



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

EL DEPORTIVO CRI-CRI DE TLALNEPANTLA DE BAZ:
ESTUDIO DE OPINIÓN PÚBLICA

SEMINARIO DE TALLER EXTRACURRICULAR
DE TITULACIÓN "LA OPINIÓN PÚBLICA"

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA

P R E S E N T A

CARLOS RAMÓN TINOCO GONZÁLEZ

ASESOR: LIC. MA. VENUS ARMENTA FRAGA



MAYO, 2004

Acompañada de un CD



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.

**POR QUE LA VIDA ES UN JUEGO, EL CUAL HAY QUE APRENDER A JUGAR
..... PARA PODER GANAR.**

Anónimo.

Agradecimientos

A *Dios*, por brindarme la oportunidad de disfrutar a mis hijas, mi familia, amigos, pero sobre todo por encontrar en ti un consuelo.

A mi madre, *Juana*, por darme la oportunidad de enfrentarme a los retos de la vida y demostrarme su infinito amor. Te admiro

A mi padre, *Carlos*, por enseñarme el valor del trabajo, la responsabilidad que lleva consigo y ser un ejemplo a seguir. Te respeto

A mis hijas, *Karla y Mahli*, mis dos motivos para soportar mi existencia y seguir adelante sin importar lo que pase. Las amo

A ti, *América*, por entender a un pobre loco en los momentos más difíciles de su vida e impulsarme a seguir adelante cuando estaba a punto de rendirme. Te quiero

Al *Voleibol*, por que me ha brindado la oportunidad de disfrutar la vida, pero sobre todo por darme la fortuna de conocer a mis *Amigos*, mis *Compañeros*, los cuales me han ayudado en todo momento para sentirme parte de algo y de alguien. Gracias

A mis *Profesores* del seminario, por ayudarme a hacer posible una meta de mi vida, en especial a mi asesora, la *Maestra Venus*, por creer de sobremanera en mi capacidad para lograr este trabajo.

A todos aquellos, que me han puesto el pie en el camino de la vida, ya que gracias a ello he sabido levantarme, secar lágrimas y llevar la frente en alto para seguir adelante.

ÍNDICE	PÁGINA
CAPÍTULO UNO. MARCO TEÓRICO	
1.1 Teoría General de Sistemas	5
1.1.1. Concepto de Sistema	5
1.1.2. Selección de los Componentes del Sistema.	7
1.1.3. La Flexibilidad del Sistema	8
1.1.4. Distinción entre los elementos de un Sistema	9
1.1.5. Relación entre los componentes del Sistema.	10
1.1.5.1. Formas de afectación de las dependencias	11
1.1.6. El Análisis Sistemático de los Sistemas	11
1.1.7. Relaciones del Sistema Comunicativo con otros Sistemas	11
1.1.8. Sistemas Finalizados	13
1.2 El Sistema de la Comunicación	14
1.2.1. Actores	15
1.2.2. Instrumentos	16
1.2.3. Expresiones	16
1.2.4. Representaciones	17
1.3. TEORÍA DE LA MEDIACIÓN SOCIAL	18
1.3.1. Características de los medios de comunicación	19

1.3.2. Planos mediacionales	21
1.3.3. Modelos Culturales de la mediación	24
1.3.3.1. El Modelo Medieval.	24
1.3.3.2. Ilustración o Enciclopedismo	25
1.3.3.3. El capitalismo	26
1.3.3.4. El capital monopolista	27
1.3.4. Modelos Sociales de Mediación	27
1.3.4.1. Mosaicos	28
1.3.4.2. Jerárquicos	28
1.3.4.3. Articulares	29
1.3.4.4. Latente o Abstracto	29
1.4. LA NATURALEZA COMUNICATIVA DE LA OPINIÓN PÚBLICA	30
1.4. El Subsistema Opinión Pública	31
1.4.1 Componentes del Sistema Opinión Pública	31
1.4.2. Elementos en el Referente por estudiar.	32
1.5. HISTORIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA	33
1.5.1 la comunidad primitiva	33
1.5.2. La cultura mesopotámica	36

1.5.3. La cultura egipcia	38
1.5.4. Grecia y Roma	40
1.5.5. Edad Media	43
1.5.6. La Opinión Pública en el Renacimiento y Liberalismo	44
1.5.7. La Opinión Pública en la Actualidad	50
1.5.7.1. Aportes de la Investigación Norteamericana a los Estudios de Opinión Pública	54
1.6. CÓDIGO DE ÉTICA	56
1.6.1. Reflexiones	61
 CAPÍTULO DOS: Municipio de Tlalnepantla de Baz.	
2.1. Ubicación histórica del Municipio de Tlalnepantla de Baz.	64
2.1.1. Origen, Desarrollo y Situación actual del Municipio de Tlalnepantla de Baz.	64
2.1.1.1. Historia	65
2.1.1.2. Localización y Situación Geográfica.	67
2.1.1.3. Extensión Territorial.	69
2.1.1.4. División Política.	70
2.1.1.5. Escudo de Armas.	71

2.1.1.6. Entorno Social.	72
2.1.2. Origen, Desarrollo y Situación actual de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz.	74
2.1.2.1. Historia.	74
2.1.2.2. Localización y Situación Geográfica.	75
2.1.2.3. Extensión Territorial.	76
2.1.2.4. División Política.	77
2.1.2.5. Entorno Social.	79
2.1.3. Origen, Desarrollo y Situación Actual del Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte.	80
2.1.3.1. Área administrativa.	81
2.1.3.2. Área de instalaciones deportivas.	81
2.1.3.3. Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.	82
2.2. Organización del Municipio de Tlalnepantla de Baz.	82
2.2.1. Organigrama del Municipio de Tlalnepantla de Baz.	84
2.2.2. Organigrama de la Dirección Municipal de la Juventud y el Deporte.	85
2.3. Funciones de la Organización.	85
2.3.1. Objetivo, Misión y Visión del Municipio de Tlalnepantla de Baz.	86

2.3.2	Objetivo, Misión y Visión del Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte	86
2.4.	Características demográficas de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas.	87
2.5.	Problemática del Universo a estudiar.	88
2.6.	Descripción de la temática a tratar.	88

CAPÍTULO TRES: METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO.

3.1	Relación del marco Teórico con la Tabla de Especificaciones	91
3.2	Sistema Hipotético	94
3.3	Variables	97
3.4	Tabla de especificaciones	98
3.5	Arboreación	100
3.5.1.	Criterios de arboreación	100
3.5.2.	Tabla de Equivalencias	101
3.5.3.	Diagrama de flujo de la arboreación	102
3.6.	Cuestionario Piloto	104
3.7.	Procedimiento de Aplicación	108
3.8.	Resultados del Piloteo	109

3.9. Correcciones al cuestionario piloto	109
3.10. Cuestionario Final	110
CAPÍTULO CUATRO: LEVANTAMIENTO DE DATOS	
4.1 Características de la población	116
4.2 Tipo de levantamiento de datos	117
4.3 Convalidación de la muestra.	122
4.4 Criterios para el levantamiento de datos	123
4.5 Reporte de levantamiento de datos	125
4.6 Lectura de Datos	127
4.6.1. Resultados Generales por categoría	128
4.6.2. Resultados Específicos por Indicador – variable sociodemográfica	128
4.6.2.1. Variable Sexo Masculino.	128
4.6.2.2. Variable Sexo Femenino	130
4.6.2.3. Variable Edad de 10 a 20 años	132
4.6.2.4. Variable Edad de 21 a 30 años	133
4.6.2.6. Variable Edad de 31 a 40 años	135
4.6.2.7. Variable Edad de 41 a 50 años	137
4.6.2.8. Variable Nivel de Escolaridad Primaria	138
4.6.2.9. Variable Nivel de Escolaridad Secundaria	140
4.6.2.10. Variable Nivel de Escolaridad Preparatoria	142
4.6.2.11. Variable Nivel de Escolaridad Superior	143
4.6.2.12. Variable Tipo de Casa que Habita Propia	145
4.6.2.13. Variable Tipo de Casa que Habita Rentada	147

4.6.2.14. Variable Colonia donde Vive San Juan Ixhuatepec	148
4.6.2.15. Variable Colonia donde Vive Lomas de San Juan	150
4.6.2.16. Variable Colonia donde Vive El Copal	152
4.6.2.17. Variable Colonia donde Vive Lázaro Cárdenas	154
4.6.2.18. Variable Estado Civil Soltero	156
4.6.2.19. Variable Estado Civil Casado	157
4.6.2.20. Variable Estado Civil Otro	159
4.6.2.21. Variable Posición Familiar Padre	161
4.6.2.22. Variable Posición Familiar Madre	162
4.6.2.23. Variable Posición Familiar Hijo	164
4.6.2.24. Variable Canal de TV que ve Canal 2	165
4.6.2.25. Variable Canal de TV que ve Canal 13	167
4.6.2.26. Variable Canal de TV que ve Canal 40	169
4.6.3 Resultados específicos por categoría – variable sociodemográfica	170
4.6.3.1 Variable Sexo Masculino.	170
4.6.3.2. Variable Sexo Femenino	171
4.6.3.3. Variable Edad de 10 a 20 años	172
4.6.3.4. Variable Edad de 21 a 30 años	172
4.6.3.5. Variable Edad de 31 a 40 años	173
4.6.3.6. Variable Edad de 41 a 50 años	173
4.6.3.7. Variable Nivel de Escolaridad Primaria	174
4.6.3.8. Variable Nivel de Escolaridad Secundaria	175
4.6.3.9. Variable Nivel de Escolaridad Preparatoria	175
4.6.3.10. Variable Nivel de Escolaridad Superior	176
4.6.3.11. Variable Tipo de Casa que Habita Propia	176

4.6.3.12. Variable Tipo de Casa que Habita Rentada	177
4.6.3.13. Variable Colonia donde vive San Juan Ixhuatepec	177
4.6.3.14. Variable Colonia donde vive Lomas de San Juan	178
4.6.3.15. Variable Colonia donde vive El Copal	179
4.6.3.16. Variable Colonia donde vive Lázaro Cárdenas	179
4.6.3.17. Variable estado civil Soltero	180
4.6.3.18. Variable estado civil Casado	180
4.6.3.19. Variable estado civil Otro	181
4.6.3.20. Variable Posición Familiar Padre	182
4.6.3.21. Variable Posición Familiar Madre	182
4.6.3.22. Variable Posición Familiar Hijo	183
4.6.3.23. Variable Canal de TV que ve Canal 2	183
4.6.3.24. Variable Canal de TV que ve Canal 13	184
4.6.3.25. Variable Canal de TV que ve Canal 40	184

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

Introducción

Personalmente, la necesidad de concluir una carrera profesional, implica el hecho de terminar con un trabajo de tesis y un examen profesional, por ello la oportunidad que presenta el seminario de titulación profesional, en el cual fui aceptado, no la podría desaprovechar para poder realizar mi meta trazada con anterioridad durante los años escolares.

De esta manera el trabajo desarrollado dentro del seminario de titulación, me ayudo de gran manera a trabajar en equipo, tanto con mis colegas y profesores, como con los compañeros del trabajo para llevar a buen término esta investigación.

Este estudio surgió de la necesidad, personal primero e institucional después, de saber por qué un deportivo Municipal, que cuenta con instalaciones funcionales para la práctica deportiva y recreativa, no sea utilizado por los habitantes de las colonias aledañas a su lugar de ubicación.

En lo referente a la institución en que laboro, que es la Subdirección del Deporte, por ser una dependencia Municipal, el trato con la gente es cosa de todos los días y la falta de espacios deportivos funcionales es una demanda ciudadana constante, sin embargo, la poca asistencia por parte de la población a estos centros recreativos, no justifica en cierta medida la inversión hecha en ellos por parte de la administración municipal.

Por ello, con la presente investigación se pretende saber cuáles son las causas que dan origen a los hechos de inasistencia y desinterés por parte de la población, al hacer uso de las instalaciones deportivas municipales, concretamente las del Deportivo Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepanitla de Baz.

De esta manera el Objeto de Estudio del presente estudio es el conocer la Opinión Pública de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepanitla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler "Cri-Cri". Siendo este un indicador de las demás instalaciones deportivas del Municipio, ello debido al gran número de habitantes que tienen estas colonias y rodean este centro de recreo.

A partir de las teorías General de Sistemas y de la Mediación Social, expuesta por Manuel Martín Serrano, en donde se considera a la Opinión Pública como un subsistema del Sistema Comunicativo, ya que incluye a todos sus componentes, los cuales para la presente investigación se identificarán de la siguiente forma: * Actores que en este caso son los habitantes de las colonias de la zona oriente del municipio de Tlalnepanitla de Baz; * Expresiones que son las opiniones de

los habitantes de estas colonias; * Instrumentos que son los cuestionarios aplicados a los actores y; * Representaciones los datos obtenidos en la investigación.

Además de que la Opinión Pública debe de considerarse como un fenómeno humano, ya que ésta tiene su origen y desarrollo dentro de los grupos sociales que la expresan (llámense pensamientos, experiencias, emociones) para que sean conocidas. Esto se puede entender como la Naturaleza de la Opinión Pública.

Pero, para profundizar más en ello, es necesario hacer una definición de la Opinión Pública, a la cual concepiremos como el conjunto de las expresiones de los individuos de un grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todo aquello que interesa y/o afecta al grupo social, a diferencia del público que es el grupo social en sí mismo.

Lo anterior dio como resultado el planteamiento de la hipótesis general, la cual expone el hecho de que no se conoce la Opinión Pública de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la zona oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler "Cri-Cri".

Ante este hecho, se procedió a establecer los objetivos de la investigación: Primeramente conocer la opinión de los habitantes de estas colonias de la zona oriente del municipio de Tlalnepantla de Baz, con respecto a las instalaciones del centro recreativo "Cri-Cri"; Así como sustentar la postura teórica de la naturaleza comunicativa de la Opinión Pública, a través de un método de investigación el cual me permitiera alcanzar este primer objetivo.

Para desglosar de una forma más concisa el proceso de la investigación se expone lo siguiente:

Primeramente se plantearán los fundamentos teóricos de la investigación, desde el concepto de sistema, hasta un código de ética de la Opinión Pública, pasando por la historia de ésta última en diferentes etapas de la humanidad (Comunidad Primitiva, Mesopotamia, Egipto, Grecia-Roma hasta nuestros días) y los usos de la comunicación en cada uno de ellos.

Posteriormente se explicará la historia, desarrollo, ubicación y situación actual, tanto del Municipio de Tlalnepantla de Baz, la Zona Oriente de éste como del deportivo Francisco Gabilondo Soler "Cri-Cri", que es donde se realizó la investigación.

En la tercera parte de este estudio, se abordará la metodología para desarrollar el instrumento de investigación, en este caso un cuestionario aplicable a la comunidad de las colonias que rodean al objeto de estudio (Deportivo Cri-Cri), por medio de la relación que guarda la parte teórica y las

preguntas de investigación, llevando un orden en la conformación del cuestionario, aplicando una prueba piloto y haciendo las debidas correcciones para el estudio final.

Por último, sobre la base de las características de la población a estudiar, se determinará tomar una muestra para realizar el levantamiento de datos, efectuar el vaciado de estos en tablas para procesarlos, posteriormente cuantificar los resultados y dar lectura estos últimos, y con ello exponer las causas que originan esta problemática en las instalaciones deportivas del Municipio de Tlalnepantla de Baz en su Zona Oriente.

Todo ello va enfocado a subsanar las deficiencias en la prestación de los servicios en las instalaciones deportivas del Municipio, como en la falta de actividades y su difusión, y así lograr cumplir una de las misiones de un órgano público, que es la de brindar atención y servicio a la comunidad a la cual sirve.

CAPÍTULO UNO

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se expondrán la teoría general de sistemas y la mediación social, así como lo referente a los sistemas comunicativos, del subsistema de la opinión pública. Del mismo modo, se presentará la historia de la opinión pública a través de los diferentes periodos históricos de la humanidad, desde la comunidad primitiva hasta nuestros días, además de explicar los aportes de las investigaciones norteamericanas y el código de ética de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión (AMAI), de la opinión pública.

Todo ello para poder identificar los elementos de la Opinión Pública y así entender el ámbito teórico en que se basará la presente investigación para Conocer la Opinión Pública de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, con respecto al uso de las Instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

1.1 Teoría General de Sistemas

En la Teoría General de Sistemas se estudiará la Organización y el Funcionamiento de los Sistemas, a través del concepto de Sistema y el Análisis de la Organización de los Sistemas. En otro apartado se explicará la Predicción sobre el Comportamiento de los sistemas, haciendo énfasis en las diferencias entre Análisis Sistemático y Predictivo. El Análisis del Comportamiento de los sistemas, y Sistemas Finalizados serán la última parte de la exposición.¹ Esto a partir de las teorías expuesta por Manuel Martín Serrano, en la Teoría de la Comunicación y en el texto sobre la Mediación Social.

1.1.1. Concepto de Sistema

Manuel Martín Serrano establece que el concepto de sistema debe estudiarse como entidad real y como método de análisis, y que sólo a partir del análisis será posible diferenciar un sistema de un agregado.

¹ Martín Serrano, Manuel, et.al. Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. pp. 93-110

“El término *sistema* cuando se utiliza para designar entidades reales se opone al término *agregado*. Un *sistema* y un *agregado* son igualmente conjuntos, es decir, entidades que se constituyen por la concurrencia de más de un elemento; la diferencia entre ambos consiste en que el conjunto de los elementos de un sistema muestra una organización de la que carecen los elementos del agregado”². A los elementos que se organizan en un sistema, Martín Serrano, los denomina **componentes del sistema**.

Una vez que la entidad real cumple con los requerimientos para ser definido como sistema, entonces puede ser estudiado desde la Teoría de Sistemas como método de análisis, en donde en el ámbito metodológico, el término sistemático se opone al término asistemático. El análisis sistemático de un conjunto de elementos se caracteriza porque se propone explicar la organización del objeto de estudio.

Sin embargo, para que sea posible realizar el análisis sistemático de un objeto de estudio, éste debe reunir ciertos requisitos: que el objeto posea alguna *organización*, es decir, que sea *un sistema a nivel real*. La comunicación puede ser estudiada sistemáticamente porque es un objeto *organizado* de estudio.

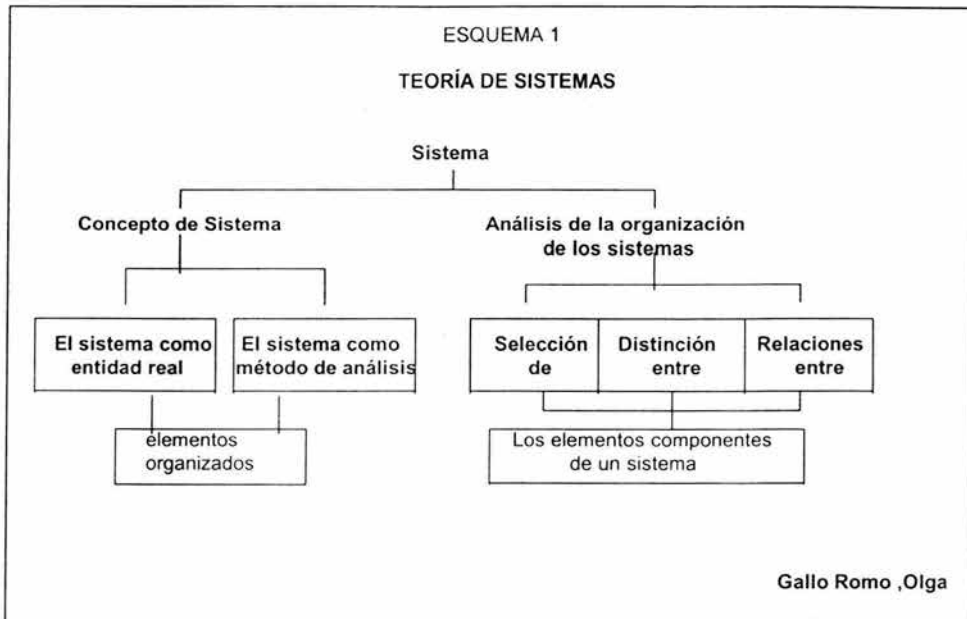
Se dice que un objeto de estudio está organizado y, por tanto, puede ser analizado como un sistema, cuando sus componentes presentan las siguientes características:

- A) han sido seleccionados
- B) se distinguen entre sí
- C) se relacionan entre sí

Estas características se explican como consecuencia de su pertenencia al sistema.

² Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, pp. 93-110

Finalmente, se presenta el esquema 1 que da cuenta de los contenidos hasta aquí expuestos.



1.1.2. Selección de los Componentes del Sistema.

Una vez que los requisitos de organización, selección, distinción y relación de los elementos del sistema entre si se han cubierto, el sistema como método de análisis se encargará de dar cuenta de la organización de los elementos componentes del objeto de estudio.

*“Un componente pertenece a un sistema dado, cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema.”*³ A esta relación entre el componente y el sistema se le denominará *implicación*.

Existen dos clases de Implicaciones:

- ❖ **Obligatoria:** Cuando la desaparición de un elemento obligatorio afecta la existencia o el funcionamiento del sistema o incluso puede llegar a transformarlo en otro.

³ Martín Serrano, Manuel, et.al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 96-97

- ❖ *Optativa*: Se dice que un elemento es optativo cuando su eliminación no afecta el sistema, éste puede funcionar sin desaparecer o reproducirse sin transformarse sustituyendo ese componente por otro.

1.1.3. La Flexibilidad del Sistema

Los indicadores de la Flexibilidad de un sistema se definen de la siguiente manera: El sistema selecciona componentes obligatorios y optativos, el número de componentes de unos y otros indica la flexibilidad que posee la organización.

“Un sistema en el que todos sus componentes fuesen obligatorios se definiría como completamente *Rigido*.”

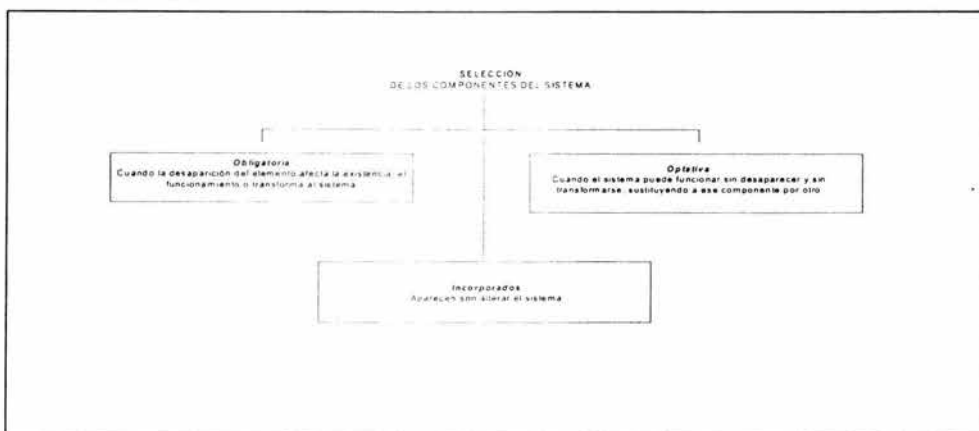
Por otro lado, un sistema que estuviese comprendido en su totalidad por componentes optativos, sería completamente *Elástico*”.⁴

Existen, de igual manera, elementos que sin ser obligatorios u optativos para el funcionamiento y existencia del sistema, aparecen frecuentemente en él. A éstos se les llama incorporados y requieren del sistema, pero el sistema puede eliminarlos sin alterarse.

De la diferencia de estos tres componentes se desprenden las *implicaciones* existentes en un sistema.

En el esquema 2 se sintetizan los contenidos anteriores:

ESQUEMA 2



⁴ Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación: Epistemología y análisis de la referencia*, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, 96-97

1.1.4. Distinción entre los elementos de un Sistema

"Un componente se distingue de otro u otros en el interior de un sistema dado, cuando las diferencias que existen entre ellos, o sus diferentes comportamientos son necesarios para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema."⁵ A esta distinción entre los componentes se le denomina diferenciación.

