Estado civil ( ) Casado ( ) soltero ( ) divorciado ( ) unión libre

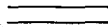
TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

### 3.6 ARBOREACIÓN

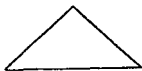
La arboreación es una técnica que permite ordenar los reactivos de acuerdo a una lógica de presentación, en el cuestionario conforme a la especificación de determinados criterios.

Para esta técnica es necesario plantear el conjunto de símbolos que se utilizarán en la tabla por ello a continuación se presentan los símbolos y lo que cada uno de ellos significa.

#### SIMBOLOGIA EMPLEADA EN LA ARBOREACION



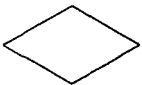
INICIO DE CUESTIONARIO



FIN DE CUESTIONARIO



PREGUNTA OBLIGATORIA



PREGUNTA OPCIONAL

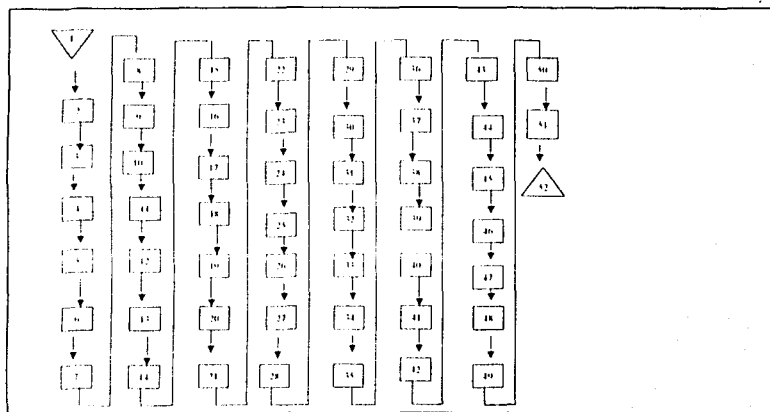


CONTINUA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Enseguida se presenta la tabla de arboreación contiene dentro de cada simbolo el número progresivo de reactivo y se lee comenzando con el número 1 y se continúa dependiendo de las flechas, según el cuestionario

## ARBOREACIÓN



Una vez establecida la simbología se presentan los criterios bajo los cuales se ordenaron en el cuestionario los reactivos:

### Criterios De Arboreación

1. Al principio del cuestionario se colocarán los datos demográficos
2. En los reactivos demográficos, se colocan primero los personales y después los laborales
3. Los reactivos de colocarán, de manera general, del más sencillo al más complejo

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 3.7 TABLA DE EQUIVALENCIAS

La tabla de equivalencias permitirá localizar el reactivo que tiene el mismo número del indicador con respecto al número con el que aparece en el cuestionario, de tal forma que en la primer columna se anota el número del indicador/ reactivo y en la segunda columna el número del reactivo / cuestionario .

<i>REACTIVOS</i>	<i>NUMERO DE PREGUNTA</i>
1.1.1	10
2.1.1	11
1.1.2	12
2.1.2	13
1.1.3	14
2.1.3	15
1.1.4	16
2.1.4	17
2.1.5	18
1.2.1	19
2.2.1	20
2.2.2	21
2.2.3	22
1.2.2	23
2.2.4	24
2.2.5	25
1.3.1	26
2.3.1	27
2.3.2	28
1.3.2	29
2.3.3	30

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

1.4.1	31
2.4.1	32
2.4.2	33
1.5.1	34
2.5.1	35
2.5.2	36
1.5.2	37
2.5.3	38
1.6.1	39
2.6.1	40
1.7.1	41
2.7.1	42
2.7.2	43
1.8.1	44
2.8.1	45
2.8.2	46
2.8.3	47
1.9.1	48
2.9.1	49
2.9.2	50
3.5.2	1
3.5.1	2
3.1.1	3
3.6.1	4
3.2.1	5
3.3.1	6
3.3.2	7
3.5.3	8

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

3.3.3	9
3.4.1	51
	52

### 3.8 CUESTIONARIO PILOTO

En este apartado se presenta el cuestionario piloto cuya función es la detección de errores en su elaboración; para ello se aplicará a diez sujetos con las mismas características de la muestra

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer la opinión que usted tiene respecto a la calidad en los servicios de la banca comercial para empresas que ofrece BBVA Bancomer Sucursal Vallejo Poniente 4129. Los datos que usted proporciones serán tratados estadísticamente y serán estrictamente confidenciales. Le agradecemos conteste con sinceridad y veracidad.

Si usted, así lo desea, podrá consultar los resultados de esta encuesta en: -----

Le agradecemos su colaboración

### INSTRUCCIONES GENERALES

A continuación se le harán algunas preguntas acerca de los servicios que presta BBVA Bancomer Sucursal Vallejo Poniente 4129.

Marque con una " x " la opción correspondiente

1. Indique el puesto que desempeña en la empresa:

Accionista ( )

Empleado ( )

2. Seleccione la opción que corresponda a su grado de estudios:

Preparatoria ( )

Licenciatura ( )

Pos grado ( )

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



3. Indique su sexo

- Femenino ( )  
 Masculino ( )

4. Indique su estado civil:

- Casado ( )  
 Soltero ( )  
 Unión libre ( )  
 Divorciado ( )

5. Seleccione el rango de edad en el cual se ubica usted:

- 21 a 25 ( )  
 26 a 35 ( )  
 36 a 45 ( )  
 46 a 55 ( )  
 56 a 65 ( )  
 66 en adelante ( )

6. ¿Cuenta con automóvil propio?

- SI ( )  
 NO ( )

7. ¿Qué tipo de vivienda tiene?

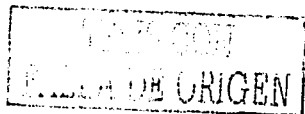
- Propia ( )  
 Rentada ( )  
 Con familiares ( )

8. Indique el número de integrantes de su familia:

- 1 ( )  
 2 ( )  
 3 ( )  
 4 o más ( )

9. Indique el tipo de administración de la empresa donde labora

- Familiar ( )  
 Accionistas externos ( )





		MIN	1	2	3	4	5	MAX
16. Conoce cuál es la periodicidad de emisión de los estados de cuenta que emite el banco para informarle acerca de los movimientos de la empresa  a) diario b) mensual c) bimestral d) trimestral e) semestral	17 Su opinión respecto a la oportunidad en la recepción de sus estados de cuenta que emite el banco para informarle acerca de los movimientos							
	18. Su opinión respecto a la confiabilidad en la información contenida en los estados de cuenta que emite el banco para informarle acerca de los movimientos							
		1	2	3	4	5		
19. Conoce la opción en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión  a) Fideicomiso b) Bono de prenda c) Certificado de aportación d) Instrumento de deuda tipificada e) Pagaré liquidable al vencimiento	20 Su opinión respecto a la facilidad de concertación de la cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión							
	21 Su opinión respecto a la competitividad en tasas ofrecidas por otros bancos en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión							
	22. Su opinión respecto a la seguridad en tasas ofrecidas en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión							

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

		MIN	1	2	3	4	5 MAX
23 Conoce la opción en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores  a) cuenta en dólares b) cuenta de nómina c) fondo de cobertura cambiaria d) sociedades de inversión e) pagaré en unidades de inversión en administración UDIS	24 Su opinión respecto a la practicidad en el manejo la opción en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores						
	25 Su opinión respecto a la estabilidad en tasas en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores						
		MIN	1	2	3	4	5 MAX
26. Conoce el servicio que permite realizar operaciones bancarias a las empresas a través de la red de internet  a) Bancomer Com b) Bancomer por teléfono c) Cajero automático Bancomer d) Terminal punto de venta Bancomer e) Concentración inmediata empresarial Bancomer	27 Su opinión respecto a la seguridad en el uso del sistema que permite realizar operaciones bancarias a las empresas a través de la red de internet						
	28 Su opinión respecto a lo adecuado del costo del servicio que permite realizar operaciones bancarias a las empresas a través de la red de internet						
		MIN	1	2	3	4	5 MAX
29 Sabe que el servicio para realizar operaciones a través de internet necesita de un modem especial para acceder a la red  a) Falso  b) Cierto	30 Su opinión respecto a la funcionalidad del servicio para realizar operaciones a través de internet necesita de un módem especial para acceder a la red						