Existen dos clases de diferenciación:

- ❖ *Estructural*: Se refiere al espacio específico, al lugar físico que ocupa el componente dentro de ese sistema y nadie puede ocupar esa posición y a su vez ese componente no puede ocupar la de otro.
- ❖ *Funcional*: La existencia de cada elemento es necesaria para que asuma al menos una de las funciones que existen en el sistema y esa función no puede ser asumida u ocupada por otro (s) elemento (s).

El total de componentes que definen el sistema es un indicador de su tamaño. El sistema más pequeño es aquel en el que sólo cabe diferenciar dos componentes.

La diferenciación entre los elementos del sistema puede apoyarse en la existencia de componentes heterogéneos, es decir, de distinta naturaleza, aunque la heterogeneidad de los componentes no sea un requisito indispensable para que aquellos se diferencien entre sí. Los sistemas que se estudian en ciencias sociales y en comunicación suelen estar constituidos por elementos heterogéneos.⁶

⁵ Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, pp. 98-99

⁶ Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 99-100

El esquema 3 corresponde a lo contenidos desarrollados en el apartado anterior:



1.1.5. Relación entre los componentes del Sistema.

*"Un componente pertenece a un sistema dado cuando las relaciones que establece con otro u otros componentes del sistema son necesarias para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema."*⁷ A estas relaciones se les identifica como *Dependencias*, indicando que el estado de cada componente se ve afectado por otro u otros componentes y viceversa.

Las dependencias que pueden existir entre los componentes de un sistema son tres:

- ❖ *Solidarias*: El cambio de un componente afecta a otro (s) y viceversa.
- ❖ *Causales*: El cambio del componente afecta a otro (s) pero no a la inversa.
- ❖ *Específicas*: El cambio de un componente afecta en ocasiones a otro componente.

La distribución que existe en el sistema entre relaciones de carácter específico, por una parte, y de carácter solidario o causal, por otra, es un indicador de la constricción que caracteriza a la organización del sistema. *"El sistema mas constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen solidarias. A medida que las relaciones solidarias dejen paso a relaciones causales, disminuye la constricción. El sistema menos constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen de carácter específico"*.⁸

⁷ Martin Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 100-101

⁸ Martin, Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 102

El esquema 4 da cuenta de lo anterior:



1.1.5.1. Formas de afectación de las dependencias

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 elementos.

Para que un componente pertenezca a un sistema, basta con el hecho de que mantenga al menos una relación directa con otro componente, que una sola vez lo afecta, aunque ese efecto sea manifestado posteriormente al momento en que se sucedió.

1.1.6. El Análisis Sistemático de los Sistemas

Este análisis puede definirse como *"el estudio de la organización de los sistemas, consistente en identificar cuáles son los componentes que cada sistema selecciona, cómo se distinguen unos de otros y que relaciones mantienen en el sistema"*.⁹

1.1.7. Relaciones del Sistema Comunicativo con otros Sistemas

El modelo dialéctico de la comunicación no podría quedar totalmente explicado si no se menciona que hay otros sistemas que intervienen en su funcionamiento: los objetos de referencia de la comunicación y las intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social (SS).

⁹ Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 172

Por intervención del SS sobre el Sistema de la Comunicación (SC) se entiende toda práctica personal o institucional que afecta a algunos de los componentes del sistema de comunicación o al sistema en su conjunto.¹⁰

En sentido inverso, el SC puede utilizarse como un interventor que controla el funcionamiento de alguna institución o de alguna práctica social. Mediante la comunicación cabe intervenir sobre las necesidades, los valores y, en general, sobre los modelos del mundo que caracterizan a los diferentes grupos humanos.

Es así como el objeto sobre el que se comunica no pertenece al sistema comunicativo y no puede ser encontrado en los Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones. Además: no existe comunicación sin objeto de referencia, aunque pueda existir un objeto de referencia que no exista en el sentido físico de la palabra.

La penetración del Sistema Referencial, SR y el SC se produce por la mediación de los datos de referencia. Los datos de referencia (referidos a un objeto de referencia) son, desde el punto de vista físico, un conjunto de energías moduladas; desde el punto de vista perceptivo, un conjunto de estímulos expresivos; desde el punto de vista de la teoría de la información, un conjunto de señales codificadas; desde la perspectiva de la comunicación, un conjunto de expresiones asociadas a un conjunto de representaciones".¹¹

Finalmente el modelo que se ha planteado hasta este momento pretende los siguientes tres objetivos:

- Analizar de manera sistemática los distintos componentes que interviene en el sistema de comunicación SC.
- Sistematizar el análisis de las interdependencias existentes entre SC y SS.
- Aclarar las relaciones que la comunicación establece con los referentes SR.
- Reconocer que tanto el SC como el SS y el SR se constituyen como subsistemas en el interior de otro sistema más general: El sistema histórico.

10 Martín Serrano, Manuel, et al. Teoría de la Comunicación: Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 171

11 Martín Serrano, Manuel, et al. Teoría de la Comunicación: Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, P. 172

De este modo se propone un modelo que trata de dar coherencia a varios sistemas que, por ser abiertos, son inter actuantes y por tanto multiafectados, el esquema sería el siguiente:

ESQUEMA 5



De acuerdo a la propuesta de los sistemas, la comunicación humana es considerada para su estudio como un Sistema.

1.1.8. Sistemas Finalizados

Todo sistema cuya organización y/o funcionamiento se vean afectados por la intervención humana son sistemas finalizados¹².

La distribución que existe en el sistema entre relaciones de carácter específico, por una parte, y de carácter solidario o causal, por otra, es un indicador de la constricción que caracteriza a la organización del sistema. *“El sistema más constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen solidarias. A medida que las relaciones solidarias dejen paso a relaciones causales, disminuye la constricción. El sistema menos constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen de carácter específico”*.¹³

12 Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación* Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, P. 107

13 Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación* Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, P. 102

En síntesis podemos decir que:

1. El sistema por tener elementos organizados se distingue del agregado.
2. Un sistema es una entidad real, cuyos elementos están organizados.
3. Un sistema está organizado cuando sus componentes: a) han sido seleccionados, b) se distinguen entre sí, y c) se relacionan entre sí.
4. El análisis sistemático se hace para explicar la organización de los sistemas.

1.2 El Sistema de la Comunicación

La comunicación humana presenta todas y cada una de las características que identifican a los sistemas finalizados:

- a) En la comunicación intervienen componentes cuyas relaciones están organizadas.
- b) Los componentes de la comunicación son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo.
- c) La comunicación humana persigue un fin. La comunicación entre Actores humanos aparece como un sistema finalizado, cuyos componentes están constreñidos a cumplir las funciones que les asignan los comunicadores.¹⁴

Estas características de la comunicación permiten estudiar los intercambios de información¹⁵ como procesos que ocurren en el interior de un sistema: EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN, el cual identificaremos como SC.

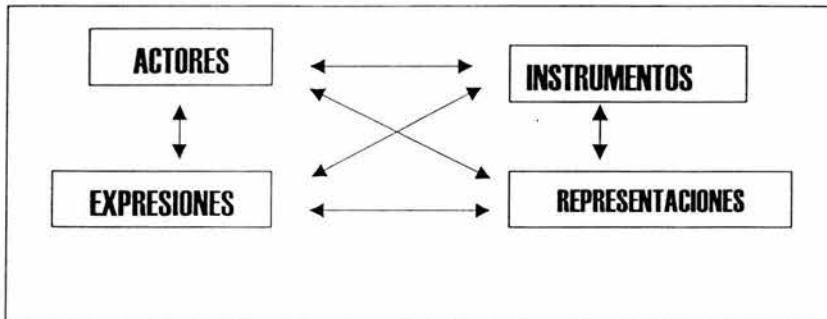
Los elementos del Sistema Comunicativo, SC, se dividen en Actores, Expresiones, Instrumentos y Representación, (estos elementos están Seleccionados, Distinguidos y Relacionados entre sí) y dada la interdependencia de este sistema con otros, (principalmente el Social, SS) dichos elementos también participan en otros sistemas. Cabe recordar que los sistemas abiertos (en este caso el SC) son interactuantes y multiafectados.

¹⁴ Martín Serrano, Manuel, et al. Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, P. 159

¹⁵ Martín Serrano, Manuel, et al. Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, P. 159

El Modelo que propone Martín Serrano se esquematiza de la siguiente manera:

ESQUEMA 6



Se considera que un modelo pretende estudiar la comunicación como un sistema general cuando quiere formular principios teóricos o metodológicos, que, serían válidos para su posterior aplicación a sistemas concretos de comunicación.

La comunicación tiene componentes que son seleccionados, distinguidos y relacionados entre sí, así la comunicación entre actores humanos aparece como un sistema, cuyos componentes están obligados a ocupar posiciones y cumplir las funciones que les asignan los comunicadores.

1.2.1. Actores:

Son actores:

a) *"Las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones entran en comunicación con otros Actores.*

b) *"Las personas físicas por cuya mediación técnica unos Actores pueden comunicar con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya, incluya o modifique a los datos de referencias proporcionados por los otros Actores."*¹⁶

Los Actores, quienes están implicados directamente en la producción, el consumo, o la distribución de comunicación, por su función pueden distinguirse entre dos clases:

- *Los que se sirven de la comunicación: "Son aquellos que son responsables de la información que circula en el sistema de comunicación o aquellos que son responsables de su consumo."*¹⁷

¹⁶ Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, P. 159

¹⁷ Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 161

- *Los que sirven a la comunicación: "Aquellos que ponen en circulación información elaborada por otros actores y consumida por terceros, siempre que su intervención afecte a los datos de referencia que le llegan a Alter."* ¹⁸

1.2.2. Instrumentos

Los instrumentos de comunicación son *"todos los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse a otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales."* ¹⁹

Los **biológicos** son: El aparato fonológico, el aparato motriz, el cuerpo

Los **tecnológicos** se dividen en dos:

Amplificadores: Aparatos amplificadores de sonido. No modifican la naturaleza de la señal: micrófono, etc.

Traductores: Cambian o traducen señales acústicas, luminosas, electromagnéticas en otra materia o energía: TV, radio, telégrafo eléctrico, Internet, etc.

Los instrumentos son amplificadores que pueden salvar la distancia física o temporal entre los Actores. Algunos instrumentos son capaces además de traducir señales de un sistema energético a otro.

1.2.3. Expresiones

El proceso de generación de expresiones es el siguiente.

Sustancia: En primer lugar debe existir una sustancia, ésta puede ser: una cosa de la naturaleza, un objeto fabricado o un organismo vivo.

¹⁸Martin Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 162

¹⁹Martin Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 163

Sustancia Informada: En segundo lugar se dota de información a la sustancia, es decir se hace una mediación cognitiva en la cual se determina que ocurrirá con dicha sustancia.

Sustancia Expresiva: A continuación, el Actor debe alterar la sustancia de forma temporal o permanente, por medio de un trabajo expresivo, es decir a través de cierta clase de operaciones que lleva a cabo Ego²⁰ con la materia de la sustancia cuando modifica su estado.

Expresión: Se transforma en expresión cuando se acabó de dar forma a la sustancia. Esto significa que: las expresiones son las modificaciones que sufre la materia de la sustancia expresiva como consecuencia del trabajo de Ego, gracias a las cuales se le confiere a la propia sustancia expresiva un uso relevante en la interacción comunicativa: Las expresiones aparecen en la materia de la sustancia expresiva como un cambio de lugar, un cambio de forma, una huella, una traza.²¹

1.2.4. Representaciones

*"Conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación."*²²

Las representaciones pueden diferenciarse según su uso:

- a) Representaciones que son modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.
- b) Representaciones que son modelos intencionales. Dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor.
- c) Representaciones que son modelos para la cognición. Dan a la información un sentido que afecta al conocimiento.

Las representaciones se diferencian en la información que afecta el comportamiento, en información que afecta el conocimiento y aquella que afecta los juicios de valor.

²⁰ Se entenderá por Ego al primer actor que en una determinada interacción inicia el intercambio comunicativo y a Alter para referirse al actor (o actores) que en esa misma interacción resulta ser solicitado comunicativamente por Ego. Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, p. 13

²¹ Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, pp. 165-167

²² Martín Serrano, Manuel, et al. *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993, pp. 167-168

1.3. Teoría de la Mediación Social

En este apartado se dará un resumen del trabajo expuesto en el texto de *La Mediación Social* de Manuel Martín Serrano. De laño de 1976 publicado en Madrid.

"La teoría de la mediación social se vislumbra como un paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen al interior de un proceso social, es decir, tal teoría permite dar un orden a las cosas, objetos, hechos y conceptos que se han estado dando, de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales. Ese orden se puede formalizar en modelos que Martín Serrano nombra "mediacionales";²³

"Un modelo de mediación es un código desde dos puntos de vista:

1. "Un modelo puede interpretarse como un mero sistema codificante, que significa lo mismo que una estructura. Estructura y código son modelos que permiten unificar la diversidad del acontecer desde el punto de vista socio cultural compartido "a priori" por el mediador y los receptores.
2. "Todo modelo es un código, entonces significa lo mismo que coerción. El modelo de coerción explica que el código es una forma de tomar partido acerca de "lo que ocurre", lo que equivale a decir "código" e ideología son términos que designan, en este contexto, a la misma cosa.

*"Tal información contenida en el modelo de mediación indica los grados de libertad de las definiciones de la realidad, de las interpretaciones alternativas que pueda tomar un miembro de la comunidad respecto al significado del acontecer, respetando el código. Los códigos se hacen más restrictivos o más abiertos según las circunstancias sociales que atraviesa el grupo".*²⁴

"La significación del código como control social es una constante cultural, en la medida que el mediador utiliza los mismos supersignos que los sujetos emplean para pensar y actuar. Orden, entonces, equivale al modo establecido de entenderse con el mundo.

²³ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán. México, 1992.

²⁴ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán. México, 1992.

“Cuando por alguna causa específica este orden social sufre alteraciones ya sea por desajustes entre normas, tecnología y personalidades, las instituciones mediadoras, creadas justamente para ello, actúan como “giroscopios” restableciendo un equilibrio en el estado de permanente disfunción a que está sometida la sociedad. A estos sistemas de regulación institucionalizados, Manuel Martín Serrano los denomina sistemas de mediación, cuya característica esencial es que contienen modelos de integración”.

La mediación se define como la actividad que impone límites a lo que puede ser hecho y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden

La mediación suele encomendarse a instituciones culturales, políticas, científicas o profesionales; a su vez todas las instituciones normativas pueden ser estudiadas desde el punto de vista de la teoría de la mediación, en cuanto mediadoras en los procesos sociales:

- a) La clase social, como instrumento de mediación entre la estructura de producción y las relaciones de producción.
- b) La política como mediador entre los recursos y las aspiraciones.
- c) La educación mediando entre los recursos y los comportamientos.
- d) La psicoterapia psicoanalítica como un instrumento de mediación entre los instintos y la socialización.

Se dice, entonces, que cuando el mediador introduce un modelo de orden entre las cosas para ofrecer una visión estable del mundo se produce un cambio importante. La información del mediador cesa de tener por objeto la realidad original: ‘lo que ocurre’, y por el contrario, el mediador, por ‘lo que ocurre’, trata de explicar el orden, como una forma de interpretar al mundo.

En este sentido, según afirma Martín Serrano, la teoría permite establecer modelos y actos, que sirven asimismo de criterios para distinguir ideas, acontecimientos o comportamientos.

En concreto, se puede hablar de mediación solamente cuando determinados significados deben asumir determinados significantes, y viceversa; por lo que es requisito fundamental la existencia de un referente común.

1.3.1. Características de los medios de comunicación

Dado que el referente constituye en la comunicación el fundamento material de la veracidad, se dice con respecto a él, que la comunicación es objetiva; por lo que es necesario establecer las

relaciones que guarda el con el referente, como criterio para clasificar a los media desde el punto de vista de la comunicación según el siguiente cuadro:

ESQUEMA 7

Relación del signo con el referente	Relación del mensaje con el referente	Característica de los códigos	
	Acrónico	Sincrónico	
Abstractos	Libro Radio	Radio	Particulares
Iconicos	Cine T. V.	Media Index T. V.	Generales
Características de los mensajes	Referentes	Referentes	
	sujetos al control del mediador	resistentes al control del mediador	

"Los medios acrónicos, por su parte, se prestan al control del significado de sus mensajes por parte del mediador. El referente esta ausente de la información cuando se lleva a cabo el mensaje. La función referencial del mensaje descansa en una imagen o una expresión. Este referente vicario puede ser fragmentado, reconstituido e incluso construido de forma tal que el mediador puede introducir en el mensaje una referencia previamente manipulada".²⁵

En los media sincrónicos se permite que el destinatario pueda verificar la objetividad del mensaje, dado que el referente acompaña a la comunicación. Cabe mencionar que en los media acústicos, la objetividad se ve reducida sólo a los sonidos.

"La teoría de la comunicación ha surgido cuando se ha cobrado conciencia de que la sociedad que dispone de media sincrónicos e icónicos sería diferente de la sociedad que comunica de manera abstracta y acrónica."²⁶

²⁵ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*. Madrid, Akal, 1966. p.86

²⁶ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*. Madrid, Akal, 1966, p. 88

Para interpretar a la sociedad y al momento histórico en que se vive es necesario abocarse a la elaboración de una determinada teoría de la mediación; aquella que se refiere al uso de los media en las sociedades capitalistas bajo el bajo el dominio monopolista , en donde la mayor influencia sociales ejerce a través de los media index; tal influencia tiene como fin la reproducción social: la teoría de la comunicación, afirma Manuel Martín Serrano, "consiste en el análisis de la mediación que corresponde al uso de los media index, en la formación social capitalista dominada por los monopolios, con fines de reproducción social".²⁷

1.3.2. Planos mediacionales

*"Cuando se priva al receptor y al emisor de los códigos particulares emerge la incomunicación, porque los códigos sociales generales no sirven para esclarecer la realidad, "carecen de sentido".*²⁸ Dada la falta de elementos para interpretar el mensaje, el receptor se sitúa en una función disonante. La disonancia estriba en los estereotipos que éste una para analizar la comunicación. Para la reducción de la disonancia, Martín Serrano plantea la existencia de tres planos:

1. Plano de la situación: está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social: un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.
2. Plano de los "principia": constituido por las constancias cuya preservación es fundamental para la reproducción del grupo; bienes de producción, normas, etc.
3. Plano de la mediación: es el plano cognitivo en el que se verifican proceso de interacción entre los otros dos planos.

El mediador encontrará las cosas como referente en uno u otro plano, e inclusive en los dos planos a un mismo tiempo.

Se tiene entonces que "el cambio social consiste en un permanente proceso de mediación; los elementos significantes que se incorporan al medio humano son relacionados con todas las sucesivas significaciones que se le exigen al medio para que sea humano, mediante modelos que abarcan nuevos ámbitos de aplicación, o salen ámbitos sobre los que otro tiempo mediaron"²⁹

Lo relevante en el análisis del cambio social es el proceso por el que los objetivos se ven relacionados son los objetivos mediante modelos y el permanente movimiento que lleva a todo modelo a objetivarse y a todo objeto a constituirse como portadores de la mediación.

²⁷ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, p. 91

²⁸ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, p. 119

²⁹ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, p. 119

Los procesos que se operan entre componentes que pertenecen a un mismo plano, tienen como referente al mismo plano en el que se desarrollan por citar un ejemplo: la generalización de los anticonceptivos tiene como consecuencia la sujeción de los nacimientos al control voluntario, pero no a la reducción de explosión demográfica o a la emancipación sexual de la mujer, proceso mediados" ³⁰

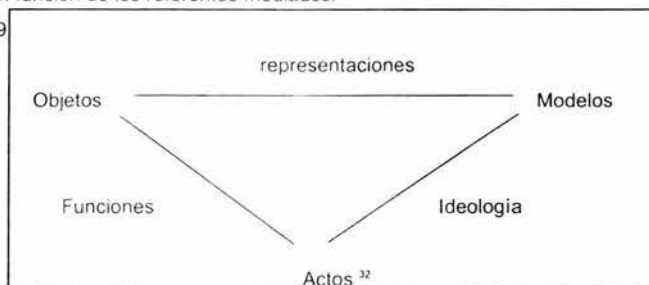
Para que se de la consonancia en la que se funda en consenso social es necesario que exista un referente. Cuando los referentes de la situación son heterogéneos respecto al de los principios, el proceso de mediación requiere la participación de un referente común. Es el momento en que el mediador introduce los códigos para que sirvan como referente, con la función de reducir la disonancia entre el plano de la situación y el plano de los principios. El esquema sería:

ESQUEMA 8

Planos mediados		
Objeto	Referente	Objeto
Modelos		Modelos
Situación		Principia
Actos		Actos
Significantes	Códigos	Significado ³¹

En cuanto a las clases de códigos mediadores, Serrano propone la distinción entre tres tipos de mediación en función de los referentes mediados:

ESQUEMA 9



³⁰ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 77

³¹ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 78

³² Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 79

Son representaciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los modelos.

Son ideologías las mediaciones que reducen la disonancia entre los modelos y los actos.

Son funciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los actos.

Los tres tipos de códigos usados en la mediación tienen en común que pueden ser expresados mediante un modelo lógico. Tanto las funciones, las ideologías y las representaciones son directamente comparables entre sí: no en el plano de sus respectivos contenidos, sino en el plano de sus formas lógicas respectivas, es decir, a nivel metalingüístico.

"El metalenguaje prescinde de los significados específicos de las operaciones y del carácter heterogéneo de los significantes a los que se aplica"³³. "Expresa las coerciones reales como restricciones lógicas (exclusión, implicación, asociación). Devuelve a la realidad sus propias limitaciones transformadas en modelos del pensamiento y de la acción"³⁴ determinados significantes deben asumir determinados significados, y cuando para atribuir los segundos a los primeros existe un código mediador, es decir, cuando ciertos objetos del medio humano van a ser relacionados con ciertos objetivos, a través de un proceso de interpretación de la realidad que dirige los comportamientos y las acciones, mediando siempre un proceso cognitivo.³⁵

Se ha perfilado, de manera general, la operación de la mediación como "agente" de regulación entre diferentes sistemas sociales, comunicativo y cognitivo; con fines de estabilidad y reproducción social. En este sentido, se ubica a la mediación desde el momento en que emergen cambios dentro del entorno; cuando estos acontecimientos son seleccionados y procesados cognitivamente y estructuralmente para posteriormente ser seleccionados y difundidos como información para que el conjunto social interactúe sobre el entorno, asegurando de tal forma su reproducción.

La mediación, entonces, se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales, de tal suerte que es necesario responder como se media entre la historia y las relaciones sociales.

³³ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 38

³⁴ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 84

³⁵ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Preceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 69

Manuel Martín Serrano perfila la existencia de modelos mediacionales, tanto culturales como sociales que permiten establecer las relaciones que se presentan entre estos sistemas. Se plantea así, en primer término, la existencia histórica de cuatro modelos culturales de la mediación:

- 1 Modelo Medieval
- 2 Modelo de la Ilustración o enciclopedismo
- 3 Modelo del Capitalismo
- 4 Modelo del Capitalismo Monopólico

Posteriormente se presentan los cuatro modelos sociales de la mediación:

- 1 Mosaico
- 2 Jerárquico
- 3 Articular
- 4 Latente o abstracto

En ellos se plasma la ideología para poder interpretar al mundo.

1.3.3. Modelos Culturales de la mediación

En el siguiente apartado se abordará a la mediación durante su desarrollo en diferentes etapas históricas de la humanidad, a partir de la época medieval hasta nuestros días

1.3.3.1. El Modelo Medieval.

“En la época medieval no existía la percepción cultural de un medio artificial (creado por el hombre) en oposición de un medio natural”³⁶; sino que los objetos fabricados eran percibidos como una réplica de la naturaleza, obra de Dios; sólo existía un creador, y, por lo tanto la actividad del hombre era una actividad de re-creación.

Para la visión medieval del mundo, era natural todo lo que estaba patente, todo lo perceptible al ojo humano o sentidos y lo artificial, aquellos efectos que escapaban a tal percepción, se concebían como mágicos, así como la mayor parte de los procesos biológicos y químicos (época denominada oscurantismo).

³⁶ Martín Serrano, Manuel Teoría de la Mediación Social, Madrid, Akal, 1966, p. 9

La ruptura de la concepción medieval se originó, entre otras cosas, gracias a la fabricación de las lentes; con ellas se puso de manifiesto un mundo ajeno a la percepción humana, otro mundo natural donde regía el orden; se hizo evidente la configuración celular y la visualización en el espacio de un número considerable de astros. A partir de entonces se considera natural lo que responde a principios universales formulados de manera abstracta; según Galileo Galilei, la naturaleza solo contemplaba una lectura posible, la abstracta. "Las cosas naturales expresan formas y proporciones geométricas; el mundo es un dato para el conocimiento y no para la contemplación"³⁷

Este giro conceptual hizo posible la ciencia experimental. A partir del momento en que el hombre se permite experimentar con el mundo no sólo nace un nuevo objeto del saber, también emerge un nuevo sujeto de la historia que contempla ya el uso de la razón. Esto es, justamente, la que constituye el segundo modelo mediador.

1.3.3.2. Ilustración o Enciclopedismo

El hombre busca el conocimiento por medio del raciocinio y la inteligencia, mediante la disección y exploración de la naturaleza. En esta época se busca la felicidad mediante la fabricación de objetos materiales como una forma de sustitución del mundo natural.

"Lo natural se subordinó al mundo artificial; pero ambos permanecieron armonizados en tanto que la burguesía (agraria) concibió que las leyes (naturales) y las constricciones (sociales) eran igualmente reflejo de la razón."³⁸

La sustitución de la burguesía agraria por la industrial, (generada gracias a la productividad), representa el ocaso del naturalismo sociológico. La naturaleza no expresa ya la razón, tiene que ser dominada por ella. Así, la tecnología y la cultura abandonan definitivamente su alianza con la naturaleza para oponerse a ella, la razón triunfa como productividad tecnológica y como represión adentro de la socialización.

Es en este momento, cuando aparecen con "toda nitidez las líneas maestras que sostienen la visión del mundo de la burguesía industrial:

³⁷ Martín Serrano, Manuel *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, P. 13

³⁸ Martín Serrano, Manuel *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, P. 14

1. Concepción de un ajuste armonioso entre la innovación tecnológica y el desarrollo cultural sustentado en la hipótesis de que cultura y tecnología expresan la misma racionalidad.
2. Concepción de una antítesis entre la razón y la naturaleza”.³⁹

Sin embargo, existe una contradicción entre ambas concepciones; si bien en la primera se plantea armonía entre tecnología y desarrollo cultural (progreso), en la segunda se rompe tal esquema al inferir la ruptura entre razón y naturaleza. En efecto, la implantación de este orden tecnológico solo logro la instauración de una sociedad a la que únicamente le interesaba la productividad. Son estos argumentos, Serrano da paso al tercer modelo.

1.3.3.3. El capitalismo

Gracias al desarrollo tecnológico, la burguesía industrial había logrado acrecentar en gran escala la productividad, hasta entonces impensada; había racionalizado a la producción introduciendo la división social del trabajo entre unos hombres, propietarios de los medios de producción y otros, meros propietarios de su fuerza de trabajo.

El resultado de este proceso “desmentía las esperanzas puestas en el logro de la liberación de la sociedad civil por la vía de la razón: la sociedad no era más justa ni los hombre más libres. Los cambios ocurrían de tal manera, que a medida que las técnicas eran más racionales y las riquezas materiales más abundantes, las relaciones sociales eran más irracionales y la cultura del pueblo más pobre”⁴⁰

La razón se mostraba incapaz de desarrollar una cultura de liberación. La hipótesis de que la tecnología y la cultura constituían procesos que avanzan solidariamente de manera armoniosa, resultaba falsa.

Conforme se solidificaba el dominio burgués sobre el proletariado, la naturaleza iba perdiendo terreno. Poco a poco el hombre se percataba de que el hábitat natural se había extinguido, era suscitado por infinidad de productos artificiales creados por el hombre mismo y en consecuencia el contacto con la naturaleza era cada vez más irreal.

³⁹ Martín Serrano, Manuel *Teoría de la Mediación Social*. Madrid, Akal, 1966. P. 15

⁴⁰ Martín Serrano, Manuel *Teoría de la Mediación Social*. Madrid, Akal, 1966. P. 46

El dominio capitalista adquirió dimensión tal, que al burguesía industrial delegó toda su autoridad para la implantación de una nueva forma de opresión: la burguesía monopolista. Cabe señalar que este cambio determinó algunas transformaciones importantes para la imagen ideológica del mundo. Constituye los rasgos que los sociólogos no marxistas describen como propios de la sociedad del consumo de masas; y con ello Serrano plantea que el cuarto y último modelo cultural de la mediación.

1.3.3.4. El capital monopolista

En esta nueva concepción de capital monopolista se vislumbran dos aseveraciones características:

1. "Se propone una aproximación de la realidad fundada en una imagen perceptiva del mundo, apoyada en el sentido de la vista, en vez de un modelo fundado en una imagen abstracta.
2. Se supone una reconciliación total entre el medio natural y el artificial"⁴¹

Esto es, la sustitución del modelo ideológico industrial por el nuevo modelo monopolista tiene que ver, en cierta medida, con la existencia de los nuevos medios de comunicación.

En efecto, la aparición de los medios de comunicación masiva hacen que las barreras conceptuales que separan al medio natural del artificial, de la tecnología y de la cultura, sean más frágiles. Los medios, señala Serrano, y en especial la televisión, transforman las cosas en signos de ellas mismas, proporcionando así representaciones casi idénticas del lo natural. "El sistema de producción no puede crear ese aspecto natural, pero sí puede, sin ningún esfuerzo, multiplicar reproducciones y ofrecerlas prácticamente gratis."⁴²

De esta manera, el hombre se libera, en cierta forma de la angustia que representa desenvolverse en un mundo humano artificial, dándose o no cuenta, de que tal mundo natural presentado a través de íconos y sonidos solo constituye otro producto artificial.

1.4.4. Modelos Sociales de Mediación

"Cada forma de mediar la sociedad tiene su paralelo en una teoría cognoscitiva que puede ser referida a un modelo lógico; este modelo debe dejar que por su medio se exprese la ideología que se utiliza para interpretar al mundo".⁴³

⁴¹ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social. Madrid, Akal, 1966, P. 203

⁴² Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social. Madrid, Akal, 1966, p. 30

⁴³ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social. Madrid, Akal, 1966, P. 38

"Como las ideologías están orientadas hacia el control social del grupo, el modelo ideológico debe ser relativamente simple, lo más genérico posible para que pueda ser aplicado con eficacia en cualquier situación concreta"⁴⁴. Serrano afirma que existen cuatro modelos sociales de mediación diferentes: mosaicos, jerárquicos, articulares y latentes o abstractos.

1.4.4.1. Mosaicos

"...los hechos que ocurren en el medio humano son inicialmente independientes entre ellos e igualmente probables, y que todas las cosas, objetos y seres que pueblan el medio humano son intercambiables entre sí e independientes"⁴⁵

"La mediación mosaica desune los datos, los desarticula y los presenta sin discriminación unos junto a otros, se esfuerza porque las posiciones relativas de los componentes del sistema sean funcionales y no se produzcan inversiones, es un orden de secuencias. Así los hechos, por heterogéneos que sean pueden integrarse en la misma definición de la realidad"⁴⁶.

Existen numerosos aspectos de la vida social que se tratan de entender utilizando un código de orden mosaico. Los códigos mosaico imponen una visión fragmentada de la realidad.

1.3.4.2. Jerárquicos

"Para la representación jerárquica de la realidad, los hechos, en vez de estar unos al lado de otros, aparecen embudidos, contenidos los unos en los otros. La aparición de una definición en la realidad social implica otras, y estará implicada en las demás: el orden se expresa en términos de dependencia y no de distancia.

"El mundo se presenta estructurado por capas: para llegar al dato más profundo hay que atravesar todos los que se le superponen y no se puede pasar de un hecho a otro sin tener en cuenta los intermedios.

"La cultura oral es característica de este modelo, las palabras habladas todavía no se estabilizan en forma escrita o impresa, son el único soporte de la continuidad cultural".⁴⁷

La mediación jerarquizada trata de mantener la virtud de los signos, preservando su capacidad de apropiación de la realidad.

⁴⁴ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, p. 40

⁴⁵ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, pp. 61-62

⁴⁶ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, p. 62

⁴⁷ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Mediación Social*, Madrid, Akal, 1966, p. 66

1.3.4.3. Articulares

"El análisis articular infiere a partir de la observación del conjunto de movimientos efectuados por el mediador con los datos de la realidad, el código del sistema".⁴⁸

Un sistema aparentemente aleatorio puede constituir un sistema semiológico regido por un orden articular de tipo lingüístico. "Los códigos articulares son un sistema de orden que permite la utilización de subsistemas diferentes (palabras, íconos, etc.) los cuales pueden intercambiarse entre ellos sin que cambie el mensaje".⁴⁹

La reproducción del orden articular permite que los mediadores (televisión, maestro, etc) se puedan sustituir unos con otros, de esta forma la visión del mundo conserva el mismo orden inicial.

"La realidad a la que se impone un orden por un modelo articular no es la de los objetos, sino la de interdependencia de los objetos entre ellos. Los objetos se reducen a ser meros puntos de intersección de los fascículos de relaciones".⁵⁰

Mediante este modelo las cosas son referidas al orden inminente que el mediador establece.

1.3.4.4. Latente o Abstracto

De referencia al uso de los datos explícitos con el objeto de interesar al espectador en una realidad; el mediador emplea un sistema de orden que posee carácter latente. No muestra los criterios empleados para clasificar la realidad, ya sea porque para el propio mediador son inconscientes o porque desea mantenerlos ocultos.

El modelo abstracto ordena los datos manifiestos respecto a variables latentes, cuyo valor es siempre igual a cero (Hjelmslev, 1968) "se podría decir que el modelo abstracto es la 'estructura que introduce una visión de la realidad desde el punto de vista de la inercia', de la ausencia de todo movimiento".⁵¹

Los modelos de mediación latente transforman en funcionales las apariencias irracionales, contradictorias o incomprensibles de la realidad.

⁴⁸ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social, Madrid, Akal, 1966, p. 67

⁴⁹ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social, Madrid, Akal, 1966, p. 67

⁵⁰ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social, Madrid, Akal, 1966, p. 57

⁵¹ Gallo Romo Olja. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

1.4. LA NATURALEZA COMUNICATIVA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

El término opinión pública ha sido conceptualizado en diversas disciplinas y periodos históricos, pero muy pocos estudios han abordado el tema sólo desde lo propiamente comunicativo. Aquí se tiene que la opinión pública es un fenómeno que tiene como base fundamental a la comunicación.

Como lo han mostrado las ciencias sociales y demostrado las biológicas, la comunicación es una conquista de la evolución de las especies que tiene como principal función contribuir a la permanencia y desarrollo de la vida

En el caso de la evolución del lenguaje hablado no es un rasgo que diferencie a los hombres del resto de los animales. Evidencias etológicas apuntan a ciertos rasgos en el comportamiento oral de otras especies.

La adquisición del lenguaje en los animales es una conquista filogenética que les ha permitido la sobrevivencia.

Así como en los animales, a lo largo de la historia y transformación del hombre, siempre ha estado presente la comunicación como un hecho concreto que se realiza en su vida cotidiana, no sólo de éste sino de la sociedad a la que pertenece; es decir, desde que el hombre surge como especie, busca la forma de sobrevivir, para ello necesita no sólo de su entorno ecológico, el que le permitirá alimentarse, sino de sus compañeros de raza.

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 en él pasa para que el hombre tenga un sentido en la vida) y del mismo grupo social para conservar territorio, bienes materiales y formas de producir satisfactores materiales o inmateriales.

"La comunicación, además de estar presente en todas las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la sociedad humana, ya que permite la transmisión de las costumbres, hábitos, de las actividades y de los avances en las diferentes razas"⁵²

Habría que recordar que la naturaleza social es heredada a la humanidad, por lo que ésta surge con la habilidad para la comunicación, para la interrelación expresiva, simbólica, que es capaz de sustituir actos ejecutivos, con la finalidad de economizar energía y eficientar la vida humana, por lo que en la actualidad no se discute que la opinión pública sea un fenómeno humano y así ha sido

⁵² Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

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 estos grupos.

El hombre 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 significantes, 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.

1.4.1. El Subsistema Opinión Pública ⁵⁵

Con base en lo anterior, se considera a la Opinión Pública como un sistema. La relación entre ésta y el Sistema Comunicativo se establece bajo las condiciones del Modelo Dialéctico de la Comunicación propuesto por Manuel Martín Serrano, al afirmar que la Opinión Pública es un sistema porque ésta cumple con los parámetros establecidos en cuanto a identificación, relación y selección de sus componentes.

El Sistema Opinión Pública, es un *subsistema* perteneciente al Sistema Comunicativo ya que comparte con él a sus elementos estructurales (Actores, Instrumentos, EXPRESIONES y Representaciones), asumiendo que el elemento expresiones es el que le da el sentido de pertenencia con el Sistema Comunicativo.

Entonces, si se da por cierto que la Opinión Pública tiene como instrumento a la expresión para llevar a cabo el consenso o disenso de los asuntos de interés público, sólo a través de ella se puede analizar. Por lo tanto, si la Opinión pública sólo puede ser ejercida entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión, entonces forma parte del Sistema Comunicativo, sin que esta pertenencia implique que no pueda establecer relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas.

1.4.2. Componentes del Sistema Opinión Pública

Los componentes del sistema de la opinión pública son:

⁵⁵ Se presenta un resumen de Gallo Romo, Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

- a) Grupo social, en el cual están inmersos los actores del Sistema.
- b) Instrumentos, biológicos y/o tecnológicos mediante los cuales se expresa la opinión.
- c) Expresiones, mediante las cuales se hará patente el consenso y disenso de los individuos que conforman el grupo social acerca del tema en debate.
- d) Representaciones, que orientarán y definirán la opinión del grupo social, ello con base en la experiencia, interés y circunstancias del individuo con respecto a su grupo social.
- e) Las seis temáticas que se han definido como "lo público"
 1. - La sobrevivencia del grupo social
 2. - La producción de bienes materiales e inmateriales
 3. - La conservación de la propiedad privada (territorio, medios de producción y mercancías o bienes)
 4. - El Estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción)
 5. La Cultura
 6. Medio ambiente o ecología

La consideración de los cuatro elementos estructurales del Modelo Dialéctico de la Comunicación como componentes, también estructurales, del Sistema Opinión Pública es explicable desde el punto de vista de que, como ya se mencionó, la Opinión Pública es un subsistema del Sistema Comunicativo, por lo tanto cualquier proceso de comunicación debe de contar con estos cuatro elementos que son los que lo hacen posible.

1.3.2. Elementos en el Referente por estudiar.

Con base a los elementos del subsistema de la opinión pública y de sus elementos en el referente del estudio a realizar se desglosarían éstos de la siguiente forma:

Actores.- son los habitantes de las colonias de San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas de la zona oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, así como los entrevistadores que realicen el trabajo de campo.

*** Instrumentos.**- Serán las encuestas impresas en papel y que se realizarán a la muestra de la población a estudiar.

***Expresiones.**- las que exponga la muestra de la población con respecto al uso de las instalaciones del deportivo Francisco Gabilondo Soler "Cri-Cri" de la zona oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz.

*Representaciones.- Tienen que ver con las Opiniones individuales.

1.5. HISTORIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

En lo referente a este apartado, se realizará un resumen del trabajo de Olga Gallo Romo en sus apuntes de maestría, en donde expone una visión nueva en lo concerniente a la opinión pública en sus diferentes periodos históricos.

1.5.1 LA COMUNIDAD PRIMITIVA

En el Paleolítico, periodo caracterizado por el tallado de la piedra, se inicia y desarrolla el lento proceso de hominización, caracterizado por la conquista de la posición erecta, la liberación de las manos y su correlación con el cerebro, y el desarrollo de las estructuras cerebrales; el periodo culminó con la aparición del hombre, quizá a fines de la Era Terciaria, hace 1.8 millones de años.

Es en el paleolítico medio, en Europa y Oriente Medio, hace cerca de 100.000 años surge el hombre de Neandertal. Muchos arqueólogos atribuyen a los neanderthales formas avanzadas de comportamiento y pensamiento simbólico.

Asimismo, muchos arqueólogos creen que los neanderthales enterraban deliberadamente a los muertos, sepultándolos con las rodillas junto al pecho en posición fetal. Las herramientas líticas y partes de esqueletos pertenecientes a osos de las cavernas y otros mamíferos han inspirado la teoría de que los neanderthales celebraban ritos funerarios y creían en el más allá.⁵⁶

Desde el final del Paleolítico Inferior, el hombre no sólo estaba preocupado por la supervivencia o por la existencia, sino que se sentía sometido a un poder trascendente que gobernaba las esferas de la realidad y su propia existencia desde el nacimiento hasta la muerte. El sacrificio animal formó parte, sin duda, del culto de aquello cuyo significado superaba los límites de lo visible.

Con la aparición del homo sapiens, hace unos 38 mil años en el periodo paleolítico superior, la evolución humana dio un paso definitivo no ya en lo biológico, sino en su desarrollo psíquico y social.

"El *tempo* del desarrollo se tornó conciente de su propia existencia y de su separación de los demás seres de la naturaleza, lo que le condujo a crear o a perfeccionar una red de relaciones de

⁵⁶ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública. Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

tipo simbólico que le habían de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión).⁵⁷

Los primeros referentes que el homo sapiens dejó en paredes y techos de galerías subterráneas, 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, rinocerontes lanudos y mamuts peludos.

La escultura empieza en la misma época. Nuevamente, los primeros referentes son pequeños animales de marfil y las toscas figurillas encontradas cerca de Vogelhard , Alemania.⁵⁸

Lo anterior demuestra que no son las capacidades innatas que posee el hombre lo que lo hacen ser una de las especies más desarrolladas, sino es precisamente su extraordinaria capacidad para aprender de su entorno, y así no sólo saciar sus necesidades básicas, sino también buscar formas de trascendencia espiritual. El hombre gracias a su capacidad craneal, que fue desarrollándose a través de miles de años, es más un ser de aprendizajes que de instrucciones genéticas.⁵⁹

“En el hombre, el uso y la manufactura de artefactos y la abstracción han alcanzado un nivel de desarrollo muy especial. Con la ayuda de un cerebro masivo ha internalizado su comportamiento a través de procesos complejos de pensamiento abstracto: el lenguaje, la filosofía y las matemáticas”.⁵⁹

Es así que existen fenómenos conductuales comunes a los individuos en todas las sociedades humanas y adquiridos durante larga historia evolutiva, como la presencia del lenguaje simbólico, la religión, el arte, el comportamiento maternal, el juego social, el uso y manufactura de artefactos, etc.

Los hombres del Paleolítico Superior adquirieron como parte de su aprendizaje un referente importante, que es el sentido del tiempo, llegaron a conocer los cambios que llevaban aparejados las estaciones, lo que les aseguró avances en sobrevivencia, pues podían prever fenómenos naturales y de alimentación.

Los primeros referentes en la comunicación del hombre fueran animales, y que además buscará dejar huella de ellos a partir de las innumerables pinturas rupestres que se han encontrado, ya que sin ellos quizá hubiera sido imposible la sobrevivencia de los seres humanos.

⁵⁷ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁵⁸ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁵⁹ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

El paso del tiempo y el desarrollo y diversificación cultural no lograron que el hombre abandonara las ideas utilitarias sobre el comportamiento animal; así, los animales aparecen de manea persistente como referentes en el arte y la religión en un vasto número de culturas.

La necesidad de comunicar a través del arte es un requisito de la sobrevivencia del hombre a medida que se va distanciando biológica y psíquicamente de su medio natural.

Desde que el hombre llega a tener conciencia de sí mismo y del medio que lo rodea, siempre ha estado presente el referente a la muerte, a la que ha representado de múltiples maneras, ya sea de manera simbólica o a través de ceremonias religiosas y espirituales. Su acercamiento siempre ha sido de respeto y temor por no tener control y saber a ciencia cierta lo que conlleva. De manera antagónica siempre el referente muerte está asociado al referente de la vida, y como muestra están los vestigios de algunas pinturas rupestres ⁶⁰

El hombre neolítico fundó los primeros poblados, convirtiéndose en sedentario, gracias a los incipientes cultivos de la tierra y a la domesticación de los animales más dóciles. Es difícil establecer la casuística del proceso de neolitización. Las teorías clásicas suponen que fueron las transformaciones económicas derivadas de la adopción del sistema de vida de producción agrícola y ganadera las que acarrearón la sedentarización y propiciaron la invención y expansión de nuevas industrias (lítica y cerámica).

"La sedentarización supuso un cambio fundamental en la manera de concebir el hábitat humano. El hombre se agrupó en poblados en los que, aparte de los recintos privados, se hicieron precisos los lugares comunitarios y las construcciones defensivas. El uso de la piedra y el barro posibilitó la aparición de nuevas formas de habitación, en las que se adivina una cierta preocupación por la decoración interior y exterior de los muros mediante pinturas e incisiones".⁶¹

La técnica que caracteriza las culturas neolíticas es la cerámica, considerada como testimonio cronológico y cultural de valor indiscutible e indicador de las migraciones de los pueblos.

El tema de la existencia más allá de la vida, fue y sigue siendo una constante en el devenir del hombre, que ha gestado infinidad de formas de comunicación a nivel interno, pero sobre todo en el ámbito público o externo, en el que se espera contar con la anuencia o aprobación de grupos o públicos medianamente grandes.

⁶⁰ Gallo Romo Olga La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁶¹ Gallo Romo Olga La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

Por tanto, cabe pensar en imágenes votivas de individuos muertos que evocarían su presencia física entre los vivos o que expresarían deseos o gratitud, tal como ocurrirá posteriormente con la estatuaria de la Mesopotamia histórica.⁶²

Esta preocupación por la vida queda de manifiesto, tanto en el Próximo Oriente como en las culturas europeas, no sólo en las figuras funerarias, sino en las que transcriben estadios cruciales de la existencia humana: la concepción, la gestación, el nacimiento y la subsistencia. La copulación es, sin duda, el tema representado con menos frecuencia.

1.5.2. LA CULTURA MESOPOTÁMICA

La civilización mesopotámica fue el resultado del entramado de distintos pueblos asentados en el Próximo Oriente, cuya rivalidad y sucesivas fases de esplendor permitieron desarrollar la primera cultura de la historia, dada la aparición de la escritura.

El imperio mesopotámico se asentó en las cuencas de los ríos Tigris y Éufrates donde se alzaron urbes como Mari, Uruk o Nínive, que fueron testimonio de diversas dominaciones y desembocaron durante el siglo VI a.J.C. en el gran imperio babilónico, en el que se sintetizan las monumentales aportaciones artísticas mesopotámicas.

Dado que la cultura mesopotámica tiene sus orígenes en el Paleolítico, comparte con otras culturas de esa época sus mismas preocupaciones en cuanto a la vida y la muerte. Realizaban ritos funerarios y creían que había vida más allá de la muerte.⁶³

Su vida y sobrevivencia también estaba ligada inminentemente a la caza, pesca y recolección de frutos. A diferencia de la cultura egipcia, cuya religión tenía fundamento en una vida más allá de la muerte, la cultura mesopotámica negó toda posibilidad de una vida ultraterrena. Por todo ello, las formas artísticas desarrolladas surgieron como exaltación del poder temporal, encarnado por el rey, considerado como el máximo representante de la divinidad en la tierra. Sin embargo, como ocurrió en la cultura egipcia, los artistas que lo hicieron posible no tuvieron ninguna consideración social, perteneciendo a las capas menos favorecidas de la sociedad.

No es de extrañar que las tumbas no adquirieran especial relevancia en el arte mesopotámico, aunque tampoco sean infrecuentes, en la primera mitad del III milenio, cuando a angustia ante la muerte inducía a los héroes mitológicos a buscar las hierbas de la inmortalidad.