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

		MIN	1	2	3	4	5	MAX
31. Conoce la opción que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa	32 Su opinión respecto a la eficiencia del servicio que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa							
a) Financiamiento de vehículos								
b) Seguro de responsabilidad civil	33. Su opinión respecto a la accesibilidad en los costos que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa							
c) Seguro de automóviles rentados								
d) Seguros de auto y camiones por flotilla								
e) Seguro de asistencia a tarjeta habientes								
		MIN	1	2	3	4	5	MAX
34 Conoce la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento	35 Su opinión respecto a la confiabilidad de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento							
a) seguro de inmuebles								
b) seguro de vida individual								
c) seguro de ingreso económico	36 Su opinión respecto a la eficiencia en la asesoría de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento							
d) seguro de vida cobertura conyugal								
e) seguro de vida de grupo para empresa								
		MIN	1	2	3	4	5	MAX
37 Conoce los costos de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento	38 Su opinión respecto a la accesibilidad de los costos de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento							
a) Seguro De Inmuebles								
b) Seguro De Vida Individual								
c) Seguro De Ingreso Económico								
d) Seguro De Vida Cobertura Conyugal								
e) Seguro De Vida De Grupo Para Empresa								

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

		MIN	1	2	3	4	5 MAX
<p>39. Conoce el servicio para empresas que permite la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes</p> <p>a) Cargo electrónico                      b) Dispersión empresarial                      c) Pago electrónico de nómina                      d) Pago electrónico a proveedores                      e) Concentración inmediata empresarial CIE</p>	<p>40. Su opinión respecto a la eficiencia del servicio para empresas que permite la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes</p>						
		MIN	1	2	3	4	5 MAX
<p>41. Conoce la operación mediante la cual un Banco presta una cantidad de dinero a una empresa a un plazo determinado con la confianza de que cumpla con el pago del monto más sus intereses</p> <p>a) Crédito vehicular                      b) Crédito de tarjeta                      c) Crédito de nómina                      d) Crédito hipotecario                      e) Crédito bancario</p>	<p>42. Su opinión respecto a la facilidad de contratación de la operación mediante la cual un Banco presta una cantidad de dinero a una empresa a un plazo determinado con la confianza de que cumpla con el pago del monto más sus intereses</p>						
	<p>43. Su opinión respecto a lo adecuado del costo por intereses de la opción mediante la cual un Banco presta una cantidad de dinero a una empresa en un plazo determinado con la confianza de que cumpla con el pago del monto más sus intereses</p>						

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

		MIN	1	2	3	4	5	MAX
44. Conoce al ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal  a) Verónica Chávez y Edith Fuentes b) Alfa Alvarez y Mónica Madrigal c) Antonio Cervantes y Juan Ruiz d) Fabiola Olvera y Mary Pérez e) Norberto Jimenez y Mario Cordero	45. Su opinión respecto al nivel de satisfacción en atención recibida en sucursal del ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal							
	46. Su opinión respecto a lo adecuado de la asesoría del ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal							
	47. Su opinión respecto a la eficiencia en la atención telefónica del ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal							
			1	2	3	4	5	
48. Conoce el procedimiento para atención de aclaraciones de empresas  a) Verbal b) Por Escrito c) Correo Electrónico	49. Su opinión respecto a la rapidez en respuesta para atención de aclaraciones de empresas							
	50. Su opinión respecto a la frecuencia con que se presentan situaciones que requieren de aclaración para empresas							

51. ¿Considera benéfico para la economía del país el ingreso a la banca de capitales extranjeros?

SI ( )

NO ( )

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 3.9 PROCEDIMIENTO DE LEVANTAMIENTO DE DATOS DEL CUESTIONARIO PILOTO Y CORRECCIONES

El piloteo se efectuó de la siguiente manera:

1. El mismo día programado para la aplicación del cuestionario se abordó a los clientes pertenecientes a la muestra para aplicar el cuestionario.
2. Una vez en contacto con el sujeto la aplicadora del cuestionario le explicó el motivo de las preguntas y le solicitó 15 minutos de su tiempo para contestar
3. La aplicadora solicitó comentarios en cuanto a la complejidad, completitud y extensión del cuestionario
4. La aplicadora agradeció el tiempo prestado para nuestro objetivo

A partir de esta experiencia se indica el procedimiento a seguir para el levantamiento de datos para la muestra final que consistirá en :

1. Se pedirá cita con los clientes en sus lugares de trabajo para aplicar el cuestionario final
2. Se abordarán clientes en sucursal para aplicar el cuestionario final
3. Se tienen dos opciones para la aplicación del cuestionario debido a la baja asistencia de los sujetos de la muestra a la sucursal.

Con respecto a las modificaciones directas sobre el cuestionario y considerando los resultados del cuestionario piloto se detectaron errores en el planteamiento de los siguientes reactivos.

Los reactivos a eliminar mencionan costos de servicios y productos, solicitando la opinión de los sujetos al respecto, sin embargo son situaciones que aún cuando

TIENE CON  
FALLA DE ORIGEN



existiera desacuerdo, la institución no haría cambios ni concesiones pues son ya políticas a nivel de la Comisión Nacional Bancaria y son compartidas por la mayoría de los bancos. Por lo tanto se toma la decisión de eliminarlas del cuestionario y ampliar las opciones en el indicador 1.8.2 de servicio de ventanilla para empresas en sucursal a solicitud del cliente

REACTIVO A CORREGIR	DICE	DEBE DECIR
1.12 Los reactivos correspondientes a costos se eliminarán por no ser modificables por la sucursal aún cuando el cliente no este de acuerdo, ya que son políticas y disposiciones a nivel de la Comisión Nacional Bancaria y son aplicadas por todos los bancos	12. De los siguientes productos señale cuál le ocasiona una comisión de \$920 00 por intento de sobregiro. a) cuenta de ahorro b) cuenta de cheques c) cuenta en mesa de dinero d) cuenta de tarjeta de crédito e) cuenta en sociedades de inversión	(se elimina)
2.12 Los reactivos correspondientes a costos se eliminarán por no ser modificables por la sucursal aún cuando el cliente no este de acuerdo, ya que son políticas y disposiciones a nivel de la Comisión Nacional Bancaria y son aplicadas por todos los bancos	13 Su opinión respecto a lo adecuado del costo de la comisión de \$800 00 + iva por intento de sobregiro	(se elimina)
1.13 Los reactivos correspondientes a costos se eliminarán por no ser modificables por la sucursal aún cuando el cliente no este de acuerdo, ya que son políticas y disposiciones a nivel de la Comisión Nacional Bancaria y son aplicadas por todos los bancos	14. De los siguientes documentos señale cual le ocasiona un costo de \$ 5.00 por expedición  a) Cheque b) Giro bancario c) Orden de pago d) Pagaré en plazo fijo e) Título de sociedades de inversión	(se elimina)
2.13 Los reactivos correspondientes a costos se eliminarán por no ser modificables por la sucursal aún cuando el cliente no este de acuerdo, ya que son políticas y disposiciones a nivel de la Comisión Nacional Bancaria y son aplicadas por todos los bancos	15 Su opinión respecto a lo adecuado del costo de \$5.00 por expedición de documento	(se elimina)

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

REACTIVO A CORREGIR	DICE	DEBE DECIR
<p>2 2 2 Se hace referencia a competitividad en tasas de interés lo que puede crear en el cliente inquietud por sus inversiones actuales y su rendimiento</p>	<p>21. Su opinión respecto a la competitividad en tasas ofrecidas por otros bancos en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión</p>	<p>Su opinión respecto a la asesoría en sucursal referente a la opción en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión</p>
<p>2 2 3 Se evitará hacer referencia al aspecto de seguridad en tasas de inversión para no causar inquietud o duda en los sujetos de la muestra</p>	<p>22 Su opinión respecto a la seguridad en tasas ofrecidas en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión</p>	<p>(se elimina)</p>
<p>2 2 4 El término practicidad no resulta muy adecuado y confunde a los sujetos encuestados</p>	<p>24 Su opinión respecto a la practicidad en el manejo la opción en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p>	<p>Su opinión respecto a la adecuada asesoría del ejecutivo en el manejo de la opción en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p>
<p>2 2 5 Se cambia estabilidad en tasas por adecuada información de su ejecutivo al respecto para no causar inquietud a los sujetos encuestados ya que no es el objetivo</p>	<p>25 Su opinión respecto a la estabilidad en tasas en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p>	<p>Su opinión respecto a la adecuada información en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p>
<p>2 3 1 Hablar de seguridad en el empleo de sistemas puede causar desconfianza en su empleo al abrir cierta posibilidad de falla</p>	<p>27 Su opinión respecto a la seguridad en el uso del sistema que permite realizar operaciones bancarias a las empresas a través de la red de internet</p>	<p>Su opinión respecto a la rapidez en el uso del sistema que permite realizar operaciones bancarias a las empresas a través de la red de internet</p>
<p>2 3 2 Los reactivos correspondientes a costos se eliminarán por no ser modificables por la sucursal aun cuando el cliente no este de acuerdo, ya que son políticas y disposiciones del Banco no sujetos a revisión por el momento</p>	<p>28 Su opinión respecto a lo adecuado del costo del servicio que permite realizar operaciones bancarias a las empresas a través de la red de internet</p>	<p>(se elimina)</p>