⁶² Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁶³ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

El arte desarrollado en Mesopotamia difiere con el de otras culturas, ya que responde más a una estética hedonista, con gran predominio de los sentidos, que al predominio del intelecto. Las expresiones de los artistas mesopotámicos se reducían a las demandas hechas por el poder de los reyes. Nunca a las insatisfacciones y desdichas del pueblo, pobre, hambriento y sumido en la máxima explotación. Lo anterior nos permite entender como los referentes públicos cambian, dan un viraje, y se supeditan a la máxima autoridad, que es el rey, al que le interesaba más que nada exaltar sus triunfos y glorias que obtenía mediante la dominación de otros pueblos, a través de una constante guerra.⁶⁴

Por lo dicho en el párrafo anterior, se podría decir que entre algunos de los referentes públicos más importantes de esa época se encuentran: las guerras, la explotación extrema de los ciudadanos, el poder ejercido por los reyes, el casi nulo gusto por la vida, la poca fe hacia una mejor vida después de la muerte, la pérdida de fe hacia el progreso y las diferencias sociales entre pobladores.⁶⁵

La religión es uno de los referentes del pueblo mesopotámico, sin embargo, la clase poderosa (reyes y guerreros) la utilizaban como forma de dominación.

“Los dioses eran seres que podían intervenir en las cosas de los hombres, y eran también poseedores de la tierra, de sus frutos y de sus riquezas. Los campesinos cultivaban la tierras de las divinidades y entregaban las cosechas al templo. Los artesanos ofrecían también parte de su producción a la casa de los dioses. El templo aseguraba los útiles precios, los animales de carga e incluso las semillas.

“Los gobernantes eran sólo los administradores de los dones de las divinidades, de las raciones periódicas y especiales que se repartían a la comunidad.”⁶⁶

El poderío a veces irracional de los reyes también generó una nueva clase social reconocida y respetada, la burocracia que trabajaba en palacio, quienes eran conocidos como “hijos de palacio”, además respetados y envidiados por las clases más desprotegidas.

⁶⁴ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁶⁵ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁶⁶ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

1.5.3. LA CULTURA EGIPCIA

El halo misterioso que todavía en nuestros días rodea a la civilización egipcia nos muestra la complejidad de una cultura que nació en el tercer milenio anterior a nuestra era y pervivió durante aproximadamente tres mil años. Entre las aportaciones más importantes de esta cultura cabe destacar la escritura jeroglífica, código merced al cual ha sido posible estudiar y conocer los innumerables restos de su arte.

Los asentamientos humanos egipcios se remontan al período Neolítico, cuando coexistían dos culturas, la primera denominada Alto Egipto, ubicado en el sur, y la segunda en el Bajo Egipto, en el tercer milenio antes de nuestra era, bajo la autoridad de un solo monarca, que convirtió a Egipto faraónico en el Imperio que ha perdurado durante un mayor lapso de tiempo en la historia de la humanidad.

La lengua egipcia, como medio de expresión de la verdadera memoria histórica del país, había sido durante siglos inasequible para los sabios europeos; los signos jeroglíficos dejados en los papiros grabados en la piedra eran signos mudos para la cultura occidental. La casualidad hizo que en 1799, el pico de un soldado francés, destinado en las fortificaciones de la ciudad de Rosetta, tropezara con una gran piedra de basalto negra, en cuya cara pulida tres inscripciones (jeroglífica, demótica y griega) daban noticia de un decreto de los sacerdotes de Menfis fechado en el año 196 a. J.C. durante el reinado de Tolomeo V Epifanías (hacia 205-180 a. J.C.).

Para adentrarse y comprender el mundo egipcio es fundamental tomar en consideración la cronología, y más aún si se tiene en cuenta que los egipcios no poseían un sistema cronológico único, ni tan siquiera continuo. El inicio de cada reinado suponía la vuelta al principio, al año I, por lo que sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones para precisar la fecha de cualquier acontecimiento.

Los estudios realizados han permitido establecer que la historia egipcia se inicia hacia el año 3000 (final del período predinástico), con una primera dinastía de 2920 a 2770 a. J.C. Ello no quiere decir que la civilización egipcia comience en este periodo, fue en los dos milenios anteriores cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones.⁶⁷

⁶⁷ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública. Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

Con esta cosmovisión hoy estamos en la posibilidad de conocer cuáles eran las principales referentes públicos de esta civilización: la religión, el culto a los muertos, un respeto irrefrenable a la muerte y hacia las divinidades, la belleza, el respeto a la autoridad dada por sus faraones y convertidos en verdaderas instituciones de poder, el lenguaje, etc.

A diferencia de la cultura mesopotámica, quien depositaba toda su confianza en la figura del rey, los egipcios tenían limitantes hacia esto, sobre todo en lo relativo al valor divino que les daban. Los reyes si bien eran sus gobernantes, no representaban a su divinidad y por tanto no podrían asegurarles una vida satisfactoria después de la muerte.

Por lo anterior, entendemos que los miedos y temores de los egipcios no eran sobre quehaceres terrenales, sino sobre la vida después de la muerte. Ellos, también a diferencia de los mesopotámicos, estaban seguros de que había vida después de la muerte, por lo cual estaban dispuestos a sufrir en su actual vida, pues en el "más allá" serían recompensados.

Para los egipcios la vida en la tierra era sólo un aspecto de un ciclo invariable, un episodio efímero en comparación con el tiempo infinito del más allá. La muerte suponía la posibilidad de la felicidad eterna, pero, para lograrla, el hombre había de vivir en este mundo en armonía con las reglas establecidas, con la ética emanada del poder.

Si bien la muerte significaba la separación del cuerpo de los elementos inmateriales, éstos -el espíritu- continuaban viviendo en íntima relación en el cuerpo muerto. De ahí que en los ritos funerarios no sólo fuera preciso conservar intacto el cadáver del difunto, sino mantenerlo alimentado.

Según Herodoto, los egipcios eran los más religiosos de los hombres. Cabe pensar que la religión afectaba a cualquier acontecimiento cotidiano, que estaba presente en la vida diaria de los habitantes de las orillas del Nilo, de lo que son testimonio numerosos hallazgos materiales y documentales. No ha de sorprender, por consiguiente, la relevancia que adquieren los templos en cualquier ciudad o pequeño pueblo egipcio, así como la importancia otorgada a todo cuanto rodea la muerte, desde las tumbas hasta los ritos funerarios.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que todas estas manifestaciones eran de carácter oficial, ajenas al fervor popular, y que afectaban más al mantenimiento del orden cosmogónico reflejado en el orden del poder temporal que a la realidad espiritual del pueblo llano: los templos no eran lugar de reunión de los fieles, sino únicamente el espacio en que los sacerdotes llevaban a cabo las ceremonias rituales.⁶⁸

Lo bello adquiere, por tanto, un valor temporal y subjetivo: es bello aquello que es joven, agradable a la vista y que procura placenteras sensaciones; o bien aquello que emociona, al igual que las cantilenas que recitaban los seguidores acompañados de un flautista.

Esta concepción de lo bello en relación con lo natural y con los placeres sensitivos no era única. *Nefer* también designaba aquello que servía para algo, es decir, lo que cumplía a la perfección la finalidad para la que fue creado; aquello que era bueno, por ejemplo, para habitar pueden ser bellos los templos, los palacios, las tumbas. Las cosas o los objetos pueden adquirir, sin embargo, un grado último de belleza, la belleza del ornato.

Tal vez en ninguna cultura de la prehistoria y la historia se manifestó tan fuerte el referente belleza como en la cultura egipcia, ejemplos de ello lo tenemos en sus templos, adornos de las reinas, la fastuosidad de sus ritos.

1.5.4. GRECIA Y ROMA

El empleo de la Opinión Pública como un aspecto del gobierno democrático tiene una historia que se remonta a los griegos. Los supuestos principales, ahora como entonces, son:

- 1) La comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad
- 2) Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad
- 3) De esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo
- 4) El consenso será la base de la acción pública..., de esta manera, se supone que las opiniones de la mayor a tienen el control, pero las minorías reciben protección".⁶⁹

⁶⁸ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁶⁹ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

Al hablar de repúblicas democráticas se supone que los asuntos de interés público y que, por lo tanto, afectan al grupo social, se resuelven mediante el consenso ciudadano (sin considerar en este caso a los esclavos) y no por imposición soberana o gubernamental.

De esta manera, en Esparta y Roma la Opinión Pública era un ejercicio cotidiano de los ciudadanos, la cual tenía su expresión más clara en las Asambleas (en las que se reunía generalmente a todos los integrantes del grupo social con derecho a opinar), Comicios y Plebiscitos -práctica democrático de uso más frecuente en Roma- o, también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en los diversos ágoras de la ciudad.⁷⁰

Al respecto del ejercicio de la Opinión Pública en Roma, Rousseau expresa: "En una sociedad bien gobernada todos vuelan a las Asambleas... Es muy singular que en Roma, en donde los tribunos eran sagrados, no hubiesen siquiera imaginado que podían usurpar las funciones del pueblo, y que en medio de una tan gran multitud, no hubieran jamás intentado prescindir de un sólo plebiscito".⁷¹

Y más aún "siendo las leyes actos auténticos de la voluntad general, no podría obrar el soberano más que cuando el pueblo está reunido. Al respecto, la república romana era, me parece, un gran Estado, y la ciudad de Roma, una gran ciudad. El último censo acusó en Roma 400 000 ciudadanos armados, y el último empadronamiento del Imperio, más de cuatro millones de ciudadanos.

Qué difícil es imaginarse, reunido frecuentemente, al pueblo inmenso de esta capital y de sus alrededores! Sin embargo, no transcurrirán muchas semanas sin que se reuniese el pueblo romano, y en ocasiones hasta muchas veces en este espacio de tiempo. No solamente ejercía los derechos de la soberanía, sino una parte de los del gobierno. Trataba ciertos asuntos; juzgaba ciertas causas, y este pueblo era en la plaza pública casi con tanta frecuencia magistrado como soberano".⁷²

⁷⁰ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁷¹ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁷² Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

La Opinión Pública, todavía como un fenómeno sin nombrar, jugaba un papel de vital importancia para la toma de decisiones políticas que afectaban directamente en la difícil tarea de protección y conservación del grupo social debido a que se daba por hecho que la voluntad social era indestructible "en tanto que varios hombres reunidos se consideraban como un solo cuerpo y no tienen más que una sola voluntad, relativa a la común conservación y al bien general".⁷³

Indudablemente el ejercicio ciudadano de la Opinión Pública tan notoriamente cotidiano y politizado tenía una estrecha vinculación con la conformación estamental propias de las repúblicas democráticas, dentro de las cuales suele considerarse la opinión de los ciudadanos para cualquier toma de decisión que afecte al grupo social. Y es que en las repúblicas democráticas, la Opinión Pública legitima al poder político, y avala las decisiones que los representantes favorecen con base en los intereses de sus representados. Como prueba de ello Platón, al describir su concepción del Estado Ideal, propone a la Opinión Pública como el medio de enlace entre las decisiones ciudadanas 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".⁷⁴

En este contexto, el ejercicio de la Opinión Pública era el instrumento de mayor importancia y predominancia en el debate, principalmente, de los asuntos políticos del Estado que implicaban las formas y el ejercicio del poder; ésta era llevada a cabo por los ciudadanos que buscaban conseguir el consenso a través de los canales y medios permitidos de expresión de la opinión. Desde el punto de vista de estos dos pueblos, mediante el ejercicio organizado de la libre expresión se legitimaba el poder político y se obtenía el mayor bienestar público, ello gracias a que la voluntad general es indestructible y predomina siempre sobre el interés individual.⁷⁵

Todo lo expuesto en los párrafos anteriores no quiere decir que la política fuera el único referente de la Opinión Pública en las repúblicas Griega y Romana, sino sólo que era el tema que con mayor frecuencia ocupaba su tiempo. De este periodo es interesante recalcar dos aspectos:

- 1) "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. Esto es importante, ya que 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 la expresión de la Opinión Pública puede ser persuadida".

⁷³ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁷⁴ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁷⁵ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

- 2) "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 de la Opinión Pública, 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".⁷⁶
- 3) "La expresión de la opinión pública no da cuenta de la veracidad, es decir, es una expresión de lo que los individuos "dicen", dicen que piensan, dicen que hacen, pero no es el resultado de un proceso mental riguroso ni científico. Esto es importante porque se 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 qué está sucediendo en el grupo social".

1.5.5. Edad Media

En la Edad Media el referente de la Opinión Pública cambió notablemente al perder su relevancia política a cambio de la religiosa. Esta transformación puede confundirnos al no percibirla en el ámbito del Estado y/o al suponer que la Opinión Pública no puede privilegiarse de un tema de esta índole, sin embargo de ninguna manera es así.

Después de ocho siglos de dominación del Imperio Romano -cuya culminación fue el Senado, en donde todos los ciudadanos eran representados- surge el Cristianismo que instaura su Iglesia y respalda su dominio en el poder divino que Dios otorgó a su discípulo Pedro, y que éste a su vez delegó en otros, transmitiéndose este poder de generación en generación.

Según Manuel Martín Serrano, en la Edad Media predominaba el Modelo Cultural de la Mediación denominado "Modelo de Divino", el cual ubica como elemento ordenador del hombre y de la naturaleza a Dios, éste 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".⁷⁷

Si tomamos como base el modelo cultural de Manuel Martín Serrano y su consecuente explicación, es obvio entender la razón por la cual la Opinión Pública disminuyó su matiz político preponderante

⁷⁶ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁷⁷ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

en los siglos de dominación romana y lo confundió con el religioso; de hecho la Opinión Pública no pose a sentido en ninguna de las cuatro temáticas restantes en que se ha clasificado a lo público, la importancia recaía completa y totalmente en la temática cultural y, específicamente, en el matiz religioso.⁷⁸

La fe cobró una importancia tan preponderante que llegó a institucionalizarse, siendo la Iglesia Católica la institución mediadora y propagandística de ésta, lo que trajo consigo la institucionalización de la comunicación pública, ya que si el único asunto considerado de interés público era la fe, entonces todo lo que se debatiera y hablará acerca de ella tenía que ser verificado y aprobado por su institución mediadora. En esta etapa la Opinión Pública era en suma manipulada gracias al temor a Dios y a la convicción de obediencia, humildad y aceptación que supieron imponer al grupo social los representantes de la Iglesia.

Finalmente, de este periodo interesa rescatar tres aspectos importantes que son:

- 1) El referente más importante de la Edad Media era la Fe (en su ámbito religioso), 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.

Conocer la expresión de la opinión pública de un determinado grupo social no es garantía del saber verdadero o válido.

1.5.6. La opinión pública en el Renacimiento y Liberalismo

El pensamiento político liberal de los siglos XVIII y XIX por enarbolar conceptos de carácter dicotómico (opuesto): *individuo-nación*, *sociedad-estado*, y *volungeneral-voluntad particular*, en estos al hablar de uno se incluye al otro necesariamente siendo los tres conceptos básicos del periodo. Con esta postura no era posible admitir puntos intermedios, con ello se niega la existencia de corporaciones, asociaciones o partidos políticos como organismos mediadores.

⁷⁸ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

Rousseau en su denominado Pacto Social, señala que una sociedad no puede formarse ni regirse bajo principios individuales, sino por una voluntad general que busque el bienestar para la comunidad o mayoría. Y aunque de cada individuo se forma la voluntad general, éste no podía ejercer un poder ejecutivo el cual siempre estaba en manos de los funcionarios públicos o el Estado.⁷⁹

Se diferenciaba entre voluntad general y voluntad egoísta de los sujetos: si cada sujeto atendía a lo que su conciencia le dictaba como más idóneo para la comunidad, manifestaba una voluntad general; si por el contrario, acudía a su propio interés, expresaba una voluntad egoísta. La primera es producto de una reflexión desinteresada y proviene de la razón, la segunda es sólo voluntad.

En el estado liberal el problema residía en llegar a la voluntad general sin tener que renunciar al individuo, con ello las problemáticas de si la opinión pública es un conjunto o suma de opiniones particulares o si es una reflexión elaborada por una discusión de individuos ilustrados, racionales y conocedores de los asuntos públicos; o bien si es una dicotomía entre la opinión personal y la del grupo social.

El origen del concepto de opinión pública es una abstracción de la realidad interrelacionada entre lo social (grupos) y lo comunicativo (individuos), es decir, se trata de un campo que cuenta con la intersección de dos temáticas que se requieren mutuamente.

Desde la perspectiva de la ilustración, contemplar la forma en que se traduce para los gobernantes esa opinión de interés común no es la suma de las opiniones individuales, sino una sola opinión que expresa la racionalidad de quienes, reflexionando, tienen la oportunidad y deber de guiar a la nación. Sin embargo esta doctrina negó la democracia directa y el sufragio universal, y uno de los argumentos para lograrlo fue el concepto de la voluntad general, expresado como opinión pública.

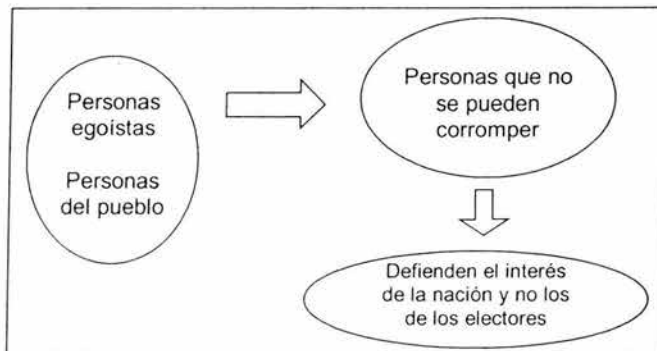
El liberalismo buscó romper con el antiguo régimen, los intereses corporativos se rechazaban porque el representante o gobernante era llamado para manifestar la voluntad de toda la nación y no la del grupo social al que pertenecía.⁸⁰ El elemento cualitativo sirvió al liberalismo para rechazar la democracia directa e establecer un sufragio censatario, argumentado que no todos los individuos podían portar en igual medida la voluntad general y por lo tanto no debían participar en la adopción de decisiones, sino los más idóneos, aquellos que estuviesen en la situación de expresar la voluntad general.

⁷⁹ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁸⁰ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

"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 no sean los mismos de la gente del pueblo, ya que este tipo de personas son egoístas, pero son ellos los que deben votar por quienes sí defienden los intereses de la nación, pero no los de los lectores"⁸¹

ESQUEMA 10



Una vez que los lectores hubieran votado por esos hombres incorruptos para gobernarlos se configuraba el *Parlamento*, al cual le correspondía en exclusiva dictar la ley, es decir, manifestar la voluntad general. No obstante los individuos conservaban una presencia mediata, no directa, a través de la Opinión Pública que el parlamento había de tener en cuenta para determinar que era voluntad general.⁸²

"De esta manera la distinción entre Opinión pública y voluntad general supone la dicotomía entre sociedad y estado. Sólo este último podía expresar la voluntad general, pero la sociedad conservaba la posibilidad de expresarse colectivamente a través de la Opinión Pública".⁸³

En el liberalismo se suponía una Opinión general en el sentido cualitativo, no porque fuera la opinión de todos, sino por ser la opinión racional que expresaba lo que era mejor para el conjunto.

La Opinión Pública manifiesta la opinión de "lo mejor para todos", la segunda era conjeturas parciales o interesadas carentes de racionalidad.⁸⁴

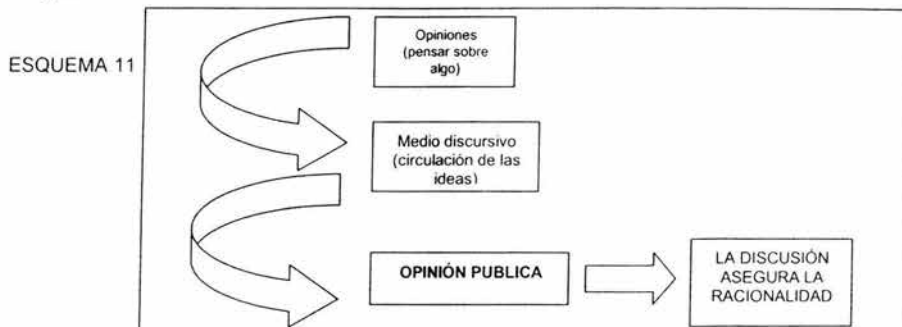
⁸¹ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁸² Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁸³ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁸⁴ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

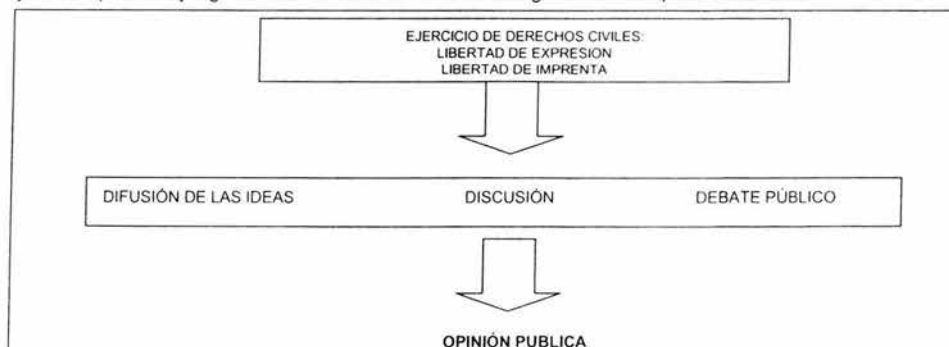
"Para procurar el tránsito de las opiniones a la Opinión Pública se hace necesario un medio discursivo que permita ponerse de acuerdo en qué era lo mejor para la nación. Esta discusión aseguraba la racionalidad"⁸⁵



La mera reflexión no resultaba suficiente para alcanzar la Opinión Pública sino que esta nace de un "intercambio de luces", difuso, porque no se hallaba sujeto a procedimiento. Aunque el debate social en cierta medida reproducía el debate parlamentario, este último culminaba con un momento decisivo y procedimental, *la votación*, ausente en el discurso social.

Mientras que la voluntad general era fácilmente identificable (a través de la ley), la Opinión Pública permanecía siempre sujeta a diversas interpretaciones.

"El medio a través del cual se formaba la Opinión Pública era el ejercicio de derechos civiles: la libertad de expresión y la libertad de imprenta. Estas permitían la difusión de las ideas, la discusión y debate públicos y lograban como resultado final la emergencia de la Opinión Pública"⁸⁶



ESQUEMA 12

⁸⁵ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁸⁶ Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

El liberalismo dio especial atención a la libertad de imprenta como mecanismo de expresión de la Opinión Pública, reproduciendo en el ámbito social las restricciones que se aplicaban sobre la formación de la voluntad general. con esto se relegaba a otros derechos colectivos, como son el de reunión y manifestación, limitando el número de personas que podían intervenir en la formación de la Opinión Pública.

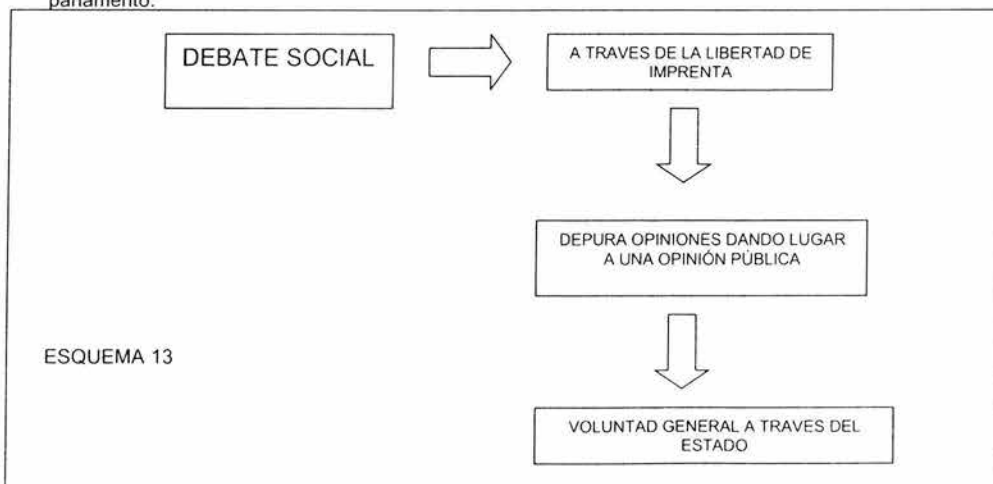
Los individuos que podían formar la Opinión Pública debían tener ciertas características:

- Leer y escribir
- Compartir sus ideas a través de la prensa
- Llegar a formar una autentica Opinión Pública

Después del Pacto Social de Rousseau la voluntad del individuo se descompuso en "voluntad general" y "voluntad particular". La distinción entre sociedad – estado implicaba la diferencia entre Opinión Pública y voluntad general. En el interior de la sociedad la dicotomía subjetiva voluntad general – voluntad particular se reproducía en el ámbito social, distinguiendo entre Opinión Pública y opiniones.

En el seno de la asamblea representativa se distinguía entre *mayoría* y *oposición*. La oposición equivalía a la voluntad errada, la minoría, por tanto, no era una alternativa al poder, sino que era aquella fracción del parlamento que no había llegado a aprender la autentica voluntad general.

El libre debate social procurado a través de la libertad de imprenta, depuraba las opiniones dando a lugar a una Opinión Pública considerada desde una perspectiva cualitativa. Esta solo podía llegar a ser voluntad general a través del estado, por lo que era preciso que se convirtiera en decisión del parlamento.



En ese momento en que la Opinión Pública estaba sujeta al debate parlamentario se convertía en voluntad general. La votación permitía dividir al parlamento en dos grupos; la mayoría, que acertaba con la voluntad general, y la oposición, que demostraba haber expresado una voluntad particular. Los cuerpos electorales de cada circunscripción sólo formaban intereses parciales, en tanto que el representante lo era de toda la nación.

La doctrina de la Opinión Pública debe su primera formulación a la escuela fisiocrática y será Mercier de la Riviere quien se valga de ella, en 1767, para defender el *absolutismo*, al decir que en esta forma de gobierno quien manda no es en realidad el rey, sino el pueblo por medio de la Opinión Pública.⁸⁷

En el pensamiento de los fisiócratas se da una estrecha relación entre el orden natural, leyes, razón y Opinión pública. Esta última gobierna y emerge de las leyes a través de los ilustrados. Mercier de la Riviere distingue dos tipos de autoridad:

1. La autoridad de los sabios e ilustrados, encargados de descubrir con la razón y el debate las leyes del orden natural.
2. La autoridad de los gobernantes, encargados de llevar a la práctica las consecuencias del raciocinio público. La Opinión Pública es fruto de la reflexión común y pública, tiene por sujetos a los ilustrados y no hace sino expresar las leyes del orden natural. No su visión de las cosas⁸⁸

El liberalismo que abarca la segunda mitad del siglo XVIII, aparece como la filosofía de la clase burguesa por el progreso y la felicidad universal. Estos trasladan al terreno de la vida pública su idea de mercado, las leyes de la oferta y la demanda regularan el intercambio de opiniones. "El mercado se ha cambiado por el público y los productos, por las opiniones; y, así como 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"⁸⁹

⁸⁷ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁸⁸ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

⁸⁹ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

Es así como la Opinión Pública se convierte en el instrumento ideal para alcanzar verdades en el terreno político y social, que en otro momento estaban reservadas a la autoridad.

La Revolución Francesa en la revolución liberal por excelencia y con ella triunfa la libertad de expresión, aunque la Opinión Pública ya venía practicándose desde los fisiocráticos de Luis XVI. La revolución crea en Francia las instituciones que le faltaban al público racionante. Con ello la Opinión Pública sale de los círculos ilustrados y llega a la calle.

Los actores, referentes y la forma de construir consensos durante este periodo son los siguientes:

- a. Actores: el estado, los senadores y en general el cuerpo legislativo, los ciudadanos, principalmente hombres sabios e ilustrados, quienes expresaban la voluntad colectiva.
- b. Referentes: la política, el bienestar social y la democracia.
- c. Consensos: primeramente la voluntad general que estaba en manos del estado; después la Opinión Pública para la toma de las decisiones políticas y por último la voluntad general considerada como producto de la reflexión desinteresada (razón).

1.5.7. LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA ACTUALIDAD

En la actualidad los estudios de Opinión Pública tienen dos vertientes:

1. Conocer la Opinión Pública de algunos grupos sobre algún tema específico.
2. Hacer una teoría de la expresión de la Opinión Pública.

En la primera se utilizan métodos y técnicas que permiten conocer, con cierto grado de certidumbre, lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensan o hacen. En la segunda se trata de aclarar cómo el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la opinión de los diversos grupos sociales.⁹⁰

Los códigos que utilizan los medios de comunicación masiva, para incluir temas, esta en función de los siguientes referentes:

1. muertes
2. guerras
3. enfermedades
4. religión
5. formas de vida cultural

⁹⁰ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

6. política
7. economía
8. educación
9. relaciones sociales
10. medios de comunicación
11. emociones

Cada uno de estos referentes tiene tres variables:

- a. El grado de afectación a la sobre vivencia.
- b. El número de afectados
- c. La cercanía a los receptores

Los estudios de Opinión Pública, que se realizan en los diferentes grupos sociales sirven para la toma de decisiones de carácter político, económico y cultural. Así, los gobiernos, empresas, Organizaciones, e instituciones recurren cada vez con mayor frecuencia a estudios de Opinión Pública para diagnosticar, explicar y planificar acciones que tienen que ver en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes y corrientes en el ámbito regional, nacional e internacional

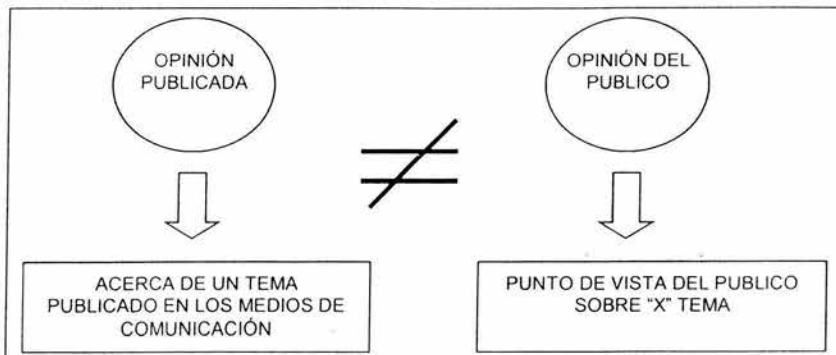
La expresión de que los miembros de distintos grupos sociales producen con respecto a referentes públicos y cuya expresión no es única, ni homogénea, ni verdadera, ni válida, ni representa la mejor vía para dar cuenta de los fenómenos sociales.

Para entender el concepto de Opinión Pública y su aplicación social y económica es necesario distinguir entre la opinión publicada y la opinión del público:

"Mientras que la opinión publicada es aquella que se refleja en los medios de comunicación sobre un tema determinado, la opinión del público es el punto de vista, emociones y sensaciones de los ciudadanos sobre el asunto"⁹¹

⁹¹ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

ESQUEMA 14



Por otra parte hay que distinguir que existe un grupo de personas que al hacer uso de los medios de comunicación masiva hacen alusión de la opinión pública, es decir, expresan la opinión del público; sin embargo, cada alusión, en la mayoría de las veces, es solo un argumento usado sin ninguna validez: dado "...que en gran medida esa alusión es fabricada, maquinada por agentes y dispositivos que compiten por ser quienes la expresen (aunque sea dando la impresión de que tan solo la analizan y la ponen en claro). De manera que esta coalición de investigadores, analistas, políticos, consultores, publicistas, asesores en mercadotecnia política y periodistas, hace uso conjunto de sus tecnologías para dar vida a una opinión pública que ellos mismos han creado".⁹²

Por el contrario aquellas personas que hablan por la opinión pública deben conocer la opinión del público, entrar en contacto con las personas y conocer sus motivaciones, prejuicios y expectativas, así como no publicar lo que otros ya han publicado.

Existen algunas diferencias entre el modelo de la ilustración y el modelo de la actualidad, con respecto a la temática de interés:

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, que generan agendas de discusión, expresando sus pareceres en diarios, folletines, grupos de discusión, con el supuesto de que terminará imponiéndose en mejor argumento.
2. En la actualidad la opinión pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas en donde la mayoría de los individuos esta desinformado y desinteresado en la cosa pública, y que absorben una agenda de discusión.

⁹² Gallo Romo Olga. *La Opinión Pública. Un Enfoque Comunicativo*. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

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 solo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos.
 - 3.2. Los asuntos de interés público son asuntos de competencias especializadas.
 - 3.3. Los medios de comunicación masiva son verdaderos intermediarios, con intereses propios, entre la clase política y quienes la sustentan, y entre estos el gran público.
 - 3.4. La actual esfera pública esta fragmentada en individuos informados, interesados y con acceso a los medios de comunicación y en individuos desinteresados y desinformados o interesados a medias.
 - 3.5. Quienes dicen sustentar la opinión pública se asemejan a la opinión pública ilustrada, por otra parte 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, limitan opciones de respuesta; a lo más, registran lo que los individuos dicen, verbalmente, que harán o harían, prefieren o preferirían ante tal o cual circunstancia.
 - 3.7. Las encuestas se hacen y se usan como anclas de verdad, pues su medición registra los márgenes de precisión y confianza que las técnicas probabilísticas permiten cuantificar, las preferencias públicas.
 - 3.8. 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.
 - 3.9. La opinión publica que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento de lo político, pues se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, el de la conciencia practica y el de la conciencia discursiva, el primero debe entenderse mediante un esfuerzo hermenéutico, el segundo es el territorio para la investigación participante, que informa lo que hacen los grupos e individuos, como lo hacen, cuales son sus usos y cuales sus costumbres, y el último tiene en las entrevistas, estructuradas o no sus técnicas de indagación propia, junto con el registro de mensajes.
 - 3.10. Las encuestas dan cuenta de una dimensión de la relación que las personas guardan con el sistema político (aunque no es el único referente), pero subsisten otras que solo pueden penetrarse a través de técnicas de investigación diferentes. Las encuestas no agotan la complejidad de la vida política, pero si la desentrañan.
 - 3.11. Una encuesta registra un dicho. El dicho sobre una preferencia o una posible acción

1.5.7.1. APORTES DE LA INVESTIGACIÓN NORTEAMERICANA A LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

La investigación contemporánea mediante encuestas es un producto de investigadores norteamericanos. La investigación al método de las encuestas es resultado del desarrollo de varios sectores de la sociedad:

1. la Oficina del Censo de los Estados Unidos contribuyó al campo del muestreo y la recolección de datos, la mayoría de sus actividades esta enfocada a formar una serie continua de encuestas de muestreo, ofreciendo datos demográficos y económicos actualizados ⁹³; a creado definiciones estandarizadas para muestreo y métodos para aplicar estas definiciones de campo.
2. Paul F. Lazarsfeld es considerado uno de los pioneros de la investigación por encuestas, se interesó en 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 importantes de este sociólogo son:
 - 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.
 - Empleo el equipo mecanizado procesador de datos para elucidar y formalizar la lógica del análisis de encuestas.
 - 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.
3. Samuel A. Stouffer aplicó métodos empíricos de la ciencia social a problemas sociales. El legado de Stouffer continúa en los diseños de estudio actualmente utilizados, métodos de muestreo, diseños de cuestionarios, lógica de análisis, etc.

⁹³ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

4. Lazarsfeld y Stouffer contribuyeron a reunir a preparar jóvenes científicos sociales quienes participaron y crearon instituciones de gran importancia, como El Centro Nacional de la 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.

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 a aportes a este tipo de investigación por parte de las asociaciones profesionales, cuyos miembros 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 la Asociación Norteamericana de Ciencias Políticas.

La practica de las encuestas en este momento exige una discusión teórica centrada especialmente en la naturaleza de los cuestionarios: ¿cómo confeccionar las preguntas, cómo y quién debe formularlas, a través de qué medio?, entre otros aspectos.

Empresas comerciales (Gallup, Ropert y Harris), han generado una fuente continua de fondos para apoyar la creación y uso de métodos de encuesta, particularmente en los campos de mercadeo y encuestas políticas.

La investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de investigación de que disponen hoy los investigadores sociales. "El método de encuesta no es apropiado para muchos temas de investigación, ni constituyen necesariamente el mejor enfoque a ciertos temas. 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.
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 de causa efecto.

3. Los métodos de investigación por encuesta facilitan la aportación de la ciencia, ya que incluyen recolección y cuantificación de datos y se convierten en fuente permanente de información.
4. 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.
5. las encuestas de muestra casi nunca se efectúan de manera particular, se efectúan con el propósito de comprender la población más general entre la cual inicialmente se tomo la muestra." ⁹⁴

1.6. CÓDIGO DE ÉTICA

En este apartado se manifiestan opiniones propias sobre el código de ética de la empresa Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión (AMAI) que se dedica a realizar estudios de opinión, para ello se incluye el código completo y una red conceptual del mismo.

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 la 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.

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.

⁹⁴ Gallo Romo Olga. La Opinión Pública: Un Enfoque Comunicativo. Tesis de Maestría en Proceso, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México

Responsabilidad con los informantes

1. El informante de Estudios de Mercado y Opinión Pública deberá recibir seguridad, ya sea en forma escrita y verbal, que sus datos y respuestas:
 - A. Serán manejados en estricta confidencialidad, de tal modo que ellos receptor (es) de la Investigación sólo recibirán datos agregados sin personalizar nombres o Empresas participantes en el estudio.
 - B. No implican 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 utilizan para actividad alguna que no sea la Investigación, tales como lista de correos, catálogos para venta, 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.
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. 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.
6. El investigador deberá tener plena seguridad que la participación del informante no implica riesgo o responsabilidad alguna, inmediata o posterior para su persona.

7. Si el estudio requiere entrevistar niños, en el caso de una negativa por parte de padre/madre, tutor o algún adulto responsable, no se llevará a cabo la entrevista.
8. La Empresa de Investigación deberá asegurarse que la metodología utilizada y los temas estudiados no provoquen hostigamiento y/o molestia en el informante. 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

9. 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.
10. Los miembros de la AMAI se comprometen a no llevar a cabo o participación 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.

Responsabilidades mutuas con Clientes y receptores de los Estudios

11. 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.
12. 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.
13. 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.
14. 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 en proyecto.
15. 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.
16. 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.
17. 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.
18. 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 algunas de las normas de este Código.
19. 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.
20. 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 a/de sus Clientes.

Estándares de Reportes y Productos de Investigación

21. 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.

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

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

23. 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

24. 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.

25. 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 mantendrá, en confidencialidad, tanto resultados como los nombres del Cliente y Proveedor.
26. en caso de estudios sindicados o multiclente, los receptores de estudio aceptarán la no-exclusividad de 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.
27. 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.

1.6.1. REFLEXIONES

El código de ética de la AMAI creo que esta pensado exclusivamente para el proveedor del servicio, dado que los datos, aunque sean propiedad del contratante, no pueden ser usados para otro fin que no sea el estipulado en el contrato de prestación de servicios.

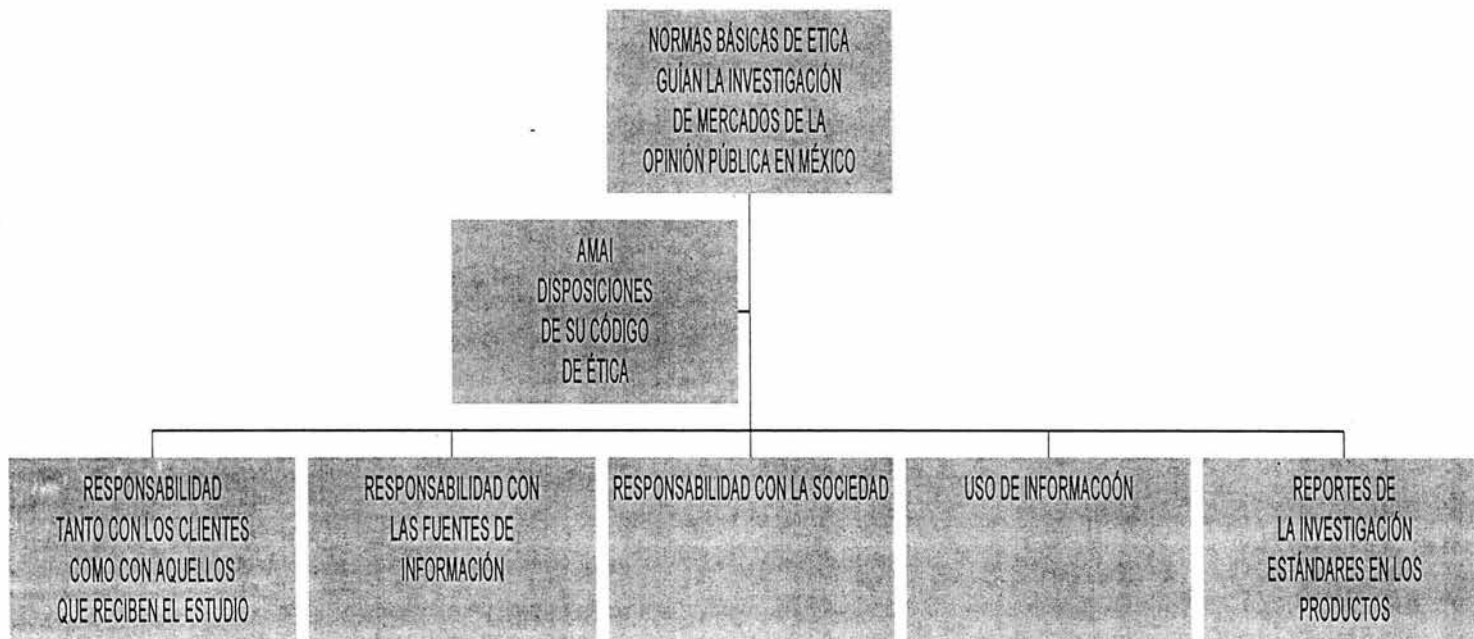
Por otra parte es bueno que los prestadores del servicio y todos aquellos que intervengan en el trabajo a realizar se comprometan a guardar confidencialidad al respecto de lo investigado. Sin embargo en lo concerniente al consejo directivo no hace mención alguna de quién o quienes son sus integrantes y que características deberán reunir para pertenecer a él

Los prestadores de servicio no garantiza de forma escrita que sus trabajadores no harán uso de la información con otros fines, que no sean los contratados por el cliente. Del mismo modo el garantizar la destrucción de los datos an un plazo previamente estipulado.

Sin embargo el código de ética manejado por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado

Puede ser el más óptimo si se regulará de una forma más legal, es decir si existiera una ley que regulara la prestación de servicio de ésta u cualquier otra agencia que se dedique a realizar estudios de opinión pública.

CODIGOS DE ÉTICA



CAPÍTULO DOS

CAPÍTULO SEGUNDO: Municipio de Tlalnepantla de Baz.

2.1. *Ubicación histórica del Municipio de Tlalnepantla de Baz.*

Para fines de la investigación referente a la Opinión Pública de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, el Copal y Lázaro Cárdenas de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri-Cri, se hará una pequeña mención histórica (destacando las fechas más significativas) del Municipio de Tlalnepantla de Baz, así como las características demográficas y territoriales del mismo, ya que el propósito de la investigación es centrarse en las características de la población de la Zona Oriente del Municipio.

Sin embargo los datos generales del municipio, deben servir de referente para poder comprender las características y problemáticas propias de la Zona Oriente, ya que ésta aunque es parte del Municipio más industrializado de América Latina, no tiene el mismo desarrollo y/o retraso que se tiene en la cabecera Municipal (Zona Poniente)

Derivado de lo anterior se toman en cuenta los mismos puntos a desarrollar tanto para la Zona Oriente, como para el Municipio de Tlalnepantla de Baz en general.

Así mismo, en lo concerniente al Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri-Cri, y por ser el referente a investigar en la población, se desglosa su ubicación, orígenes, costos y actividades que se imparten en él, logrando con ello ubicar al lector en los ámbitos geográficos y administrativos que rodean a esta instalación deportiva ubicada en la región menos favorecida del Municipio de Tlalnepantla de Baz.

2.1.1. *Origen, Desarrollo y Situación actual del Municipio de Tlalnepantla de Baz.*

El Municipio de Tlalnepantla de Baz tiene ciertas características en su territorio, población y, sobre todo, de división política que hace que los fenómenos sociales no se presenten de la misma forma en cada una de las Zonas que lo componen.

Por ello es importante conocer que tiene de particular el Municipio de Tlalnepantla de Baz, tomando en cuenta sus inicios históricos, desarrollo a través de las diversas épocas y situación actual tanto territorial, demográficamente así como de la administración que esta en el gobierno actualmente.

2.1.1.1.Historia.

Como muchas regiones del centro de la Republica Mexicana, el Municipio de Tlalnepantla de Baz ha sido desde tiempos remotos testigo de importantes acontecimientos históricos tanto para el Estado de México, el País, como para él mismo, por ello es importante resaltar lo siguiente:

El nombre oficial de la ciudad es *Tlalnepantla de Baz*. Su cabecera municipal, lleva el mismo nombre que el del Municipio. El gentilicio para denominar a quienes son originarios de esta parte del territorio mexiquense es: *Tlalnepantlenses*.

El topónimo o nombre propio del lugar, *Tlalnepantla*, proviene de una palabra compuesta del náhuatl y se compone de dos vocablos o raíces:

"*tlal*", de tlalli, que significa: tierra y,

"*nepantla*", de nepantli, que significa: En medio de o Entre dos tierras.

- **Época Prehispánica**

El caudillo Xólotl funda un imperio en Tenayucan, a finales del siglo XI y principios del siglo XII, cuando las tribus del norte del país migran en busca de tierras y mejor clima.

Entre 1064 y 1116 se construye la pirámide de Tenayuca, en honor a los dioses que representaban los fenómenos de la tierra, "Tlaloc" dios de la lluvia, "Xiuhtcoatl" serpiente de fuego, "Huitzilopochtli", dios de la guerra y "Quetzalcoatl" serpiente emplumada.

Asimismo, los antecedentes históricos sobre la presencia de los otomíes en el Valle de México son diversos; sin embargo, este grupo étnico se estableció en diferentes lugares como Coatlichán, Tepotztlán, Quanaxcan, Chiapan, Axocopan, Hueyopochtla. En esta emigración algunos grupos se quedaron en otros lugares atractivos para establecerse, tal vez sea el caso de Teocalhueyacan (hoy San Andrés Atenco).

Alrededor del año de 1250 se construye la pirámide de Santa Cecilia Acatitlán con base a los anales de Cuautitlán, que indican el paso de Quetzalcoatl por esta población.

- **Conquista y Evangelización**

Después de la conquista y establecidos los Franciscanos (destacando el fraile Pedro de Gante) en la Ciudad de México en 1524, dos de los primeros poblados que visitaron evangelizando y bautizando a los indígenas fueron los de Tenayuca y Teocalhueyacan, uno de mexicanos y el otro de otomíes, edificando en ellos capillas; diciendo misa un domingo en el uno y al siguiente en el

otro, juntándose ambos vecinos en el que se celebrara, lo que dio motivo a ciertas desavenencias, por lo que los frailes decidieron formar iglesia y convento en un terreno ubicado en medio de ambos poblados; edificando la mitad los mexicanos y la otra mitad los otomíes, formándose un poblado que se le dio el nombre de "Tierra de Enmedio": TLALNEPANTLA

- **Época Virreynal**

Entre 1550 y 1560.- Construcción del templo de "Corpus Christi". En su edificación participaron ambas tribus, además de la mano de obra, los de Tenayuca aportaron la piedra rosa del cerro del Tenayo y los de Teocapulhuyacan la cantera gris de San

Andrés. Terminando así el conflicto que los mantenía alejados, dando lugar a la fundación de Tlalnepantla.

- **Época Independiente**

9 de febrero de 1825.- Tlalnepantla es nombrada cabecera de partido dentro de la prefectura de México, junto con otros cinco partidos (Tultitlán, Azcapotzalco, Jilotzingo, Huixquilucan y Naucalpan).