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

REACTIVO A CORREGIR	DICE	DEBE DECIR
<p>1.3.2 La palabra módem causó confusión en los sujetos por lo cual se cambia el reactivo de conocimiento</p>	<p>29. Sabe que el servicio para realizar operaciones a través de internet necesita de un módem especial para acceder a la red</p> <p>a) Falso</p> <p>b) Cierto</p>	<p>Sabe que el servicio para realizar operaciones a través de internet debe renovarse en sucursal cada mes o de lo contrario sus claves se darán de baja.</p> <p>a) Falso</p> <p>b) Cierto</p>
<p>2.4.2 Se cambia accesibilidad en costos por adecuada información del ejecutivo</p>	<p>33. Su opinión respecto a la accesibilidad en los costos que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa</p>	<p>Su opinión respecto a la información proporcionada por su ejecutivo en los servicios de protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa</p>
<p>1.5.2 Los reactivos correspondientes a costos se eliminarán por no ser modificables por la sucursal aún cuando el cliente no este de acuerdo, ya que son políticas y disposiciones del Banco no sujetos a revisión por el momento</p> <p>Las opciones no corresponden Es una pregunta mal planteada</p>	<p>37. Conoce los costos de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento</p> <p>a) Seguro De Inmuebles</p> <p>b) Seguro De Vida Individual</p> <p>c) Seguro De Ingreso Económico</p> <p>d) Seguro De Vida Cobertura Conyugal</p> <p>e) Seguro De Vida De Grupo Para Empresa</p>	<p>(se elimina)</p>
<p>2.5.3 Los reactivos correspondientes a costos se eliminarán por no ser modificables por la sucursal aún cuando el cliente no este de acuerdo, ya que son políticas y disposiciones del Banco no sujetos a revisión por el momento</p>	<p>38. Su opinión respecto a la accesibilidad de los costos de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento</p>	<p>(se elimina)</p>

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

REACTIVO A CORREGIR	DICE	DEBE DECIR
<p>2 7 1 Se sustituye la pregunta a solicitud del cliente ya que los usuarios presentaron confusión al intentar responder</p>	<p>41. Conoce la operación mediante la cual un Banco presta una cantidad de dinero a una empresa a un plazo determinado con la confianza de que cumpla con el pago del monto más sus intereses</p> <p>a) Crédito vehicular b) Crédito de tarjeta c) Crédito de nómina d) Crédito hipotecario e) Crédito bancario</p>	<p>Ha sido usuario de crédito empresarial en los últimos 5 años</p> <p>si ( )</p> <p>no ( )</p>
<p>2 7 1 Se modifica para dar sencillez al reactivo, ya que era muy extenso y causa confusión en los sujetos encuestados</p>	<p>42. Su opinión respecto a la facilidad de contratación de la operación mediante la cual un Banco presta una cantidad de dinero a una empresa a un plazo determinado con la confianza de que cumpla con el pago del monto más sus intereses</p>	<p>Su opinión respecto a la facilidad de contratación de crédito empresarial</p>
<p>2 7 2 Se cambia el concepto de costos por adecuada asesoría del ejecutivo</p>	<p>43. Su opinión respecto a lo adecuado del costo por intereses de la opción mediante la cual un Banco presta una cantidad de dinero a una empresa en un plazo determinado con la confianza de que cumpla con el pago del monto más sus intereses</p>	<p>Su opinión respecto a lo adecuado de la información que su ejecutivo le hace llegar respecto a crédito empresarial</p>
<p>1 7 2 Se añade esta pregunta de conocimiento por la importancia del producto crédito para el cliente</p>	<p>(Se añade esta pregunta de conocimiento por la importancia del producto crédito para el cliente.)</p>	<p>Que tipo de garantías le solicita el Banco para disponer de una línea de crédito para la empresa</p> <p>a) Garantía Hipotecaria o inversión. b) Garantía de contratar seguros de todos los empleados de la empresa o vehículos c) Garantía de palabra o carta compromiso d) Garantía de pago semanal o diario e) Garantía en saldos promedio correspondiente al doble de la línea de crédito</p>

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

REACTIVO A CORREGIR	DICE	DEBE DECIR
2.7.3 Se añade esta pregunta de opinión respecto a la rapidez de respuesta en la contratación de crédito empresarial por la importancia del producto para el cliente	(Se añade esta pregunta de opinión con el número de reactivo 33 en el cuestionario final por la importancia del producto crédito para el cliente)	Su opinión respecto a la rapidez de respuesta al contratar crédito empresarial
2.8.1 Los reactivos 21 y 25 son similares en el planteamiento, así que se elimina	45. Su opinión respecto al nivel de satisfacción en atención recibida en sucursal del ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal	(se elimina)
1.8.2 Se añade el indicador "Servicio de ventanilla para empresas en sucursal" por la importancia del servicio para el cliente	(Se añade el indicador de conocimiento "Servicio de ventanilla para empresas en sucursal" por la importancia del servicio para el cliente)	En sucursal las cajas de atención a empresas son la 1 y 2  Cierto ( )  Falso ( )
2.8.4 Se añade el indicador de opinión respecto a la rapidez de atención en cajas empresariales por la importancia del servicio para el cliente	(Se añade el indicador de opinión respecto a la rapidez de atención en cajas empresariales por la importancia del servicio para el cliente)	Su opinión respecto a la rapidez de atención en cajas empresariales
2.8.5 Se añade el indicador de opinión respecto a lo adecuado de la atención de los empleados en cajas empresariales por la importancia del servicio para el cliente	(Se añade el indicador de opinión respecto a lo adecuado de la atención de los empleados en cajas empresariales por la importancia del servicio para el cliente)	Su opinión respecto a lo adecuado de la atención de los empleados en cajas empresariales
2.8.6 Se añade el indicador de opinión respecto a "seguridad dentro de la sucursal" para medir la percepción de los sujetos a este respecto, punto de relevancia para el cliente	(Se añade el indicador de opinión respecto a "seguridad dentro de la sucursal" para medir la percepción de los sujetos a este respecto, punto de relevancia para el cliente)	Su opinión respecto a seguridad dentro de la sucursal
2.8.7 Se añade el indicador de opinión respecto a "seguridad dentro de la sucursal" para medir la percepción de los sujetos a este respecto	(Se añade el indicador de opinión respecto a "seguridad dentro de la sucursal" para medir la percepción de los sujetos a este respecto)	Su opinión respecto a la limpieza del área de estacionamiento de la sucursal

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

### 3.10 CUESTIONARIO FINAL

A continuación se presenta el nuevo cuestionario con las correcciones correspondientes según el apartado anterior

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer la opinión que usted tiene respecto a la calidad en los servicios de la banca comercial para empresas que ofrece BBVA Bancomer Sucursal Vallejo Poniente 4129. Los datos que usted proporcione serán tratados estadísticamente y serán estrictamente confidenciales. Le agradecemos conteste con sinceridad y veracidad.

Si usted, así lo desea, podrá solicitar los resultados de esta encuesta en: [monymadrigal@hotmail.com](mailto:monymadrigal@hotmail.com)

Le agradecemos su colaboración

#### INSTRUCCIONES GENERALES

A continuación se le harán algunas preguntas acerca de los servicios que presta BBVA Bancomer Sucursal Vallejo Poniente 4129 .