1833.- Por decreto del 20 de mayo, la Legislatura Local aumentó el número de prefecturas a once; quedando Tlalnepantla junto con Zumpango, Cuautitlán y Tlalpan en la del Oeste de México.

1837.- Por decreto del 23 de diciembre de ese año, se amplió la superficie del Estado de México y se dividió en trece distritos, quedando Tlalnepantla dentro del distrito de Cuautitlán.

1847.- Siendo Gobernador del Estado de México, el Lic. Francisco Modesto de Olaguibel; en Tlalnepantla, Ignacio Comonfort ocupaba el puesto de prefecto.

1848.- Erección de Tlalnepantla como municipio, el día 11 de octubre de este año, por la legislatura del Estado.

1861.- Tlalnepantla es nombrada de Galeana, en honor al héroe Insurgente Hermenegildo Galeana.

1866.- El 14 de diciembre en el pueblo de Santa Cecilia, el guerrillero Catarino Fragoso, en batalla derrotó a los franceses.

1874.- La legislatura del Estado por decreto del 2 de septiembre de este año, se dispone que Tlalnepantla sea nombrada de Comonfort, en tributo al General Ignacio Comonfort.

1888.- Tlalnepantla como distrito está dividida en seis municipalidades con un total de 48,011 habitantes.

- **Siglo XX**

1908.- Tlalnepantla como municipalidad, contaba con 8,109 habitantes y su cabecera contaba con 2,231 habitantes.

1917.- Con base a la Constitución Política del 5 de febrero, el Estado de México fue dividido en 119 municipios, quedando Tlalnepantla como municipio, conservando el nombre de Comonfort.

1948.- Tlalnepantla es elevada al rango de ciudad, el día 13 de septiembre de ese año por decreto del C. gobernador del Estado de México, Alfredo del Mazo Vélez.

23 de diciembre de 1978.- Tlalnepantla es nombrada de Baz, en atención al Dr. Gustavo Baz Prada, hijo ilustre de este lugar. Decreto firmado por el C. Jorge Jiménez Cantú, Gobernador Constitucional del Estado de México.⁹⁵

Todos estos acontecimientos y cambios han dado pauta para que Tlalnepantla de Baz siga transformándose en todos los aspectos de la vida social y política que lo caracterizan, trayendo con ello nuevas expectativas de desarrollo para su comunidad.

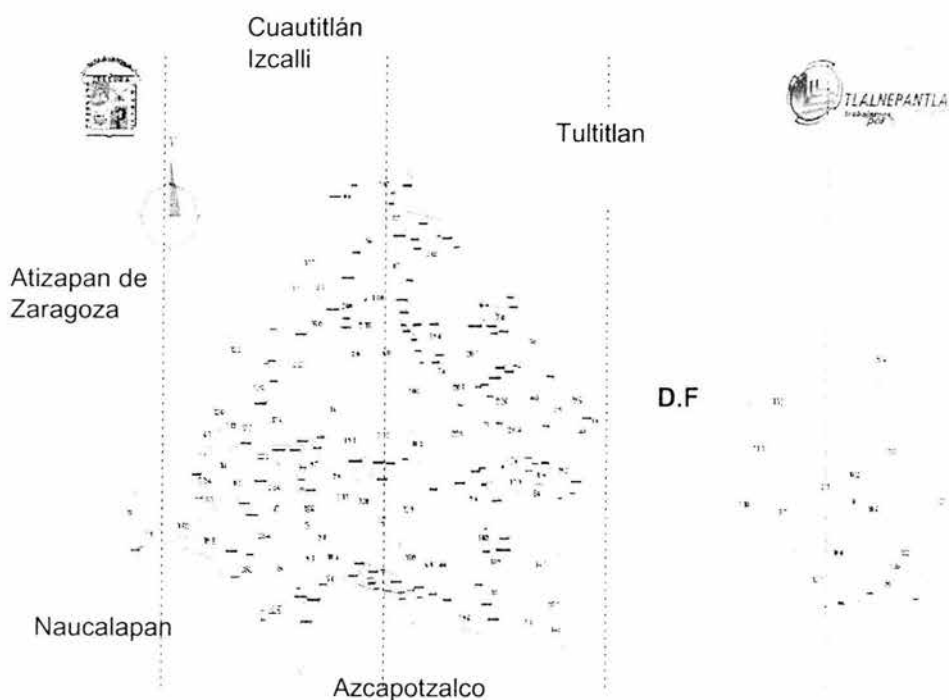
2.1.1.2. Localización y Situación Geográfica.

Para fines de su ubicación dentro de la República Mexicana, así como para los del estudio a realizar el territorio del municipio de *Tlalnepantla de Baz* se localiza al Este (oriente) de la ciudad capital del estado de México: Toluca, y hacia el Norte de la Capital del país: México, en una región que se conoce como el *Altiplano Central*, es la única población que cuenta con un área separada de la cabecera municipal, por ello, la parte oriente, (Zona Oriente) donde se ubican las colonias: Lázaro Cárdenas, La Presa, Jorge Jiménez Cantú, Caracoles, y el Pueblo de San Juan Ixhuatepec que colinda al Sur y Poniente con la Delegación Gustavo A. Madero del Distrito Federal; y hacia el Norte y Oriente con el Municipio mexiquense de Ecatepec de Morelos.

⁹⁵ Fuente: <http://www.tlalnepantladebaz.org.mx>

Mientras que la parte Poniente, (donde se localiza la Cabecera Municipal), colinda por el Sur, con la Delegación Azcapotzalco, Distrito Federal, al Norte con los municipios de Cuautitlán Izcalli y Tultitlan, al Oriente con la Delegación Gustavo A. Madero, Distrito Federal, y hacia el Poniente con Atizapan de Zaragoza y Naucalpan de Juárez.⁹⁶

Todas estas características se aprecian en el siguiente mapa:

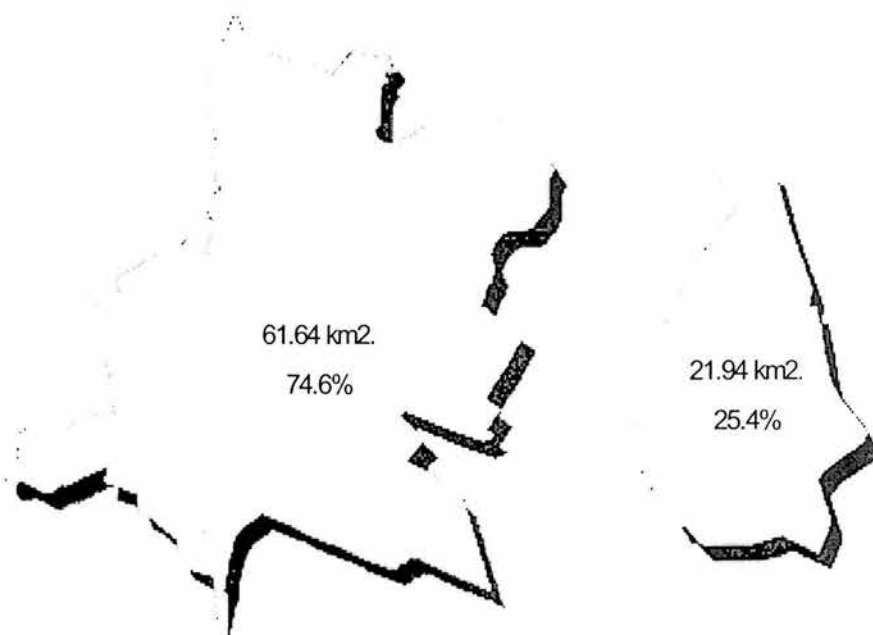


Fuente: Catastro Municipal; Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), actualización 1997.

⁹⁶ Garduño Garduño Rafael, tlalli-nepantli, Tlalnepantla, México, 3ª Edición, 2002, p 11

2.1.1.3. Extensión Territorial.

El territorio, extensión o área conocida del Municipio de Tlalnepantla de Baz, es de 83.48 km², que equivalen a 8348 hectáreas. De esta cantidad, el 25.4%, (21.94 km²) le corresponden a la Zona Oriente y el restante 74.6%, (61.64 km²), a la Zona Poniente o Cabecera Municipal y representa en su totalidad el 0.31% del territorio mexicano.⁹⁷



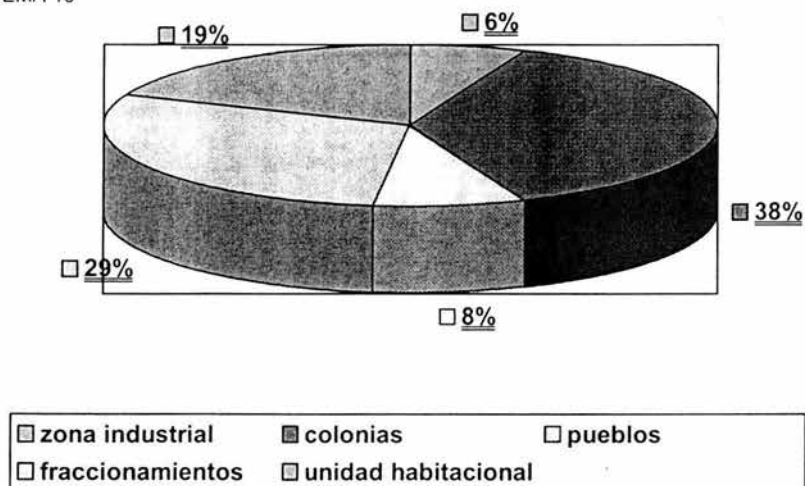
⁹⁷ Garduño Garduño, Rafael. Op.cit. p.13

2.1.1.4. División Política.

Tlalnepantla de Baz se componía, hasta el año 2002, de 223 comunidades que se subdividían en diversas categorías. Agrupadas en 13 Delegaciones, localizadas 11 en parte Poniente y dos en la Zona Oriente. A estas comunidades mencionadas se deben de sumar las 16 zonas industriales con que cuenta esta Ciudad, haciendo un total de 239 circunscripciones ⁹⁸, mismas que representaban hasta inicios del siglo XXI los siguientes porcentajes:

División Política de Tlalnepantla

ESQUEMA 16



Fuente: Padilla Díaz de León, Guillermo, Tlalnepantla de Baz. Monografía Municipal, 1999.

Estos datos refuerzan la tendencia del municipio a su metropolización y al crecimiento de mayor demanda de servicios urbanos de ahí la importancia de mantener un equilibrio entre el crecimiento económico y su entorno ambiental, puesto que de ello dependen las posibilidades de desarrollo de Tlalnepantla de Baz.

⁹⁸ Gaceta Municipal, No. 4 Plan de Desarrollo Municipal 2000-2003, año 2, marzo 2001. p 24.

2.1.1.5 Escudo de Armas.

El Escudo de Armas del Municipio está dividido en cuatro cuarteles. Las divisiones se describen suponiendo que una persona tiene embrazado el escudo, lo que indica el lado derecho de quien lo sostiene, y el izquierdo de quien lo observa y viceversa. Cuartel derecho superior (diestro del jefe): sobre fondo azul (azur) una pirámide indígena en gris (en su color). Cuartel izquierdo superior (sinistro del jefe): sobre fondo amarillo (oro), un maguey verde (sinople), encima una mazorca amarilla y a sus lados dos espigas de trigo amarillas. Cuartel derecho inferior (diestro de la punta): sobre fondo amarillo un libro abierto azul y encima una fábrica en negro (sable). Cuartel izquierdo inferior (sinistro de la punta): sobre fondo azul un micrómetro y un átomo de carbono, ambos en negro. Pequeño escudo rómbico (escudete). En campo blanco (plata), un monte rayado de negro con una muralla en verde y en la parte inferior la leyenda: "Tierra de En medio". Cuartel derecho superior: la pirámide representa a la cultura indígena asentada en esta región en tiempos anteriores a la conquista. Cuartel izquierdo superior: el maguey, la mazorca y el trigo representan la agricultura, que en tiempos pasados fue la base de la producción en la región. Cuartel izquierdo inferior: el micrómetro y el átomo representan la ciencia y la precisión, bases de la industrialización. Escudete: el cerro del Tenayo, lugar de mucha importancia como antecedente, como fundación de la actual Tlalnepantla. Bordura: la leyenda "PROGRESO CULTURA TRABAJO", resulta del significado de todo lo descrito en el escudo. Engrane: alegoría del sol, cuyos rayos son representados por los dientes del escudo, que irradian los conceptos de la bordura. Divisa: la cinta superior tiene el nombre del Municipio "Tlalnepantla"⁹⁹



⁹⁹ Gaceta Municipal, No. 3, año 1, febrero 2001, p 2

2.1.1.6. Entorno Social.

Para entender mejor la dinámica demográfica y sus efectos en el Municipio de Tlalnepantla de Baz es necesario realizar una distinción entre la población absoluta y la población relativa.

- Población Absoluta.

Se da el nombre de población absoluta al total de individuos que habitan en una zona o región de un municipio, estado o país específico.

Contando con información histórica, se puede señalar objetivamente que, en los últimos censos poblacionales, enumerados del VII, VIII, IX, y X, realizados durante los años de 1950, 1960, 1970 y 1980, respectivamente, la población había ido en aumento de manera muy considerable, pero durante la década de 1990 fue muy notoria su disminución, aunque posteriormente en los resultados del conteo de 1995, se notaría nuevamente un aumento en la población.

La tasa estimada de crecimiento para el año 2000, en la última década del siglo XX, fue, acorde a los datos arrojados en el 2001 por el INEGI, del 0.3%, notándose un aumento en la población de Tlalnepantla, a 721,415 habitantes.

ANO	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
1950	14,443	49.8	14,562	50.2	29,005
1960	53,707	50.9	51,740	49.1	105,447
1970	184,554	50.3	182,381	49.7	366,935
1980	383,906	49.3	394,267	50.7	788,173
1990	343,974	48.9	358,833	51.1	702,807
1995	349,170	48.9	363,963	51.0	713,143
2000	346,784	48.7	367,951	51.3	721,415

- Población Relativa Municipal.

Se da el nombre de población relativa a la cantidad que representa a los individuos en cada kilómetro cuadrado de un territorio conocido. De tal manera de que si en Tlalnepantla de Baz

existieron, hacia el año de 1950, 287.8 habitantes por kilómetro cuadrado, es de considerar los datos del apartado anterior, actualmente se señala una densidad poblacional de aproximadamente 8,649 habitantes por kilómetro cuadrado ¹⁰⁰

Además de la estructura de la población, es necesario revisar las condiciones en las que se encuentran y bajo las que se desenvuelven los habitantes del municipio. En ese sentido se puede observar como a lo largo de los últimos 30 años, el número de viviendas se ha incrementado, sobretudo durante la década de 1970 al pasar de 60,367 a 138,794 viviendas en 1980. El número de viviendas ha seguido incrementándose aunque a ritmos menores. Sin embargo en cuanto al número de ocupantes debe denotarse la fuerte caída que se registró en el año de 1990, de hecho, el descenso que se registra en el número de ocupantes hacia 1990 es una de las principales razones por las que se puede observar como el promedio de ocupantes por vivienda ha crecido.

AÑO	VIVIENDAS	OCUPANTES	PROMEDIO DE OCUPANTES
1970	60,367	366,935	6.07
1980	138,794	773,780	5.57
1990	144,328	700,706	4.85
1995	160,735	711,712	4.42
2000	171,657	718,997	4.18

A finales del año 2000, en el Municipio habían 171,657 viviendas particulares. Por lo tanto, tiene un promedio de 4.18 ocupantes por vivienda. Además, más del 80% de su territorio es urbanizado ¹⁰¹

En la medida en que el Distrito Federal siga expulsando habitantes y su tasa de crecimiento poblacional siga disminuyendo es de esperar que los Municipios conurbanos, como Tlalhepantla de Baz, crezcan a tasas superiores debido, entre otras cosas, a los altos índices de inmigración que se registran.

¹⁰⁰ Garduño Garduño, Rafael Op. cit. Pp. 34-36.

¹⁰¹ Gaceta Municipal, No. 4 Plan de Desarrollo Municipal 2000-2003, año 2, marzo 2001. p 39.

Con lo anterior se tiene que el Municipio de Tlalnepantla de Baz es uno de los más poblados dentro del territorio mexiquense (después de Nezahualcoyotl, Chimalhuacan y Ecatepec) y de país. Con ello se originan diversas situaciones sociales como el abastecimiento de agua potable y la proporción de otros servicios como la educación, salud, transporte, asistencia social, empleo, seguridad, entre otros.

2.1.2. Origen, Desarrollo y Situación actual de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz.

El Municipio de Tlalnepantla está constituido geográficamente en dos secciones: Zona Oriente y Zona Poniente, esta situación por sí misma ha generado insuficiencia en infraestructura, equipamiento y servicios públicos, incidiendo dichas carencias en la Zona Oriente, paradójicamente la más pobre y con alta densidad de población principalmente en las zonas de alto riesgo como son cañadas, acantilados, terraplenes con peligro de deslave y pendientes.

Por ello es elemental conocer los antecedentes y desarrollo de este "pequeño municipio" para poder deducir las problemáticas que se desarrollan en esta zona del Municipio de Tlalnepantla de Baz.

2.1.2.1. Historia.

Las operaciones de deslinde territorial entre el Distrito Federal y el Estado de México iniciaron en 1897, siendo Presidente de la República Porfirio Díaz, el Congreso de la Unión, decretaría, el 23 de diciembre de 1898, un arreglo de límites, del cual, daría como resultado la segregación de los pueblos de Cuauhtepic y Santiaguillo, que pertenecían a Tlalnepantla, pasando a formar parte de la prefectura de Guadalupe-Hidalgo, y a cambio, el pueblo de Xocoyohualco, que pertenecía al Distrito Federal, se agregaría a la municipalidad de Tlalnepantla.

Para dar efecto legal a este "convenio de límites", el gobierno del Estado le hizo llegar una carta al Administrador de Rentas de Tlalnepantla, el día 1º de febrero de 1899, dándole aviso de que se preparara todo lo concerniente para efecto de llevar a cabo todo lo decretado.

Las acciones mencionadas sintetizan que, como resultado de éstas, el Municipio de Tlalnepantla de Baz, al que se le conocen 83.48 kilómetros cuadrados de territorio, se encuentre dividido en dos partes: *zona poniente y zona oriente*.

El pueblo de San Juan Ixhuatpec fue fundado, en el siglo XIII por algún grupo étnico emparentado con los Chichimecas. Aunque en ediciones anteriores se ha manifestado que no se han encontrado

noticias concernientes al origen de los ixhuatepenses, si se han encontrado datos de que Itzcoatl, cuarto rey azteca, 1428-1440, junto con la promoción de la Triple Alianza, también ordenó, en 1438, la delimitación de tierras, en las que se nombra a ixhuatepec. Así mismo se han encontrado otros documentos que permiten conocer que el nombre de Ixhuatepec ya era nombrado mucho antes de la llegada de los invasores españoles a suelo Mexica.

"Ixhuatepec" es una palabra de origen náhuatl y se compone de:

"Izhuatl" o "Izuatl" que significa: "hoja de maíz verde", y "tepetl" que significa "cerro".

Conformando el vocablo: "En el cerro de la hojas de maíz o en el cerro de las hojas de elote".

El templo que se localiza en el centro del pueblo, dedicado a San Juan Bautista, de acuerdo con los datos encontrados, fue erigido por los franciscanos en el año 1539 y quizá se deba a que este pueblo de San Juan Ixhuatepec, se encontraba muy cercano al lugar de devoción de la diosa Tonatzin, donde posteriormente, los españoles colocarían a la virgen de Guadalupe y que se conoce como Villa de Guadalupe.

Es importante señalar que en 1742, San Juan Ixhuatepec perteneció al Corregimiento de Tacuba, que tenía como cabecera al pueblo de Tlalnepantla y éste, a su vez, a San Juan Ixhuatepec como sujeto ¹⁰²

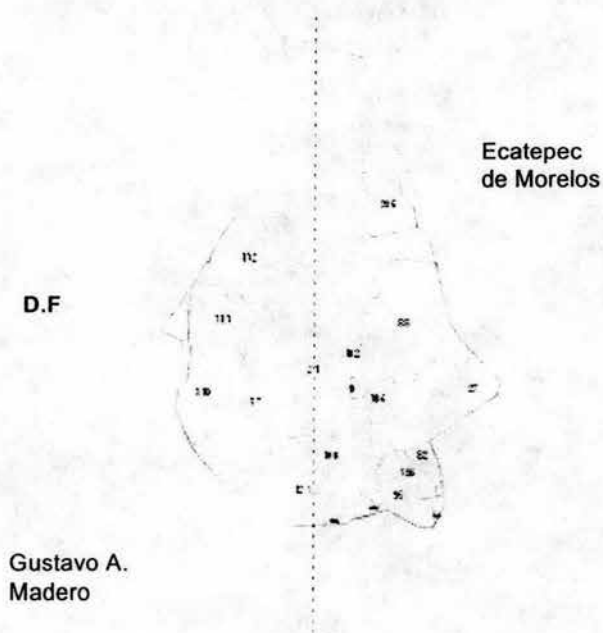
2.1.2.2. Localización y Situación Geográfica.

La Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, tiene las siguientes colindancias (ver el siguiente mapa):

Al Norte con el Municipio de Ecatepec. Al Sur con el Distrito Federal (Delegación Gustavo A. Madero). Al Oeste con el Municipio de Ecatepec y al Poniente con el Distrito Federal (Delegación Gustavo A. Madero) ¹⁰³

¹⁰² Garduño Garduño, Rafael. Op. Cit. Pp.107-110.

¹⁰³ Fuente: <http://www.tlalnepantladebaz.org.mx>



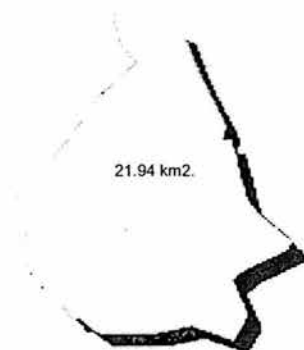
Fuente: Catastro Municipal; Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), actualización 1997.

2.1.2.3. *Extensión Territorial.*

Las dimensiones territoriales de la zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz son de un total de 21.94 kilómetros cuadrados, los cuales corresponden al 25.4 % del total territorial del Municipio –ver mapa siguiente-¹⁰⁴

De esta cantidad la mayoría se cataloga como zonas de alto riesgo como cerros, terraplenes y cañadas así como las zonas receptoras de los escurrimientos de aguas superficiales, que cuando se convierten en lluvias torrenciales afectan varias colonias de la Zona.

¹⁰⁴ Fuente: <http://www.tlalnepantladebaz.org.mx>



Fuente: Catastro Municipal; Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), actualización 1997.

2.1.2.4. División Política.

Las dos delegaciones pertenecientes a la Zona Oriente (la número V y VI según la división territorial) se encuentran conformadas de la siguiente manera:

- **Delegación V**
- Colonias:
 1. Atrás del Tequiquil
 2. Lázaro Cárdenas 1ra. Sección
 3. Lázaro Cárdenas 2da. Sección
 4. Lázaro Cárdenas 3ra. Sección
 5. Lomas de san Juan Ixhuatepec
- Pueblo:
 6. San Juan Ixhuatepec
- Fraccionamiento:
 7. Lomas de Lindavista El Copal
- Unidad Habitacional:
 8. Bahía del Copal
- Fraccionamiento industrial:
 9. Fracc. Ind. La Presa

- **Delegación VI**

- Colonias:

1. Constitución De 1917
2. Constituyentes de 1857
3. División del Norte
4. Dr. Jorge Jiménez Cantú
5. FFCC. Concepción Zepeda Vda. De Gómez Z.
6. La Laguna
7. Marina Nacional
8. San Isidro Ixhuatepec
9. San José Ixhuatepec
10. Ex Ejido de Tepeolulco ¹⁰⁵



En este total de colonias, pueblos, fraccionamientos y unidades habitacionales se concentra el mayor número de kilómetros de Zona no Urbanizable (zonas de preservación ecológica, ej. La Sierra Madre de Guadalupe) por ello la densidad demográfica es mayor en esta parte del Municipio.