Marque con una " x " la opción correspondiente

1. Indique el puesto que desempeña en la empresa:

Accionista ( )  
Empleado ( )

2. Seleccione la opción que corresponda a su grado de estudios:

Preparatoria ( )  
Licenciatura ( )  
Pos grado ( )

3. Indique su sexo

Femenino ( )  
Masculino ( )

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 4. Indique su estado civil:

Casado ( )  
Soltero ( )  
Unión libre ( )  
Divorciado ( )

## 5. Seleccione el rango de edad en el cual se ubica usted:

21 a 25 ( )  
26 a 35 ( )  
36 a 45 ( )  
46 a 55 ( )  
56 a 65 ( )  
66 en adelante ( )

## 17. ¿Cuenta con automóvil propio?

SI ( )  
NO ( )

## 7. ¿Qué tipo de vivienda tiene?

Propia ( )  
Rentada ( )  
Con familiares ( )

## 8. Indique el número de integrantes de su familia:

17. ( )  
17. ( )  
17. ( )  
4 o más ( )

## 9. Indique el tipo de administración de la empresa donde labora

Familiar ( )  
Accionistas externos ( )

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Marque con una " x " el inciso con la letra correspondiente a su elección y califique en escala del 1 al 5 la opción en el caso de opinión asumiendo que 1 es la calificación más baja y 5 la más alta

		MIN	1	2	3	4	5	MAX
<p>17 De los siguientes tipos de cuentas señale cuál le permite a las empresas depositar y disponer de sus recursos con liquidez inmediata</p> <p>17 cuenta de ahorro</p> <p>17 cuenta de cheques</p> <p>17 cuenta en mesa de dinero</p> <p>17 cuenta de tarjeta de crédito</p> <p>17 cuenta en sociedades de inversión</p>	<p>11 Su opinión respecto a la facilidad de acceso a cuentas que le permiten a las empresas depositar y disponer de sus recursos con liquidez inmediata :</p>							
		MIN	1	2	3	4	5	MAX
<p>17 Conoce cuál es la periodicidad de emisión de los estados de cuenta que emite el banco para informarle acerca de los movimientos de la empresa</p> <p>a) Diario</p> <p>b) Mensual</p> <p>c) Bimestral</p> <p>d) Trimestral</p> <p>e) Semestral</p>	<p>13. Su opinión respecto a la oportunidad en la recepción de sus estados de cuenta que emite el banco para informarle acerca de los movimientos</p> <p>14 Su opinión respecto a la confiabilidad en la información contenida en los estados de cuenta que emite el banco para informarle acerca de los movimientos</p>							
			1	2	3	4	5	
<p>15 Conoce la opción en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión</p> <p>a) Fideicomiso</p> <p>b) Bono de prenda</p> <p>c) Certificado de aportación</p> <p>d) Instrumento de deuda tipificada</p> <p>e) Pagare liquidable al vencimiento</p>	<p>16 Su opinión respecto a la facilidad de concertación de la cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión</p> <p>17 Su opinión respecto a la asesoría en sucursal referente a la opción en cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión</p>							



		MIN	1	2	3	4	5 MAX
<p>18. Conoce la opción en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p> <p>a) cuenta en dólares                      b) cuenta de nómina                      c) fondo de cobertura cambiaria                      d) sociedades de inversión                      e) pagaré en unidades de inversión en administración UDIS</p>	<p>19. Su opinión respecto a la adecuada asesoría del ejecutivo en el manejo de la opción en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p>						
	<p>20. Su opinión respecto a la adecuada información en cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores</p>						
		MIN	1	2	3	4	5 MAX
<p>21. Conoce el servicio que permite realizar operaciones bancarias a las empresas a través de la red de internet</p> <p>a) Bancomer Com                      b) Bancomer por teléfono                      c) Cajero automático Bancomer                      d) Terminal punto de venta Bancomer                      e) Concentración inmediata empresarial Bancomer</p>	<p>22. Su opinión respecto a la rapidez del sistema para realizar operaciones a través de internet</p>						
		1	2	3	4	5	
<p>23. Sabe que el servicio para realizar operaciones a través de internet debe renovarse en sucursal cada mes o de lo contrario sus claves se darán de baja</p> <p>c) Falso                      d) Cierto</p>	<p>24. Su opinión respecto a la funcionalidad del servicio para realizar operaciones a través de internet necesita de un módem especial para acceder a la red</p>						

TESIS COE  
 FALLA DE ...

		1	2	3	4	5
25 Conoce la opción que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa  a) Financiamiento de vehículos b) Seguro de responsabilidad civil c) Seguro de automóviles rentados d) Seguros de auto y camiones por flotilla e) Seguro de asistencia a tarjeta habientes	26 Su opinión respecto a la eficiencia del servicio que ofrece protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa					
	27 Su opinión respecto a la información proporcionada por su ejecutivo en los servicios de protección a vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa					
<b>MIN</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 MAX</b>
28. Conoce la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento  a) Seguro de inmuebles b) Seguro de vida individual c) Seguro de ingreso económico d) Seguro de vida cobertura conyugal e) Seguro de vida de grupo para empresa	29 Su opinión respecto a la confiabilidad de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento					
	30 Su opinión respecto a la eficiencia en la asesoría de la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento					

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

		MIN	1	2	3	4	5 MAX
31 Conoce el servicio para empresas que permite la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes  a) Cargo electrónico b) Dispersión empresarial c) Pago electrónico de nómina d) Pago electrónico a proveedores e) Concentración inmediata empresarial CIE	32. Su opinión respecto a la eficiencia del servicio para empresas que permite la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes						
		MIN	1	2	3	4	5 MAX
33 Ha sido usuario de crédito empresarial en los últimos 5 años  sí ( )  no ( )	34 Su opinión respecto a la facilidad de contratación de crédito empresarial  35. Su opinión respecto a lo adecuado de la información que su ejecutivo le hace llegar referente a crédito empresarial						
		MIN	1	2	3	4	5 MAX
36. Que tipo de garantía le solicita el Banco para disponer de una línea de crédito para la empresa  a) Garantía Hipotecaria o inversión  b) Garantía de contratar seguros de todos los empleados de la empresa o vehículos  c) Garantía de palabra o carta compromiso  d) Garantía de pago semanal o diario	37. Su opinión respecto a la rapidez de respuesta al contratar crédito empresarial	MIN	1	2	3	4	5 MAX

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

		MIN	1	2	3	4	5	MAX
38. Conoce al ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal  f) Verónica Chávez y Edith Fuentes g) Alfa Alvarez y Mónica Madrigal h) Antonio Cervantes y Juan Ruiz i) Fabiola Olvera y Mary Pérez j) Norberto Jimenez y Mario Cordero	39. Su opinión respecto al nivel de satisfacción en atención recibida en sucursal del ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal							
	40. Su opinión respecto a lo adecuado de la asesoría general del ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal							
	41. Su opinión respecto a la eficiencia en la atención telefónica del ejecutivo de empresas que lo debe de atender en la sucursal							
		MIN	1	2	3	4	5	MAX
42. En sucursal las cajas de atención a empresas son la 1 y 2  Cierto ( )  Falso ( )	43. Su opinión respecto a la rapidez de atención en cajas empresariales							
	44. Su opinión respecto a lo adecuado del número de cajas para atención a empresas							
	45. su opinión respecto a la seguridad civil dentro de la sucursal							
			1	2	3	4	5	
46. Conoce el procedimiento para atención de aclaraciones de empresas  d) Verbal  e) por escrito  f) correo electrónico	47. Su opinión respecto a la rapidez en respuesta para atención de aclaraciones de empresas							
	48. Su opinión respecto a la frecuencia con que se presentan situaciones que requieren de aclaración para empresas							

**TESIS CON  
 FALLA DE COTIZACIÓN**

		MIN	1	2	3	4	5	MAX
49. En el estacionamiento de la sucursal usted tiene que pagar una cuota por hora de servicio  Certo ( )  Falso ( )	50 Su opinión respecto a la limpieza del área de estacionamiento de la sucursal							
	51 Su opinión respecto a lo adecuado del número de lugares para autos en el estacionamiento de la sucursal							

52. ¿Considera benéfico para la economía del país el ingreso a la banca de capitales extranjeros?

SI ( )

NO ( )

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## CAPÍTULO 4. LEVANTAMIENTO DE DATOS

En el presente capítulo se llevará a cabo el levantamiento de datos mediante el instrumento cuestionario elaborado en el capítulo anterior.

A continuación se definirán conceptos tales como universo o población y sus características y se establecerá el censo como tipo de levantamiento para llevar a cabo el proyecto de investigación

### 4.1 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

- **Objetivo.**

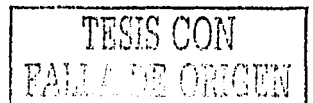
Conocer las expresiones de los apoderados de las empresas de banca comercial de la sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129, respecto a la calidad en el servicio.

- **Universo, Población o Colectivo**

El universo, población o colectivo hace referencia a la totalidad de un conjunto de elementos, seres, u objetos que se desean investigar. La población, universo o colectivo estará formado por la población total del mundo, de un país, de un área determinada, etc. Según sea la definición del problema de investigación.

En esta investigación las características de la población son las siguientes:

Hombres y mujeres, mayores de 21 años con cargos de apoderados o representantes de empresas de banca comercial de la sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129.



La condición para ser sujetos de la investigación es que las cuentas que representan se encuentren en el paquete preferente del ejecutivo empresarial 016805 de la misma sucursal por haber mantenido saldos promedio de \$100,000.00 pesos en promedio anual en el año 2001.