¹⁰⁵ Gaceta Municipal, No. 3, año 1, febrero 2001, pp. 11-12.

2.1.2.5. *Entorno Social.*

Las características sociales de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz se deben, de sobremanera, a factores políticos y económicos propios de la Zona y de las áreas aledañas a ésta.

La población se comenzó a conformar hacia la mitad del siglo XX, con la propagación de asentamientos humanos irregulares, alentados por la compra ilegal de terrenos, propiciado por ejidatarios y dueños de predios particulares.

El 29 de diciembre de 1975, a través de un decreto firmado por el entonces Presidente de la República, Luis Echeverría Álvarez, pero aplicado hasta el 2 de enero de 1976, se expropiaron 330 hectáreas, 96 áreas y 61 centiáreas (3,396,610 m²) del predio conocido como Ejido de San Juan Ixhuatepec. Así nació la urbanización de 327 manzanas con 5,591 lotes.

En la década de los 80' y 90' se comenzó a notar un cambio radical en la infraestructura urbana de la zona oriente. La introducción de los servicios públicos y la pavimentación de las calles y avenidas, atrajeron al transporte colectivo y permitió un crecimiento paulatino en las colonias que se integran en esta zona, al mismo tiempo que crecían las actividades comerciales, la industria, el esparcimiento y la cultura. Actualmente la zona cuenta con parques recreativos, deportivos, alberca, y muchos más servicios ¹⁰⁶

Para efectos de la atención de la Administración Pública Municipal, debido a la distancia que existe entre las dos partes geográficas, se descentralizaron diversas dependencias que auxilian a los habitantes de la región, en todos aquellos servicios que pueden satisfacer sus demandas ciudadanas.

Derivado de lo anterior existen oficinas de la Presidencia Municipal, Tesorería, Seguridad Ciudadana, Desarrollo Metropolitano, OPDM, Registro Civil, Bomberos, Cruz Roja, así como algunas dependencias de orden federal y estatal.

¹⁰⁶

Garduño Garduño, Rafael. Op.cit. p 110.

2.1.3. Origen, Desarrollo y Situación Actual del Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte.

El ámbito deportivo en el Municipio de Tlalnepantla de Baz, siempre ha sido relevante dentro de su estructura, ya que el deporte es una plataforma política para los Presidentes Municipales en turno, y para aquellos que desean serlo. En lo deportivo Tlalnepantla de Baz es cuna de importantes figuras deportivas en la esfera mundial, como Fernando Platas y Joel Sánchez Guerrero, por ello la preocupación de los gobiernos municipales por brindar una buena imagen en este rubro social.

El Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte (IMJYD) nace con la llegada de la Administración pública 2000-2003, anteriormente lo referente al deporte, su promoción y atención a los grupos juveniles, eran atendidos por parte de la Subdirección de Fomento al Deporte y antecedentemente por algunos departamentos o coordinaciones de anteriores administraciones.

Este Instituto se conformó como un órgano descentralizado de la Administración Municipal, con lo que tiene un control propio sobre sus apoyos, servicios y personal que labora en él, pero depende económicamente del gobierno Municipal.

El IMJYD ha coordinado junto con otras organizaciones estatales y federales, el desarrollo de programas como son la Olimpiada Nacional Juvenil (siendo sede de la etapa nacional en el año 2001 de las especialidades de tenis y fútbol con bardas), así como del Sistema de Certificación y capacitación para Entrenadores Deportivos (SICCED).

De igual forma es el encargado de desarrollar programas de deporte y acción juvenil en todas las comunidades del Municipio de Tlalnepantla de Baz, además de abrigar las instalaciones deportivas Municipales para su buen uso y mantenimiento.

Para ello el IMJYD se sirve de dos subdirecciones que son la Subdirección de Promoción Juvenil y Deporte y la Subdirección de administración e Instalaciones. En la primera se promueve el deporte, establecen programas municipales a través de los departamentos de deporte popular, federado, atención a la juventud, deporte estudiantil y capacitación, con lo cual se busca una mayor practica del deporte y una disminución en los indices de delincuencia y fármaco dependencia.

En la segunda se realizan los trabajos encaminados a la creación, rehabilitación y mantenimiento de instalaciones deportivas, así como los procedimientos administrativos que se realizan tanto en la dirección del IMJYD como en cada uno de los deportivos municipales.

2.1.3.1. Área administrativa.

El área administrativa de la Subdirección de instalaciones deportivas es la encargada de supervisar que las cuotas de uso de instalaciones, así como todos los requisitos para hacer uso de las mismas, sean cumplidos en su totalidad, además lleva a cabo los trámites de solicitud de materiales y equipo para el buen funcionamiento de los servicios que prestan los deportivos (por ejemplo combustibles, materiales de limpieza, papelería, productos químicos para las albercas, entre otros).

De igual modo es la responsable de dar seguimiento a las solicitudes y demandas de los ciudadanos en lo referente al buen estado de las áreas deportivas del municipio ya sean unidades deportivas o canchas de usos múltiples.

2.1.3.2. Área de instalaciones deportivas.

Esta área tiene como objetivo el rehabilitar las instalaciones deportivas del municipio, así como ampliar la infraestructura instalada para ofrecer a los jóvenes espacios para realizar actividades deportivas, recreativas y culturales.

Tiene a su cargo la supervisión de 7 unidades deportivas, 6 módulos y más de 120 canchas de usos múltiples ¹⁰⁷, a las cuales hay que proporcionarles los servicios de mantenimiento (limpieza, pintura, encalamiento de árboles, entre otras necesidades) y se divide en dos departamentos de atención que son el de Zona oriente y el de Zona Poniente.

En el caso del departamento de Zona Oriente, éste tiene bajo su cuidado alrededor de 50 canchas de usos múltiples y tres unidades deportivas que son:

- I. Deportivo Caracoles
- II. Deportivo La Presa
- III. Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri-Cri.

¹⁰⁷ Fuente: censo de instalaciones deportivas del IMJYD.

Con los cuales se les presta el servicio referente al área deportiva a toda la población de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz.

2.1.3.3. Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

Se encuentra ubicado en Av. San José s/n, colonia San Juan Ixhuatepec, en la Zona oriente del Municipio, exactamente en los terrenos que antes ocupaba un gasera hasta el año de 1984, ya que el 19 de noviembre de ese año explotaron las instalaciones de los depósitos de combustible, lo que puso a san Juan Ixhuatepec, en la mirada millones de personas.

Por ello en el año de 1986 se inicia la creación de lo que ahora se conoce con el nombre de deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri-cri. Esta unidad deportiva ha sufrido varios cambios al paso de los años, ya que anteriormente contaba con un pequeño lago artificial y una parte de él era usada como desagüe por parte de PEMEX.

Actualmente sus áreas deportivas y recreativas están compuestas por dos campos de fútbol soccer, uno infantil y el otro reglamentarios, una cancha de básquetbol, una de fútbol de salón, una cancha de voleibol, una trota pista, una pista de patinaje, áreas verdes con juegos infantiles, área de venta de comida, palapas, y alberca olímpica la cual lleva el nombre de "Fernando Platas" medallista olímpico nativo del municipio.

En este deportivo se imparten clases de natación, artes marciales, fútbol, baloncesto y aeróbic's en un horario de servicio de martes a viernes de 09:00 a 18:00 hrs. Y los sábados y domingos de 09:00 a 16:00 hrs. Los lunes permanece cerrado, pues se le brinda mantenimiento.

2.2. Organización del Municipio de Tlalnepantla de Baz.

Para un mejor entendimiento de los elementos de la administración pública Municipal de Tlalnepantla de Baz, se toma como base lo publicado en la Gaceta Municipal de febrero del 2001, en donde exponen las características del Bando Municipal.

El Ayuntamiento es el órgano máximo de gobierno del Municipio, está integrado por un Presidente Municipal, tres síndicos y diecinueve regidores electos según el principio de mayoría relativa.

La oficina de la presidencia, esta integrada por las unidades de apoyo técnico y asesoría, como las Secretarías Particular y Técnica y las Coordinaciones de Comunicación Social, Asesores y Sistemas. Sus titulares serán responsables de programas, asuntos y acciones que les asigne el Presidente Municipal y los que les correspondan en términos del Reglamento Orgánico Municipal.

Las Direcciones Generales de Seguridad Ciudadana, Desarrollo Social, Servicios Jurídicos, Administrativos, Urbanos, Promoción Económica y Desarrollo Metropolitano, desarrollarán las atribuciones, funciones y responsabilidades que determine el presente Bando, el Reglamento Orgánico Municipal y las demás disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables.

La Administración Pública Municipal se divide en Centralizada, integrada por el Centro de Información y Capacitación para la Seguridad Ciudadana y el Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte, y Paramunicipal, conformada por el Organismo Descentralizado Municipal para la prestación de los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento (OPDM) y el Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF).¹⁰⁸

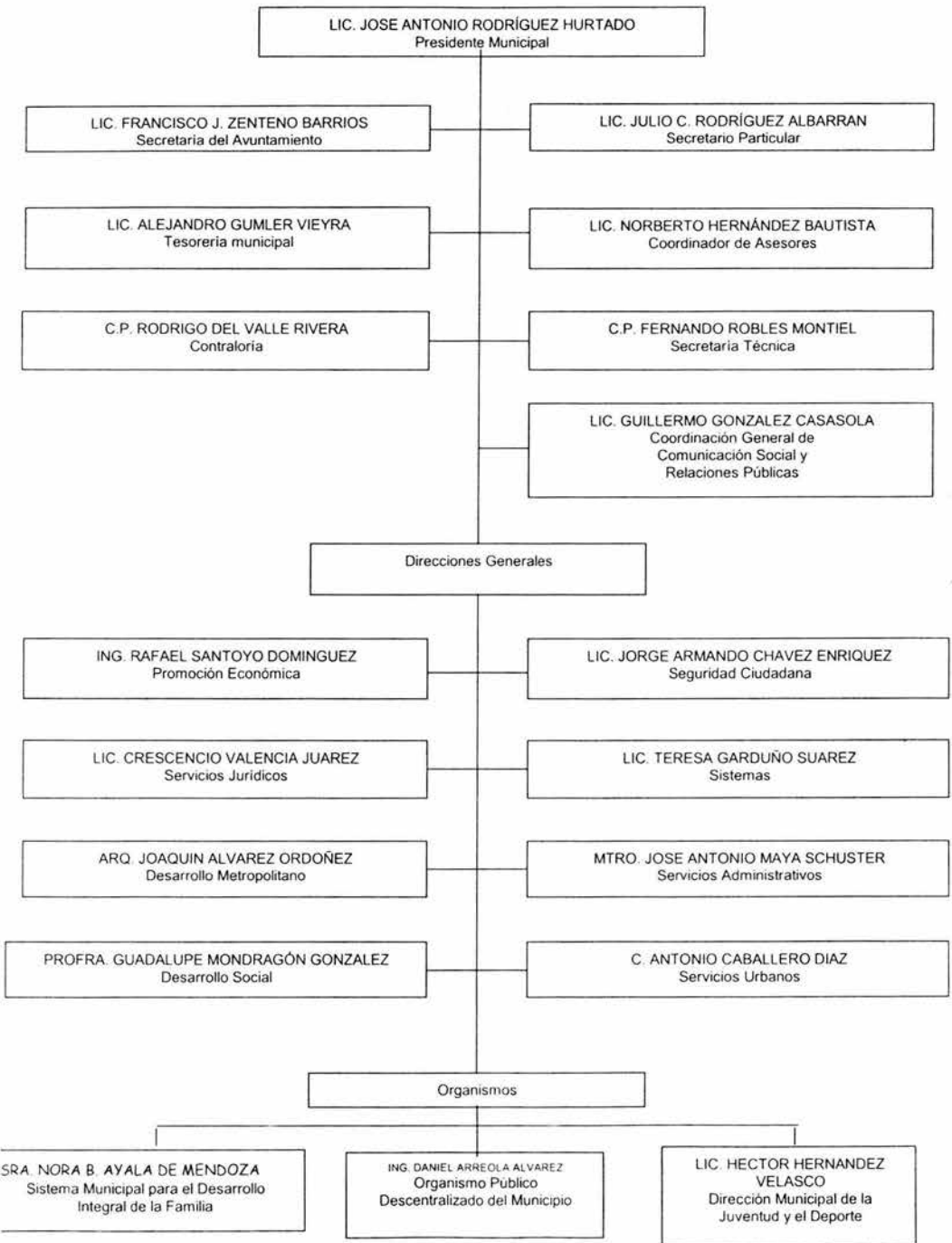
Todas y cada una de éstas dependencias del Gobierno Municipal, trabajan entrelazadas ya que, por ejemplo, hay trámites del ámbito deportivo que necesitan el apoyo tanto administrativo como económico de Tesorería, de Sistemas o de Contraloría y viceversa, por ello el trabajo de cada una de ellas tiene una co-dependencia de las demás áreas.

¹⁰⁸ Gaceta Municipal, No. 3, año 1, febrero 2001. pp.23-27.

No se incluyen datos del la Zona Oriente por ser parte del territorio de Municipio de Tlalnepanitla de baz

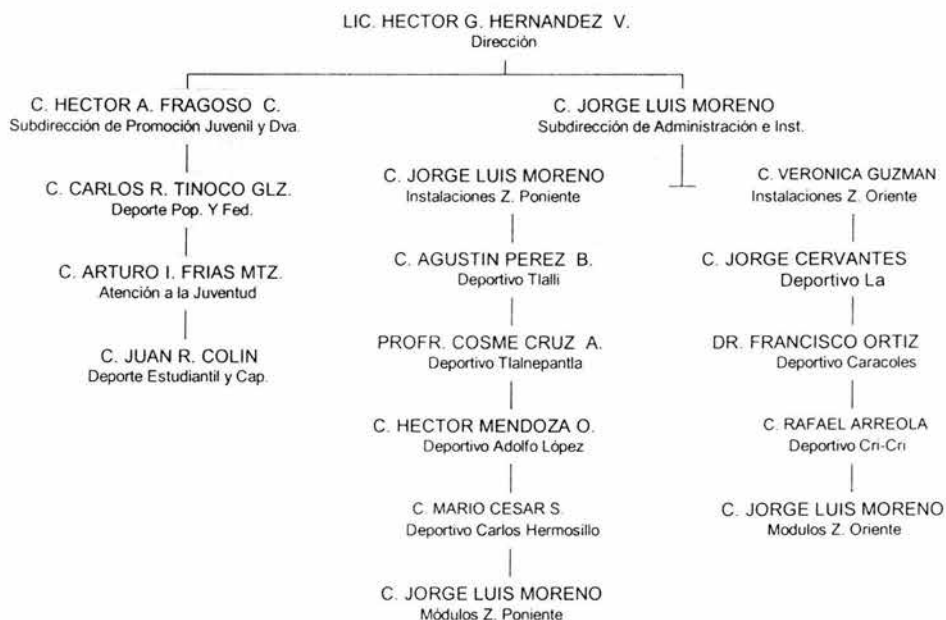
2.2.1. Organigrama del Municipio de Tlalnepantla de Baz.

Tomando el apartado anterior, se tiene el siguiente organigrama Municipal.



2.2.2. Organigrama de la Dirección Municipal de la Juventud y el Deporte.

Esta organización se desprende las atribuciones y obligaciones expuestas en el bando Municipal, otorgadas por el Cabildo en el inicio de la Administración Pública 2000-2003.



Fuente: Dirección del Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte

2.3. Funciones de la Organización.

Como toda organización, que se presume de serlo, el Municipio de Tlalnepanlla de Baz, así como el Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte, tienen una visión del servicio que quieren brindar a la comunidad tlalnepanllense, a través del cumplimiento de la misión que se han encomendado para satisfacer las demandas ciudadanas.

De esta forma se tienen los lineamientos morales que rigen a estas dos organizaciones, una dependiente de la otra, del Municipio de Tlalnepanlla de Baz ¹⁰⁹

¹⁰⁹ Al igual que en lo referente a la Organización del Municipio y del IMJYD, no se incluyen datos de la Zona Oriente por considerarse una región del Municipio y no un organismo.

2.3.1. *Objetivo, Misión y Visión del Municipio de Tlalnepantla de Baz.*

Sobre la base de los lineamientos de la administración pública 2000-2003 del H. Ayuntamiento de Tlalnepantla de Baz, expuestos en el Plan de Desarrollo Municipal se tienen los siguientes puntos:

- Visión.

"En este Gobierno observamos una sociedad comprometida con el desarrollo de su comunidad, que quiere ser próspera, tener acceso a una mejor educación, a la cultura, al deporte, sana y dispuesta a aceptar los retos del cambio democrático.

Todo con miras a lograr el bien común y una mejor calidad de vida para nuestras familias. De ahí que nuestra visión es tener un Municipio, limpio, ordenado, seguro, próspero y respetuoso del medio ambiente, con un gobierno honesto e incluyente, con servidores públicos que se conduzcan siempre con calidad en su trabajo, vocación de servicio y ética profesional. Tlalnepantla de Baz será una ciudad de su presente".

- Misión.

"Hacer un Gobierno enfocado a la sociedad, que le importe el reconocimiento de sus ciudadanos, para fortalecer la confianza y la cooperación entre los sectores público, privado y social".

- Valores.

"Sentido Humano. Propiciar que la sociedad en Tlalnepantla de Baz viva con dignidad, bienestar y seguridad; buscando el mejoramiento constante de las personas y el desarrollo armónico del Municipio.

Honestidad. Ser un gobierno que se conduzca con apego a derecho; evitando el dispendio de los recursos, la corrupción y que esté obligado a la rendición de cuentas sobre el uso de los recursos del erario Municipal.

Respeto. Realizar nuestro trabajo con sentido de responsabilidad, proporcionando el mejor trato y atención a los usuarios de trámites y servicios" ¹¹⁰

2.3.2. *Objetivo, Misión y Visión del Instituto Municipal de la Juventud y el Deporte.*

El IMJYD, tomando como base los lineamientos de la administración pública municipal por la cual se rigen, expone a la comunidad tlalnepantlense sus bases morales y éticas para su funcionamiento y servicio.

- Objetivo.

Fomentar la práctica masiva del deporte y la educación física, como una forma de construir una cultura deportiva y estimular la formación individual, la salud y el bienestar social de la población.

- Misión

Servir a la población tlalnepantlense, generando en forma continua y creciente programas de adecuación física, apoyo a jóvenes y desarrollo deportivo, que promuevan la integración social y familiar, respetando la cultura, necesidades y preferencias de los diversos núcleos de nuestro Municipio.

¹¹⁰ Gaceta Municipal No. 4 Plan de Desarrollo Municipal 2000-2003, marzo 2001

- Visión.

La Dirección Municipal de la Juventud y el Deporte ve una población deseosa de acciones encaminadas a fomentar la práctica deportiva entre los jóvenes con actividades culturales, educativas, recreativas, de desarrollo comunitario y de prevención de adicciones como una forma de mejorar el bienestar social de la población ¹¹¹

2.4. Características demográficas de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas.

Como ya se han expuesto en los apartados referentes al entorno social tanto del Municipio de Tlalnepantla de Baz, como de la Zona Oriente, las colonias en las cuales se realiza el estudio de Opinión Pública presentan algunas de las características tanto generales del Municipio como particulares de la Zona donde se encuentran ubicadas.

Las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas se encuentran dentro de la denominada Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz y pertenecen a la quinta delegación de la organización territorial municipal.

Cuentan con una población aproximada de 120,000 habitantes y sufre la misma densidad poblacional que el resto del Municipio (8647 habitantes por kilómetro cuadrado).

Se componen básicamente por personas que laboran como obreros o empleados en las diversas industrias que se encuentran a lo largo de la Zona Oriente, y en los municipios de Ecatepec, Coacalco y el Distrito Federal.

Estas personas habitan viviendas populares (en obra negra o sin acabados), a excepción de la colonia El Copal, la cual es una Zona residencial (única en la Zona) enclavada en el centro de la Zona oriente del municipio. Tiene un promedio de cinco habitantes por vivienda ¹¹²

¹¹¹ Gaceta Municipal No. 4 Plan de Desarrollo Municipal 2000-2003, marzo 2001

Al igual que en lo referente a la Organización del Municipio y del IMJYD, así como de sus organigramas, no se incluyen datos de la Zona Oriente por considerarse una región del Municipio y no un organismo.

¹¹² Fuente: datos proporcionados por el área de catastro municipal.

2.5. Problemática del Universo a estudiar.

Las colonias Lomas de San Juan Ixhuatepec, El Copal, partes bajas de la Colonia Lázaro Cárdenas y San Juan Ixhuatepec se encuentran, como otras de la zona Oriente, en áreas denominadas de alto riesgo, ya que se ubican en cañadas, barrancos o inclinaciones, así como en zonas de captación de aguas pluviales ¹¹³, esto puede ocasionar que el acceso a las colonias de estudio pueda verse dificultado por las características geológicas de la Zona.

Todas estas características hacen que el entorno económico de la Zona sea de población media baja, a excepción del fraccionamiento de Lomas del Copal, por ello los habitantes pueden atender de forma reacia a las preguntas del cuestionario, además que, por ser familias numerosas en integrantes, algunos de los estudios sean contestados por menores de edad o amas de casa, los que, en muchas de las ocasiones en este tipo de núcleos familiares, no determinan para qué está destinado el gasto familiar proporcionado por el o los trabajadores del hogar.

Aunado a estas problemáticas, el horario de labores de los integrantes de una familia y otra es muy variado, por ello algunas de éstas no se encontrarán al momento de visitar las casas en que habitan.

Y en el último de los casos pueden hallarse algunos miembros de las colonias a estudiar, que no sepan de la localización del Deportivo, o de su existencia.

2.6. Descripción de la temática a tratar.

El Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri- Cri cuenta con una de las mejores instalaciones acuáticas en todo el Municipio, alberca tipo olímpica de ocho carriles con un sistema de calentamiento a base de gas natural, lo que permite mantener el agua a 25° C., baños y vestidores para damas y caballeros con todos los servicios, sistema de riego para las áreas verdes, campos y canchas deportivas además de juegos infantiles y una pista de patinaje.

¹¹³ Fuente: <http://www.Tlalnepantlada.gob.mx>

A pesar de todo ello la población de las colonias que se encuentran cerca de esta unidad deportiva (San Juan Ixhuatepec, Lomas de san Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas) asiste muy poco a hacer uso de ellas. Sin importar que el Deportivo sea paso obligado para quienes habitan en la región y quieren trasladarse a tomar el transporte público o a realizar algún trámite en las oficinas administrativas regionales del Municipio.

La población que asiste a los deportivos municipales en general es muy poca si se toma en cuenta el total de habitantes del municipio (721,415 hab.) se tiene un promedio de 0.5 de cada cien personas, pero esta cantidad de usuarios disminuye aún más en la zona oriente.

En el Deportivo Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri, se estima que de cada cien habitantes de las colonias aledañas al lugar, 0.2 personas acuden a hacer uso de sus instalaciones, esto de forma sedentaria, es decir deportistas de fin de semana, corredores ocasionales o familias que asisten a los juegos infantiles y áreas verdes, y únicamente el 0.09% toma clase de alguna actividad impartida en el deportivo (natación, artes marciales, fútbol y aeróbic's)

Las carencias económicas, número de dependientes económicos y sobre todo la falta de una *cultura deportiva**, pueden ser algunos de los factores que determinen la falta de asistencia a este centro recreativo

CAPÍTULO TRES

Capítulo 3: Metodología para la elaboración del Cuestionario.

En este capítulo se enuncia la metodología que servirá para diseñar y elaborar el instrumento de la presente investigación de opinión pública, entre ellos todos los elementos que intervienen en la tabla de especificaciones, los criterios de arboreación y de aplicación del cuestionario piloto, es decir la forma en que se abordarán a los encuestados, el lugar donde se entrevistarán y las indicaciones a los encuestadores en caso de que existan. Así mismo se presentan las tablas de resultados de la aplicación piloto, con la finalidad de reconocer los errores del cuestionario y con ello hacer las correcciones para concluir en el cuestionario final.