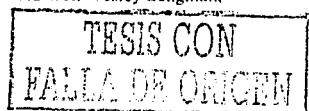
El marco muestral hace referencia al listado que comprende las unidades de la población. En este caso, el listado original de 88 empresas fue proporcionado por el director de la sucursal y fue elaborado en base al reporte de control de entrega de tarjetas de empresas clientes preferentes de banca comercial de la sucursal BBVA Bancomer, Vallejo Poniente 4129, perteneciente a la División Lindavista, Región Metro Norte.

"Prácticamente no existe el marco muestral perfecto. Con frecuencia estos incluyen elementos que no responden a la definición del universo, excluyen a los elementos que sí deberían de estar o duplican a otros."<sup>1</sup>

En este caso la lista de clientes preferentes incluye clientes con cuentas ya canceladas, cuentas que se traspasaron al segmento de banca empresarial, cuentas foráneas que por tiempo y costos no podrían ser sujetos considerados en la investigación, cuentas con misma razón social y varios números de cliente por error en base de datos y cuentas con distinta razón social pero representadas por el mismo apoderado.

Verificar y actualizar el marco muestral significa un alto costo tanto en tiempo como en el aspecto económico, sin embargo se logró efectuar la depuración para contar con un listado de 67 empresas con cuentas activas, de las cuales 7 son foráneas, 5 se negaron a concertar cita y 3 fueron ilocalizables por lo cual no se

<sup>1</sup> López Romo, Heriberto. La metodología de la encuesta, en Galindo Cáceres, Jesús (coord.). Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: CONACULTA - Addison Wesley Longman, 1998.



---

consideran dentro del marco muestral el cual finalmente se conformó por 52 clientes.

En conclusión el marco muestral permitirá identificar y conformar la población y decidir entonces el tipo de levantamiento más adecuado en el proyecto de investigación.

#### 4.2 TIPO DE LEVANTAMIENTO: CENSO

Una vez definidos los sujetos que serán medidos y delimitar a la población es posible aplicar el tipo de levantamiento seleccionado que en este caso será el censo el cual se conforma en base a los siguientes criterios:

- El censo es el proceso de examinar a cada miembro de una determinada población.
- Consiste en contar y recabar información sobre las características de toda la población en un momento específico.
- El censo se encarga de trabajar con la descripción de los parámetros, entendiendo como parámetro las características de la población a encuestar.

#### Características:

1. En la aplicación del censo es necesario acudir cuantas veces sea necesario para recabar toda la información de la población que se investiga.
2. El tiempo es de primordial importancia por lo tanto es necesario asegurar que todos los miembros de la población sean considerados.
3. en lo referente al costo es indiscutible que el momento de aplicar un censo el costo del mismo aumenta.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



### 4.3 CRITERIOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- El cuestionario se aplicará por dos encuestadores, que serán el investigador responsable del proyecto de investigación y un ejecutivo que realizará las funciones de encuestador.
- La capacitación para el ejecutivo y encuestador consistirá en requisitar uno de los cuestionarios a manera de cliente, de la misma forma se le darán las instrucciones para el llenado y se le preguntará si existen dudas en el proceso de la aplicación.
- La capacitación se realizará el día 18 de Junio en las instalaciones de la sucursal BBVA Bancomer, Vallejo Poniente 4129 a las 16:30 PM. Para iniciar el levantamiento de datos el día 19 de Junio.
- Los ejecutivos capacitados para encuestar contarán cada uno con 26 cuestionarios y se le asignarán al responsable de la investigación la numeración del 1 al 26 y al 2º encuestador del 27 al 52
- Los cuestionarios se aplicarán del 18 al 29 de junio de Lunes a Viernes, en las instalaciones de las empresas del listado de referencia, previa cita con el apoderado de la cuenta.
- Por cuestiones de tiempo se aprovechará la visita a la sucursal de alguno de los clientes incluidos en el listado ya sea de forma casual o previa cita.
- Será posible intercambiar entre investigadores la asignación del sujeto en el listado para agilizar la aplicación de los cuestionarios, ya sea por conveniencia de rutas en visitas a las oficinas de los clientes o algunas

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

situaciones de contacto no previsto como la visita casual de algunos de los sujetos a la sucursal

- El levantamiento de datos se hará de forma personal e individual, explicando al sujeto de encuesta que no le tomará más de 15 minutos el responder el cuestionario.
- El cuestionario se le entregará al encuestado ya que durante la aplicación del cuestionario piloto se observó mayor agilidad y rapidez en el llenado del formato.
- Al finalizar el llenado se le hará entrega de la tarjeta cliente preferente, tomando la precaución de no mencionarlo antes de la aplicación del cuestionario para no condicionar de forma alguna sus respuestas.

#### 4.4 REPORTE DEL LEVANTAMIENTO DE DATOS

A continuación se describirá el proceso del levantamiento de datos desde el día 19 de Junio al 09 de Julio.

19 de Junio	En oficinas 4 cuestionarios: 7,9,13 y 24, En sucursal 3 cuestionarios: 33,34 y 52
20 de Junio	En sucursal 3 cuestionarios: 1,36,11 En oficinas 2 cuestionarios: 46,37 Se cancelaron 2 entrevistas en oficinas
21 de Junio	En oficinas 3 cuestionarios 4,32,21
24 de Junio	En oficinas 3 cuestionarios: 42,44,51
25 de Junio	En sucursal 2 cuestionarios: 5,38 En oficina 1 cuestionario: 22 Se pospone 1 entrevista en oficinas por falta de tiempo del encuestado

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

26 de Junio	En sucursal 2 cuestionarios: 16,25 En oficinas 3 cuestionarios,45,48,26
27 de Junio	En Sucursal 3 cuestionarios: 50,40,29
28 de Junio	En sucursal 2 cuestionarios: 21,23 Se cancelo 1 entrevista en oficinas por la carga de trabajo en sucursal
1 de Julio	En oficinas 2 cuestionarios: 28,31 En sucursal 2 cuestionarios: 43,49
2 de Julio	En oficinas 3 cuestionarios: 6,26,41
3 de Julio	En sucursal 3 cuestionarios:14,47,3 En oficinas 1 cuestionario: 49
4 de Julio	En oficinas 2 cuestionarios: 10,2
5 de Julio	En oficinas 3 cuestionarios: 12,27,30
8 de Julio	En sucursal 1 cuestionario: 15 En oficina 2 cuestionario:19,8
9 de Julio	En oficinas 1 cuestionario:3,17 En sucursal 1 cuestionario:18

#### 4.4.1 Consideraciones Generales en la Encuesta

Durante el levantamiento de datos los investigadores se enfrentan a diversos errores los cuales pueden ser:

- **Errores de muestreo.** Derivan de la población que se excluye de la muestra, debido a peculiaridades de la muestra diseñada.
- **Errores de cobertura.** Referidos a la identidad del marco muestral elegido para la elección de la muestra.
- **Errores de no respuesta.** Cuando algunas de las unidades de la muestra no participan finalmente en el estudio(por su no localización, negativa personal a participar u otra causa) o sólo responde a algunas de las preguntas del cuestionario.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- **Errores de medición.** Errores en el diseño del cuestionario y en el modo de administrarlo, pueden darse sesgos introducidos por el encuestador en el desarrollo de la entrevista o sesgos atribuidos al encuestado.

#### 4.4.2 Costos generados durante el levantamiento de datos

CONCEPTO	COSTO EN PESOS
1. Fotocopias: \$ 100.00 pesos	\$100.00
2. Gasolina: \$ 550.00 pesos	\$550.00
3. Viáticos: 200.00 por encuestador	\$400.00
4. tarjetas para teléfono celular:	\$400.00
5. Costo por cuestionario \$ 40.00 pesos en total 52 cuestionarios	\$2,080.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3,530</b>

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

#### 4.4.3 Lista de Equivalencias entre la Unidad Muestral y Número de Cuestionario

Unidad muestral	No de cuestionario
18022831	1
18031803	2
18102604	3
18132807	4
18169483	5
18217433	6
18294782	7
18412671	8
18513514	9
18597358	10
19073984	11
19120037	12
19353206	13
19368969	14
19383064	15
19538752	16
19651773	17
19715142	18
19744165	19
19793908	20
19899740	21
20666474	22
20740229	23
20865561	24
20916881	25
21300669	26
14406473	27
14406474	28
15589993	29

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

15748809	30
15751646	31
15911356	32
17101640	33
17293649	34
17333501	35
17337797	36
17373955	37
17432132	38
17462138	39
17608293	40
17632687	41
17713594	42
17725950	43
17784922	44
17820444	45
17822460	46
17826827	47
17836194	48
17932404	49
21852410	50
21882255	51
22105606	52

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 4.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se enumeran los pasos que se siguieron para el análisis de la información de la encuesta:

- a) Porcentajes generales por reactivo
- b) Porcentajes específicos por variable
- c) Promedio de opinión por categoría según cada una de las variables

### 4.5.1 Resultados Generales de la Encuesta por Indicador

A continuación se muestran los resultados totales que arrojó la encuesta aplicada en donde se observan los porcentajes de opinión por indicador sobre el conocimiento de la población total, ésta información se obtuvo a partir de tablas dinámicas, las cuales aparecen en el Anexo 1 de este trabajo de investigación.

El 73% de la población que conoce que la cuenta de cheques le permite a las empresas depositar y disponer de sus recursos con liquidez inmediata, calificó la facilidad de acceso a este producto con un promedio de 4.4 en una en una escala del 1 al 5.

El 27% de la población que no conoce que la cuenta de cheques le permite a las empresas depositar y disponer de sus recursos con liquidez inmediata, calificó la facilidad de acceso a este producto con un promedio de 2.5 en una escala del 1 al 5.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

El 86% de la población que conoce que la periodicidad de los estados de cuenta que emite el banco para informar acerca de los movimientos de la empresa en cheques es mensual, calificó la oportunidad de recepción con un promedio de 2.8 en una escala del 1 al 5.

El 14% de la población que no conoce que la periodicidad de los estados de cuenta que emite el banco para informar acerca de los movimientos de la empresa en cheques es mensual calificó la oportunidad de recepción con un promedio de 2.0 en una escala del 1 al 5.

El 86% de la población que conoce la periodicidad de los estados de cuenta que emite el banco para informar acerca de los movimientos de la empresa en cheques es mensual, calificó la confiabilidad de la información contenida en éstos con un promedio de 4.1 en una escala del 1 al 5.

El 14% de la población que no conoce la periodicidad de los estados de cuenta que emite el banco para informar acerca de los movimientos de la empresa en cheques es mensual, calificó la confiabilidad de la información contenida en éstos con un promedio de 3.1 en una escala del 1 al 5.

El 65% de la población que conoce que la cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión es el pagaré liquidable al vencimiento calificó la facilidad de concertación de esta inversión con un promedio de 4.6 en una escala del 1 al 5.

El 35% de la población que no conoce que la cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión es el pagaré liquidable al vencimiento calificó la facilidad de concertación de esta inversión con un promedio de 2.4 en una escala del 1 al 5.



---

El 68% de la población que conoce que la cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión es el pagaré liquidable al vencimiento, calificó la asesoría en sucursal respecto a esta inversión con un promedio de 4.6 en una escala del 1 al 5.

El 32% de la población que no conoce que la cuenta con rendimientos de acuerdo a diferentes plazos y rangos de inversión es el pagaré liquidable al vencimiento, calificó la asesoría en sucursal respecto a esta inversión con un promedio de 2.7 en una escala del 1 al 5.

El 62% de la población que conoce que la cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores es la cuenta de sociedades de inversión, calificó lo adecuado de la asesoría del ejecutivo en el manejo de esta inversión con un promedio de 3.7 en una escala del 1 al 5

El 38% de la población que no conoce que la cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores es la cuenta de sociedades de inversión, calificó lo adecuado de la asesoría del ejecutivo en el manejo de esta inversión con un promedio de 3.1 en una escala del 1 al 5.

El 61% de la población que conoce que la cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores es la cuenta de sociedades de inversión, calificó lo adecuado de la información en este tipo de inversión con un promedio de 3.7 en una escala del 1 al 5

El 39% de la población que no conoce que la cuenta que da a las empresas la oportunidad de participar en el mercado de valores mediante la compra de títulos de diversos emisores es la cuenta de sociedades de inversión, calificó lo adecuado de la información en este tipo de inversión con un promedio de 3.3 en una escala del 1 al 5.

El 71% de la población que conoce que el servicio que permite realizar operaciones bancarias a través de la red de Internet es Bancomer.com, calificó la rapidez del sistema con un promedio de 4.1 en una escala del 1 al 5.

El 29% de la población que no conoce que el servicio que permite realizar operaciones bancarias a través de la red de Internet es Bancomer.com, calificó la rapidez del sistema con un promedio de 3.0 en una escala del 1 al 5.

El 96% de la población que conoce que es falso que el servicio para realizar operaciones a través de Internet debe renovarse en sucursal cada mes o de lo contrario sus claves se dan de baja, calificó la funcionalidad de este servicio con un promedio de 3.6 en una escala del 1 al 5.

El 4% de la población que no conoce que es falso que el servicio para realizar operaciones a través de Internet debe renovarse en sucursal cada mes o de lo contrario sus claves se dan de baja, calificó la funcionalidad de este servicio con un promedio de 4.0 en una escala del 1 al 5.

El 54% de la población que conoce que la opción que ofrece protección a los vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa es el seguro de autos y camiones por flotilla, calificó la eficiencia del servicio con un promedio de 3.0 en una escala del 1 al 5.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

El 46% de la población que no conoce que la opción que ofrece protección a los vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa es el seguro de autos y camiones por flotilla, calificó la eficiencia del servicio con un promedio de 2.9 en una escala del 1 al 5.

El 51% de la población que conoce que la opción que ofrece protección a los vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa es el seguro de autos y camiones por flotilla, calificó la información proporcionada por su ejecutivo al respecto de este servicio con un promedio de 3.9 en una escala del 1 al 5.

El 49% de la población que no conoce que la opción que ofrece protección a los vehículos por grupo contra sucesos imprevistos que pudieran dañar la economía de la empresa es el seguro de autos y camiones por flotilla, calificó la información proporcionada por su ejecutivo al respecto de este servicio con un promedio de 3.5 en una escala del 1 al 5.

El 41% de la población que conoce que la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento es el seguro de vida de grupo para empresas, calificó la confiabilidad del servicio con un promedio de 3.5 en una escala del 1 al 5.

El 59% de la población que no conoce que la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento es el seguro de vida de grupo para empresas, calificó la confiabilidad del servicio con un promedio de 2.7 en una escala del 1 al 5.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

El 46% de la población que conoce que la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento es el seguro de vida de grupo para empresas, calificó la eficiencia de la asesoría en este servicio con un promedio de 4.2 en una escala del 1 al 5.

El 54% de la población que no conoce que la opción que ofrece respaldo monetario a los dependientes económicos de empleados por fallecimiento es el seguro de vida de grupo para empresas, calificó la eficiencia de la asesoría en este servicio con un promedio de 3.3 en una escala del 1 al 5.

El 63% de la población que conoce que el servicio que permite la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes es el servicio de Concentración Inmediata Empresarial CIE, calificó la eficiencia del servicio con un promedio de 4.4 en una escala del 1 al 5.

El 37% de la población que no conoce que el servicio que permite la recepción de depósitos referenciados mediante un número de convenio que le permite identificar los pagos de sus clientes es el servicio de Concentración Inmediata Empresarial CIE, calificó la eficiencia del servicio con un promedio de 3.1 en una escala del 1 al 5.

El 27% de la población que ha sido usuario de crédito empresarial en los últimos 5 años calificó la facilidad de contratación de crédito empresarial con un promedio de 2.5 en una escala del 1 al 5.

El 73% de la población que no ha sido usuario de crédito empresarial en los últimos 5 años calificó la facilidad de contratación de crédito empresarial con un promedio de 2.7 en una escala del 1 al 5.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El 26% de la población que ha sido usuario de crédito empresarial en los últimos 5 años calificó lo adecuado de la información que su ejecutivo le ofrece al respecto con un promedio de 3.8 en una escala del 1 al 5.

El 74% de la población que no ha sido usuario de crédito empresarial en los últimos 5 años calificó lo adecuado de la información que su ejecutivo le ofrece al respecto con un promedio de 3.8 en una escala del 1 al 5.

El 70% de la población que conoce que la garantía que el banco solicita para disponer de una línea de crédito para la empresa es la hipotecaria o inversión, calificó la rapidez de respuesta al contratar el servicio de referencia con un promedio de 3.3 en una escala del 1 al 5.

El 30% de la población que no conoce que la garantía que el banco solicita para disponer de una línea de crédito para la empresa es la hipotecaria o inversión, calificó la rapidez de respuesta al contratar el servicio de referencia con un promedio de 2.5 en una escala del 1 al 5.

El 70% de la población que conoce que los ejecutivo de empresas que lo deben atender en sucursal son Alfa Álvarez y Mónica Madrigal calificó el nivel de satisfacción en atención recibida en sucursal con un promedio de 4.6 en una escala del 1 al 5.

El 30% de la población que no conoce que los ejecutivo de empresas que lo deben atender en sucursal son Alfa Álvarez y Mónica Madrigal calificó el nivel de satisfacción en atención recibida en sucursal con un promedio de 1.9 en una escala del 1 al 5.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

El 71% de la población que conoce que los ejecutivo de empresas que lo deben atender en sucursal son Alfa Álvarez y Mónica Madrigal calificó lo adecuado de la asesoría general del ejecutivo empresarial con un promedio de 4.6 en una escala del 1 al 5.

El 29% de la población que no conoce que los ejecutivo de empresas que lo deben atender en sucursal son Alfa Álvarez y Mónica Madrigal calificó lo adecuado de la asesoría general del ejecutivo empresarial con un promedio de 2.7 en una escala del 1 al 5.

El 69% de la población que conoce que los ejecutivo de empresas que lo deben atender en sucursal son Alfa Álvarez y Mónica Madrigal calificó la eficiencia en la atención telefónica con un promedio de 3.5 en una escala del 1 al 5.

El 31% de la población que no conoce que los ejecutivo de empresas que lo deben atender en sucursal son Alfa Álvarez y Mónica Madrigal calificó la eficiencia en la atención telefónica con un promedio de 3.1 en una escala del 1 al 5.

El 73% de la población que conoce que es cierto que las cajas de atención a empresas son la 1 y 2, calificó la rapidez de atención en cajas empresariales con un promedio de 3.3 en una escala del 1 al 5.

El 26% de la población que no conoce que es cierto que las cajas de atención a empresas son la 1 y 2, calificó la rapidez de atención en cajas empresariales con un promedio de 1.8 en una escala del 1 al 5.

El 79% de la población que conoce que es cierto que las cajas de atención a empresas son la 1 y 2, calificó lo adecuado del número de cajas para atención a empresas con un promedio de 2.9 en una escala del 1 al 5.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

El 21% de la población que no conoce que es cierto que las cajas de atención a empresas son la 1 y 2, calificó lo adecuado del número de cajas para atención a empresas con un promedio de 2.8 en una escala del 1 al 5

El 79% de la población que conoce que es cierto que las cajas de atención a empresas son la 1 y 2, calificó la seguridad civil dentro de la sucursal con un promedio de 2.9 en una escala del 1 al 5 .

El 21% de la población que no conoce que es cierto que las cajas de atención a empresas son la 1 y 2, calificó la seguridad civil dentro de la sucursal con un promedio de 3.0 en una escala del 1 al 5 .

El 75% de la población que conoce que el procedimiento de atención de aclaraciones de empresas es por escrito, calificó la rapidez de respuesta en este trámite con un promedio de 2.4 en una escala del 1 al 5.

El 25% de la población que no conoce que el procedimiento de atención de aclaraciones de empresas es por escrito, calificó la rapidez de respuesta en este trámite con un promedio de 3.3 en una escala del 1 al 5.

El 77% de la población que conoce que el procedimiento de atención de aclaraciones de empresas es por escrito, calificó la frecuencia con que se presentan este tipo de situaciones con un promedio de 3.3 en una escala del 1 al 5.

El 23% de la población que no conoce que el procedimiento de atención de aclaraciones de empresas es por escrito, calificó la frecuencia con que se presentan este tipo de situaciones con un promedio de 3.2 en una escala del 1 al 5.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El 100% de la población que conoce que es falso que el estacionamiento de la sucursal cobra por el servicio, calificó la limpieza del área con un promedio de 3.7 en una escala del 1 al 5.

El 100% de la población que conoce que es falso que el estacionamiento de la sucursal cobra por el servicio, calificó lo adecuado del número de lugares para sus autos con un promedio de 3.8 en una escala del 1 al 5.

#### **4.5.2 Resultados Específicos de la Encuesta**

En este apartado se retoman las variables demográficas planteadas en el capítulo 3 que son : puesto, grado de estudios, sexo, estado civil, edad, automóvil propio, tipo de vivienda, número de integrantes del núcleo familiar, tipo de administración de la empresa y posición política.

Los resultados de opinión que arrojó cada una de las variables antes mencionadas, se obtuvieron a partir de tablas dinámicas, las cuales pueden consultarse en el Anexo 2 y la descripción específica de cada uno de estos reactivos aparece en el Anexo 3.

#### **4.5.3 Promedio de Opinión por Categoría**

A continuación se presentan los resultados de promedio de opinión por cada una de las categorías las cuales son: cheques, inversiones, seguros de auto y camiones por flotilla, seguros de vida para empleados, bancomer. com. convenio de concentración inmediata empresarial ,crédito y asesoría y atención en sucursal. La descripción de estos resultados aparece en el anexo 4 de este trabajo de investigación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



#### 4.5.4 RESULTADOS FINALES

A continuación se presentan los resultados generales.

1. El conocimiento respecto a la calidad en el servicio de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, es del 67%
2. Es el sexo lo que determina un 65% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
3. Es el sexo lo que determina con un promedio de 3.3 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
4. Es la edad lo que determina un 65% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
5. Es la edad lo que determina en un promedio de 3.1 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- 
6. Es la posición económica lo que determina un 68% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
  7. Es la posición económica lo que determina con un promedio de 3.3 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
  8. Es la posición familiar lo que determina un 68% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
  9. Es la posición familiar lo que determina con un promedio de 2.5 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129
  10. Es la posición política lo que determina un 68% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
  11. Es la posición política lo que determina con un promedio de 3.3 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129

12. Es la posición social lo que determina un 68% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129.
  
13. Es la posición social lo que determina con un promedio de 3.3 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129

## CONCLUSIONES

La presente investigación parte de que la Opinión Pública como hecho, es el conjunto de expresiones de los individuos del grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todos aquellos asuntos que interesan y / o afectan al grupo social a diferencia de "el público" que es el grupo social en sí mismo. En esta investigación interesan las expresiones de los apoderados de las empresas de banca comercial de BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129 respecto a la calidad en el servicio y se ofrecen las siguientes conclusiones: Teóricas, metodológicas, técnicas y temáticas.

### CONCLUSIONES TEÓRICAS

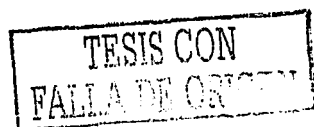
1. La Teoría General de Sistemas aportó los elementos para un análisis sistémico del objeto de investigación en el marco de la comunicación, es decir, permitió ubicar a la opinión pública y a la empresa BBVA Bancomer, sucursal Vallejo Poniente 4129 sistémicamente.
2. Se concluye que la Opinión Pública es un subsistema del sistema comunicativo porque cumple con los parámetros establecidos en cuanto selección, distinción y relación de los componentes; y comparte con él sus elementos estructurales.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

3. Los elementos del sistema comunicativo son: los actores, los instrumentos, las expresiones y las representaciones; siendo las expresiones el elemento que justifica el análisis ya que por medio de ellas es posible llevar a cabo el consenso o disenso de los asuntos de interés público, estableciendo además relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas.

Para dar coherencia a varios sistemas abiertos, interactuantes y multiafectados se clasificaron dentro del Modelo de la Cebolla para ubicar a la Opinión Pública entre el sistema comunicativo y el sistema cognitivo como si fueran capas superpuestas.

4. La Opinión Pública tiene su campo de acción en cuanto se desenvuelve en las siguientes temáticas:
  - a) Supervivencia del grupo social
  - b) La producción de bienes materiales e inmateriales.
  - c) La conservación de la propiedad privada (territorio, medios de comunicación masiva y bienes).
  - d) El Estado
  - e) La cultura



5. Se concluye que la naturaleza de la Opinión Pública ha existido como fenómeno desde la comunidad más primitiva de la historia humana y tiene su base en la comunicación, la cual es una conquista de la evolución humana que ha permitido desarrollar una vida social, además de ser elemento estructurante de la personalidad del hombre, permitiendo la transmisión de costumbres, hábitos, actividades y avances en las diferentes razas.

### CONCLUSIONES METODOLÓGICAS

Dado que son las expresiones el elemento que justifica este análisis se construyó una tabla de especificaciones donde se estableció la relación entre la Teoría General de Sistemas, la naturaleza de la Opinión Pública y el objeto de estudio en su contexto.

La tabla de especificaciones sirvió para operacionalizar los conceptos de conocimiento, opinión y variables sociodemográficas. Se construyó un diagrama de arboreación, el cual permitió ordenar los reactivos de acuerdo a una lógica de presentación en el cuestionario conforme a la especificación de determinados criterios como presentar al principio los datos demográficos, colocando al principio los personales y después los laborales y los reactivos del más sencillo al más complejo; una lista de equivalencias para localizar el reactivo que tiene el mismo número del indicador con respecto al número con

el que aparece en el cuestionario, obteniendo dos columnas la primera con el número del indicador / reactivo y en la segunda el número del reactivo / cuestionario.

Se concluye el procedimiento con un cuestionario piloto el cual sirvió para identificar posibles errores en la pertinencia de los sujetos a encuestar, el levantamiento de datos y los reactivos del cuestionario final.

El método de análisis que se empleó fue cuantitativo, esto quiere decir que se realizó una medición objetiva de las expresiones, se cuantificó la frecuencia y se obtuvieron promedios al respecto.

### CONCLUSIONES TÉCNICAS

El procedimiento de levantamiento de datos sirvió para comprender las características de la población, el tipo de levantamiento de datos, criterios de recolección de información y el reporte de levantamiento de datos en donde se definió:

El tamaño del universo o población para obtener el tamaño de la muestra o donde las características de la población permitieron encuestar a la población compuesta por 52 sujetos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

En esta investigación, el tipo de levantamiento de datos fue el censo; técnica para la recolección de información empleada fue persona a persona porque permitió el contacto directo con el sujeto de interés y verificar que fuera éste quien respondiera el cuestionario, lo cual se llevó a cabo por dos encuestadores.

Para el cruce de datos se empleó como herramienta técnica o computacional tablas dinámicas en Excel 2000 para cuantificar los resultados. Esto permitió el cruce de datos entre indicadores y las variables sociodemográficas, las categorías y las variables sociodemográficas y sirvieron para probar o disprobar las hipótesis alternativas tomando como variables independientes los conceptos de conocimiento y variable sociodemográfica; y como variable dependiente el concepto de opinión

### CONCLUSIONES TEMÁTICAS

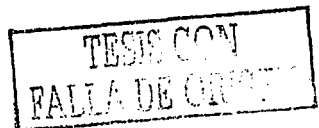
De acuerdo al punto 3.3 de esta investigación, se presentan los resultados generales, los cuales se obtuvieron sobre el 100% de los sujetos que conocen. De éste 100%, el 67% conoce y el 33% restante no conoce. Antes de efectuar el presente estudio a los apoderados de las empresas de Banca Comercial de la sucursal BBVA Bancomer Vallejo Poniente 4129 se tenían las siguientes conclusiones:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



- 
- Se creía que el conocimiento respecto a la calidad en el servicio de los apoderados de las empresas de Banca Comercial de BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, era del 85%, ahora se sabe que es del 67%.
  - Se creía que el sexo determinaba en un 10% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que lo determina en un 65%.
  - Se creía que el sexo determinaba con un promedio de 3.3 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que el promedio de opinión se determina con 3.5.
  - Se creía que la edad determinaban en un 70% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que lo determina en un 65%.
  - Se creía que la edad determinaba con un promedio de 4.5 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que el promedio de opinión se determina con 3.1.
  - Se creía que la posición económica determinaba un 90% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que lo determina en un 68%.

- 
- Se creía que la posición económica determinaba con un promedio de 4.0 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que el promedio de opinión se determina con 3.3.
  - Se creía que la posición familiar determinaba en un 35% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que lo determina en 68%.
  - Se creía que la posición familiar determinaba con un promedio de 4.0 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que el promedio de opinión se determina con 2.5.
  - Se creía que la posición política determinaba un 25% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que lo determina en un 68%.
  - Se creía que la posición política determinaba con un promedio de 3.5 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que el promedio de opinión se determina con 3.3.



- 
- Se creía que la posición social determinaba un 95% el conocimiento de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que lo determina en un 68%.
  - Se creía que la posición social determinaba con un promedio de 3.0 la opinión de los apoderados de las empresas de Banca Comercial respecto a la calidad en el servicio que ofrece BBVA Bancomer, Sucursal Vallejo Poniente 4129, ahora se sabe que el promedio de opinión se determina con 3.3.

La obtención de promedios de opinión y porcentajes de conocimiento del grupo social elegido resultan no sólo en información estadística, la empresa ahora puede realizar un análisis y detectar las áreas de oportunidad y "momentos de verdad" críticos en la sucursal.

La Calidad se basa en la satisfacción del cliente y como se mencionó en apartados anteriores es también una ventaja competitiva; la forma en que los clientes perciben a la empresa es clave para orientar los esfuerzos humanos y aplicar herramientas tecnológicas y de mercadotecnia para mejorar la imagen de los servicios bancarios en general.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Al recabar las expresiones sobre el servicio se muestra el panorama de la situación de la empresa en cuanto a calidad y es entonces que se pueden tomar acciones tanto correctivas como de previsión. La información está a disposición del responsable de la toma de decisiones, en este caso el director de la sucursal, de estudio. La empresa podría considerar nuevas estrategias para cumplir los objetivos de la organización, siendo la calidad, primordial en la estrategia de servicio al cliente.

BBVA Bancomer es una empresa que aún está viviendo un proceso de cambio tanto cultural como operacional, los procedimientos y normas han variado y la gama de productos tiene amplias modificaciones. Hablar el mismo idioma que el cliente ha resultado difícil, ya que es un tanto complicado educarlo y capacitarlo en estos aspectos. Sin embargo se observa que el empeño de la gente o personal de la sucursal a nivel servicio podría no haber sido suficiente o bien sus esfuerzos no han sido debidamente orientados. La capacitación en estos rubros no ha faltado pero la aplicación de dichos conocimientos al parecer no ha sido la adecuada.

El cliente es la razón de ser de la empresa, las relaciones sociales y la honestidad pueden llegar a ser la clave del éxito y la permanencia cobrando mayor importancia sobre los productos físicos, no así en los no tangibles, los cuales se caracterizan precisamente por la forma en que se da el contacto cara a cara con el consumidor o contratante.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

Sin duda el conocimiento del perfil del cliente es un arma que da ventaja, reconocer el problema y el segmento del mercado son ayuda para orientar los esfuerzos. La manera en que los clientes opinan de la empresa se refleja en los resultados de las evaluaciones aplicadas en el trabajo de investigación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## BIBLIOGRAFÍA

- Barra, Ralph. Círculos de Calidad en la Operación. México: Trillas, 1982
- Albrecht, Karl; Bradford Lawrence J. La Excelencia en el Servicio. Colombia: Legis, Fondo Editorial, 1990
- Bancomer, S.A. Bienvenido a Bancomer. México: Guía de Integración, 1999
- BBVA Bancomer. Manual de Dirección y Gestión en Oficinas. España: 2002
- Cea D'Ancona, Ma. Ángeles. Metodología Cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social. España: Síntesis, 1998.
- Crosse, Howard D. Administración Bancaria. Argentina: El Ateneo, 1984
- Espinosa Iglesias, Manuel. Bancomer, Logro y Destrucción de un Ideal. México: Planeta, 2000
- Gallo Romo, Olga. Tesis para Maestría en Comunicación. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2002
- García Ferrando, Manuel. Introducción a la estadística en sociología. España: Alianza Universidad Textos, 1989.
- Glauss Gene V. y Stanley Julian C. Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales. México: Prentice Hall Hispanoamericana, 1994.
- Hernández Sampieri Roberto, *et al.* Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Interamericana de México, 1993.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

López Romo, Heriberto. La metodología de la encuesta, en Galindo Cáceres, Jesús (coord.), Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: CONACULTA-Addison Wesley Longman, 1998.

Mace, Myles L. Fusiones y Adquisiciones. Guía para la compra, venta y fusión de Empresas. España : Ed. Oikos-Tau, 1990

Martín Serrano Manuel, La Producción Social de la Comunicación. España: Alambra Madrid, 1992

Martín Serrano Manuel, Producción Social en Comunicación. España: Alianza

Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. México : UNAM, ENEP, Acatlán, 1995

Pozas Ricardo, Las Empresas y los Empresarios en el México Contemporáneo. México: Ed. Grijalbo, 1989

Rodríguez Alfredo C., Técnica y Organización Bancarias. Buenos Aires, Argentina: Macchi, 1993

Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México: Plaza y Valdés, 1992

Schein, Edgar H. Fusiones y Adquisiciones: Aspectos Culturales y Organizativos. España: Ed. COS (Centre for Organizational Studies), 1990

William B. Martín. La Excelencia en El Servicio. México, D.F: Trillas, 1981

**FUENTES ELECTRÓNICAS:**

<http://www.bancomer.com.mx> (10 de Marzo, 2002)

<http://bancomer.intranet.com.mx/calidad/CC/Iso/Iso.htm> (15 de Marzo, 2002)

<http://www.bbv.com.ar> (10 de Marzo, 2002)

<http://expansión.com.mx> (10 de Marzo, 2002)

<http://www.fbbv.com.es> (10 de Marzo, 2002)

<http://intermundo.com.mx> (10 de Marzo, 2002)