3.1 Relación del marco Teórico con la Tabla de Especificaciones.

En el Marco Teórico, subcapítulo 1.3. se definió a la opinión pública como el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todo aquello que interesa y/o afecta al grupo social, a diferencia del público que es el grupo social en sí mismo.

La definición anterior condujo 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 mencionó que los elementos del sistema comunicativo son:

- 1.- los actores
- 2.- los instrumentos
- 3.- las expresiones
- 4.- las representaciones

Asimismo se hizo la analogía entre:

1. Actores de la comunicación con individuos del grupo social
2. Instrumentos de la comunicación con cuestionario (en papel)
3. Las expresiones con el conjunto de expresiones del grupo social en donde se manifiestan los consensos / dicensos.
4. Las representaciones de la comunicación con el conjunto de datos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para los usuarios.

Interesa resaltar que los actores de la comunicación pueden tener como referente de sus expresiones:

1. lo que hacen (acciones ejecutivas)
2. a otras expresiones (ya enunciados o por enunciar)
3. al pensamiento (ya pensado o que se este pensando)

En el presente trabajo, en el apartado 1.1.7. se indicó que hay varios sistemas y que uno de ellos es el de la referencia $[SR]$. En este sistema se contempla todo aquello que es 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:

1. lo que se hace (como acción ejecutiva)
2. lo que se dice (como acción expresiva)
3. lo que se dice que se hace (que es una expresión que tiene como referente a una acción ejecutiva)
4. 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 se plasma en el siguiente esquema:

ESQUEMA 17



Si se considera la definición de Opinión Pública antes mencionada, se tendría que aclarar que:

1. La indagación de la opinión pública 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 roles que desempeñan los agentes sociales y que serían: el sexo, edad, posición política, lugar de residencia, nivel de escolaridad, posición económica, posición social.
2. La indagación de la opinión pública de un grupo social no puede contrastarse con el plano de lo simbólico (SR), pero sí resulta pertinente que el investigador de la opinión pública indique un rango de credibilidad acerca de los 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 que lo expresado como opinión en el cuestionario diferencie a los actores que conocen o no al referente.
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 roles 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 roles de los agentes sociales y que en la tabla de especificaciones se denominará bajo el término **Concepto Socio-demográfico**.
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 **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. Sistema Hipotético

Este sistema hipotético contempla una hipótesis nula y las hipótesis alternativas. En donde el criterio de validación de las mismas será de carácter estadístico en porcentaje de grado de conocimiento sobre la temática y de las opiniones de acuerdo a una escala estimativa con un rango de 1 y 5.

Hipótesis nula

No se conoce la opinión pública de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

Hipótesis alternativa

La hipótesis alternativa que se plantea a continuación dependerá de las variables de conocimiento, opinión y socio-demográficas.

1. El conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri. es de **85 %**
2. El sexo determina en un **75 %** el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
3. El sexo determina en una escala del 1 al 5 en **3** lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
4. La edad determina en un **80%** el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
5. La edad determina en una escala del 1 al 5 en **4** lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
6. La posición política determina en un **60%** el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
7. La posición política determina en una escala del 1 al 5 en **2** lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
8. El nivel de escolaridad determina en un **85%** el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

9. El nivel de escolaridad determina en una escala del 1 al 5 en **4** lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
10. La posición económica determina en un **90%** el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
11. La posición económica determina en una escala del 1 al 5 en **5** lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
12. La posición social determina en un **90%** el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
13. La posición social determina en una escala del 1 al 5 en **5** lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
14. El lugar de residencia determina en un **90%** el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
15. El lugar de residencia determina en una escala del 1 al 5 en **5** lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

3.3. Variables

A continuación se enuncian las variables dependientes e independientes de este estudio así como su relación con las hipótesis planteadas.

1. Con respecto a la hipótesis 2 la variable independiente es el sexo de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
2. Con respecto a la hipótesis 3 la variable independiente es el sexo del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
3. Con respecto a la hipótesis 4 la variable independiente es la edad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
4. Con respecto a la hipótesis 5 la variable independiente es la edad del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
5. Con respecto a la hipótesis 6 la variable independiente es la posición política de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
6. Con respecto a la hipótesis 7 la variable independiente es la posición política del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
7. Con respecto a la hipótesis 8 la variable independiente es el nivel de escolaridad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
8. Con respecto a la hipótesis 9 la variable independiente es el nivel de escolaridad del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

9. Con respecto a la hipótesis 10 la variable independiente es la posición económica de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
10. Con respecto a la hipótesis 11 la variable independiente es la posición económica del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
11. Con respecto a la hipótesis 12 la variable independiente es la posición social de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
12. Con respecto a la hipótesis 13 la variable independiente es la posición social del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
13. Con respecto a la hipótesis 14 la variable independiente es el lugar de residencia de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
14. Con respecto a la hipótesis 1 la variable independiente es el lugar de residencia del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con relación al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

3.4. Tabla de especificaciones

La tabla de especificaciones es un instrumento metodológico que se utiliza para operacionalizar los conceptos que determinarán la construcción de cuestionario, considerando los conceptos, las variables dependientes e independientes manejadas en la hipótesis de esta investigación.¹¹⁴

¹¹⁴ Torres Lima, Héctor. "Módulo III, seminario taller extracurricular de titulación la Opinión Pública", México, ENEP Acatlán, agosto 2003

La función de la tabla de especificaciones consiste en adoptar y ubicar los conceptos empleados en el marco teórico en términos de indicadores empíricos, acordes al contexto de la temática particular de la que trate esta investigación.

La tabla de especificaciones contiene cuatro columnas: en la primera se especifican los conceptos y se enumeran en orden progresivo con un dígito; en la segunda se anotan las categorías por concepto y se enumeran en orden progresivo con dos dígitos; en la tercera se anotan los indicadores por categoría y se enumeran en orden progresivo con tres dígitos; en la cuarta columna contienen a los reactivos, uno por cada indicador y se numeran con el mismo número del indicador. Así la tabla de especificaciones contiene a los conceptos, a las categorías, a los indicadores y a los reactivos.

El término de "concepto" se refiere a una representación literaria que expresa un rasgo característico del fenómeno a estudiar, y que para el tema que nos ocupa son: conocimiento, opinión y datos sociodemográficos del grupo social a estudiar.

El término "categoría" es la dimensión del concepto, son las características que asumen en la realidad (temática a estudiar) el concepto.

El término "indicador" es la determinación de la categoría y se expresa como la medida única y unívoca que se presenta en la realidad social en el caso particular de la temática a tratar.

Se entiende por reactivo a una pregunta (base del reactivo) con sus respectivas opciones (posibles respuestas a la base del reactivo y de las cuales, solo una será válida) ¹¹⁵

En la redacción de los reactivos se deberán considerar los siguientes criterios:

1. reactivos precisos
2. planteados de acuerdo al nivel de escolaridad de la muestra
3. planteados de acuerdo al vocabulario de los encuestados
4. deben posibilitar una sola respuesta
5. en caso de ser de opción múltiple deben ser ordenadas las opciones de la de menor extensión a la mayor
6. no deben sugerir respuestas
7. deben referirse a un solo tema y a una sola persona
8. deben ser pertinentes al tema

¹¹⁵ Torres Lima, Héctor. "Módulo III, seminario taller extracurricular de titulación la Opinión Pública", México, ENEP Acatlán, agosto 2003

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

3.5 ARBOREACIÓN

La arboreación es una técnica que permite establecer el orden en que aparecerán los reactivos en el cuestionario. Por ello se establecerán los criterios, una tabla de equivalencias entre el número del reactivo en el cuestionario y el número del reactivo en la tabla de especificaciones; y el diagrama de flujo que indicará cómo deberá ser contestado el cuestionario.

3.5.1. Criterios de arboreación

Los lineamientos para ordenar los reactivos en el cuestionario serán:

1. Se colocarán en primer lugar aquellos reactivos que midan los aspectos más esenciales, posteriormente los reactivos que midan los más específicos.
2. Se colocarán en primer lugar aquellos reactivos que hayan sido elaborados de manera más sencilla y posteriormente los más complejos.
3. Se colocarán en primer lugar los reactivos correspondientes al concepto tres de datos sociodemográficos, debido a que se considera que no afectan las respuestas de los reactivos posteriores.
4. Se colocarán los reactivos del concepto uno conocimiento, debido a que se considera que si no conoce sobre el tema no pueden pasar al siguiente bloque de preguntas.
5. Se colocarán los reactivos del concepto dos opinión, debido a que se considera que no se puede llegar a esta parte del cuestionario, sino conoce sobre el tema.
6. Se realizará una pequeña capacitación a las personas que ayudaran a la aplicación de los cuestionarios (encuestadores), para indicarles el modo de abordar al entrevistado, forma de explicar la intención del estudio e instrucciones para el llenado de las encuestas, para con ello evitar errores en los resultados finales.

3.5.2. Tabla de Equivalencias

REACTIVOS DEL CUESTIONARIO	REACTIVOS DE LA TABLA DE ESPECIFICACIONES
1	3.1.1.
2	3.2.1.
3	3.6.1.
4	3.5.1.
5	3.6.2.
6	3.3.1.
7	3.4.1.
8	3.7.1.
9	1.1.1.
10	1.2.1.
11	1.2.2.
12	1.2.3.
13	1.2.4.
14	1.2.5.
15	1.3.1.
16	1.3.2.
17	1.4.1.
18	1.4.2.
19	1.4.3.
20	1.4.4.
21	1.4.5.
22	1.5.1.
23	1.5.2.
24	1.6.1.
25	1.6.2.
26	1.6.3.
27	2.1.1
28	2.2.1
29	2.2.2.
30	2.2.3.
31	2.2.4.
32	2.2.5

33	2.3.1.
34	3.3.2.
35	2.4.1.
36	2.4.2.
37	2.4.3.
38	2.4.4.
39	2.4.5.
40	2.5.1.
41	2.5.2.
42	2.6.1.
43	2.6.2.
44	2.6.3.

3.5.3. Diagrama de flujo de la arboreación

En el diagrama de flujo se utilizarán los siguientes símbolos:

ESQUEMA 18

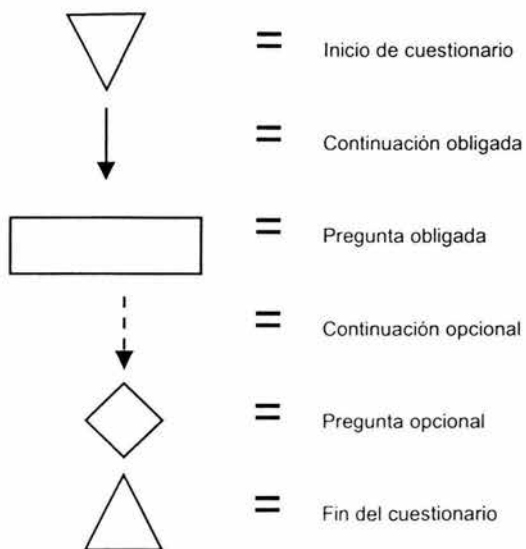
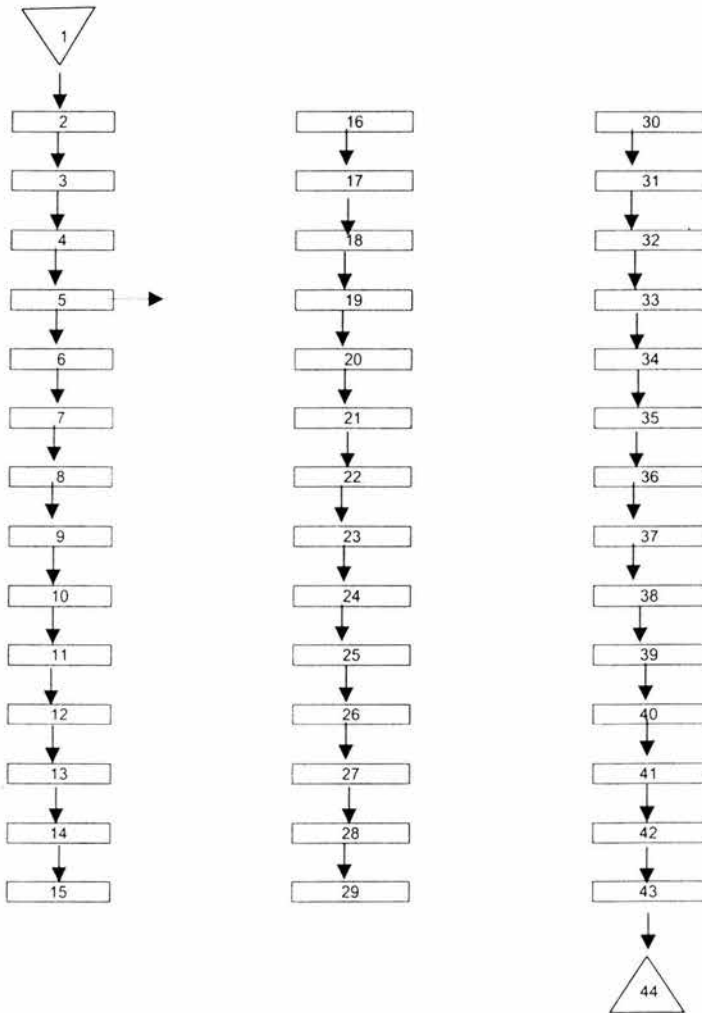


Diagrama de flujo

ESQUEMA 19



3.6. Cuestionario Piloto

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CAMPUS ACATLÁN

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACIÓN "LA OPINIÓN PÚBLICA"

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del uso de las instalaciones del Deportivo "Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri" de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepanitla de Baz para mejorar los servicios que en esta unidad deportiva se ofrecen. Mucho agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad, en caso de que Usted desee conocer los resultados obtenidos tenga la amabilidad de comunicarse con Carlos Tinoco González al teléfono 55 65 93 97 ext. 4311.

INSTRUCCIONES: Le solicitamos lea las siguientes preguntas y coloque una "X" en la celda que usted considere. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate no modificar las respuestas que ya haya anotado. Escriba con pluma.

CUESTIONARIO

1. Indique su sexo:

- a) femenino
- b) masculino

2. Indique su edad:

- a) de 10 a 20
- b) de 20 a 30
- c) de 30 a 40
- d) de 40 a 50

3. Indique su grado máximo de estudios:

- a) primaria
- b) secundaria
- c) preparatoria
- d) profesional

4. La casa que habita es:

- a) propia
- b) rentada

5. En que colonia habita:
- San Juan Ixhuatepec
 - Lomas de San Juan
 - El copal
 - Lázaro Cárdenas
6. Indique su estado civil:
- casado
 - soltero
 - otro
7. Indique su lugar dentro de su familia:
- padre
 - madre
 - hijo
8. En las últimas votaciones por cuál partido político voto:
- PT
 - PRI
 - PAN
 - PRD
 - PVEM
9. El Deportivo Cri-Cri se cierra a las:
- 6 de la tarde
 - 7 de la tarde
 - 8 de la tarde
10. La alberca del deportivo Cri-Cri mide de largo:
- 40 metros
 - 45 metros
 - 50 metros
11. En las canchas del deportivo Cri-Cri se puede practicar:
- voleibol, fútbol, frontón
 - básquetbol, squash, fútbol
 - fútbol, voleibol, básquetbol
12. Los juegos infantiles del deportivo Cri-Cri están:
- cercados
 - techados
 - al aire libre
13. Las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri están:
- cercadas
 - enmalladas
 - sin protección

14. La ciclopista del deportivo Cri-Cri esta dividida por:
 - a) postes
 - b) jardineras
 - c) pasamanos

15. El costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri es de :
 - a) 10 pesos
 - b) 15 pesos
 - c) 20 pesos

16. El costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri es de :
 - a) \$30.00
 - b) \$40.00
 - c) \$50.00

17. La alberca del Deportivo está :
 - a) fuera del deportivo
 - b) en la orilla del deportivo
 - a) en el centro del deportivo

18. Las canchas se encuentran junto a:
 - a) la alberca
 - b) las palapas
 - c) las áreas verdes

19. Los juegos infantiles están junto a:
 - a) la alberca
 - b) la ciclopista
 - c) las áreas verdes

20. Las áreas verdes están:
 - a) rodeando el deportivo
 - b) en el centro del deportivo
 - c) distribuidas en el deportivo

21. La ciclopista del deportivo Cri-Cri esta:
 - c) fuera del deportivo
 - d) en la orilla del deportivo
 - e) en el centro del deportivo

22. Las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri son de:
 - a) fútbol y voleibol
 - b) natación y fútbol
 - c) voleibol y natación

23. Las visitas sólo se pagan en:

- a) la alberca
- b) la ciclopista
- c) las canchas

24. El nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri son:

- a) Ángel, Omar, Arturo
- b) Alberto, Arturo, Omar
- c) Alberto, Omar, Rafael

25. Omar cubre el horario de :

- a) de 12 a 4 de la tarde
- b) de 1 a 5 de la tarde
- c) de 2 a 6 de la tarde

26. Arturo y Omar dan la actividad de:

- a) fútbol
- b) voleibol
- c) natación

En el siguiente bloque de preguntas considere que 1 es la calificación mínima y 5 es la calificación máxima

27. Que tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri:

1 2 3 4 5

28. Que tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar:

1 2 3 4 5

29. Que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al deportivo:

1 2 3 4 5

30. Que tan utilizables son los juegos infantiles para que los ocupen los niños:

1 2 3 4 5

31. Que calificación daría a la limpieza de las áreas verdes:

1 2 3 4 5

32. Que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes:

1 2 3 4 5

33. Que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía:

1 2 3 4 5

34. Que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía:

1 2 3 4 5

35. Que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

36. Que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

37. Que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

38. Que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

39. Que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo:

1 2 3 4 5

40. Que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades:

1 2 3 4 5

41. Que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita:

1 2 3 4 5

42. Cómo calificaría el trato de los instructores hacia los usuarios:

1 2 3 4 5

43. Cómo calificaría el lenguaje empleado por los instructores:

1 2 3 4 5

44. Que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri:

1 2 3 4 5

3.7. Procedimiento de Aplicación

El cuestionario piloto se aplico a un total de diez individuos, cinco hombre y cinco mujeres, de las diversas colonias que conforman el universo a estudiar, esta aplicación se llevo a cabo el día 10 de septiembre del año 2003 entre las 10:00 y 12:00 horas.

En la aplicación de los cuestionarios tomaron parte tres encuestadores, que se identificaron como empleados del Ayuntamiento de Tlalnepanltla, los cuales preguntaron a los habitantes de la zona oriente del Municipio de Tlalnepanltla de Baz sobre el uso de las instalaciones del deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri- Cri, ubicado en esa zona. No hubo pormenores a la hora de

realizar el estudio, salvo que al identificarse como empleados municipales, algunos de los encuestados no querían contestar al principio, pero al explicarles la finalidad de este estudio no hubo mayor problema, también en lo concerniente a la pregunta ocho referente a que en las últimas votaciones por cuál partido político había votado, los entrevistados se mostraron un poco renuentes al contestar.

Por otra parte uno de los encuestadores al marcar una de las respuestas se equivocó, por lo que aparecen marcadas dos opciones, siendo que únicamente debe de aparecer una respuesta tachada.

3.8. Resultados del Piloteo

Se presentan todas las tablas resultantes de la aplicación del cuestionario piloto, tanto por categoría como por variantes sociodemográficas y cada una de las posibles respuestas.

(ANEXO EN CD)

3.9. Correcciones al cuestionario piloto

En la pregunta dos en donde se le pide al encuestado indicar su edad, en lugar de tomar intervalos de diez en diez (10 a 20, 20 a 30, etc.), se indicará de la siguiente manera:

2. Indique su edad:
- a) 10 A 20
 - b) 21 A 30
 - c) 31 A 40
 - d) 41 A 50

con ello se evita repetir cuatro edades dentro de estos rangos.

La pregunta ocho concerniente a las preferencias políticas, en lugar de cuestionar:

8. En las últimas votaciones por cuál partido político voto:
- a) PT
 - b) PRI
 - c) PAN
 - d) PRD
 - e) PVEM

Se mostrará de la siguiente manera:

8. Qué canal de televisión prefiere usted
- e) canal 2
 - f) canal 13

- g) canal 40

Esperando con ello que los encuestados muestren su tendencia política, sin incomodarlos con una pregunta tan directa.

Se hará hincapié en la capacitación al personal que apoyará en la aplicación de los cuestionarios en las colonias de la zona oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, para evitar las incorrecciones presentadas en la prueba piloto.

3.10. Cuestionario Final

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CAMPUS ACATLÁN

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACIÓN "LA OPINIÓN PÚBLICA"

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del uso de las instalaciones del Deportivo "Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri" de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz para mejorar los servicios que en esta unidad deportiva se ofrecen. Mucho agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad, en caso de que Usted desee conocer los resultados obtenidos tenga la amabilidad de comunicarse con Carlos Tinoco González al teléfono 55 65 93 97 ext. 4311.

INSTRUCCIONES: Le solicitamos lea las siguientes preguntas y coloque una "X" en la celda que usted considere. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate no modificar las respuestas que ya haya anotado. Escriba con pluma.

CUESTIONARIO

1. Indique su sexo:

- a) femenino
- b) masculino

2. Indique su edad:

- a) de 10 a 20
- b) de 21 a 30
- c) de 31 a 40
- d) de 41 a 50

3. Indique su grado máximo de estudios:
 - a) primaria
 - b) secundaria
 - c) preparatoria
 - d) profesional

4. La casa que habita es:
 - a) propia
 - b) rentada

5. En que colonia habita:
 - a) San Juan Ixhuatepec
 - b) Lomas de San Juan
 - c) El copal
 - d) Lázaro Cárdenas

6. Indique su estado civil:
 - a) casado
 - b) soltero
 - c) otro

7. Indique su lugar dentro de su familia:
 - a) padre
 - b) madre
 - c) hijo

8. Qué canal de televisión prefiere usted:
 - a) canal 2
 - b) canal 13
 - c) canal 40

9. El Deportivo Cri-Cri se cierra a las:
 - a) 6 de la tarde
 - b) 7 de la tarde
 - c) 8 de la tarde

10. La alberca del deportivo Cri-Cri mide de largo:
 - a) 40 metros
 - b) 45 metros
 - c) 50 metros

11. En las canchas del deportivo Cri-Cri se puede practicar:
 - a) voleibol, fútbol, frontón
 - b) básquetbol, squash, fútbol
 - c) fútbol, voleibol, básquetbol

12. Los juegos infantiles del deportivo Cri-Cri están:
 - a) cercados
 - b) techados
 - c) al aire libre

13. Las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri están:
 - a) cercadas
 - b) enmalladas
 - c) sin protección

14. La ciclopista del deportivo Cri-Cri esta dividida por:
 - a) postes
 - b) jardineras
 - c) pasamanos

15. El costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri es de :
 - a) 10 pesos
 - b) 15 pesos
 - c) 20 pesos

16. El costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri es de :
 - a) \$30.00
 - b) \$40.00
 - c) \$50.00

17. La alberca del Deportivo está :
 - a) fuera del deportivo
 - b) en la orilla del deportivo
 - c) en el centro del deportivo

18. Las canchas se encuentran junto a:
 - a) la alberca
 - b) las palapas
 - c) las áreas verdes

19. Los juegos infantiles están junto a:
 - a) la alberca
 - b) la ciclopista
 - c) las áreas verdes

20. Las áreas verdes están:
 - a) rodeando el deportivo
 - b) en el centro del deportivo
 - c) distribuidas en el deportivo

21. La ciclopista del deportivo Cri-Cri esta:
- fuera del deportivo
 - en la orilla del deportivo
 - en el centro del deportivo
22. Las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri son de:
- fútbol y voleibol
 - natación y fútbol
 - voleibol y natación
23. Las visitas sólo se pagan en:
- la alberca
 - la ciclopista
 - las canchas
24. El nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri son:
- Ángel, Omar, Arturo
 - Alberto, Arturo, Omar
 - Alberto, Omar, Rafael
25. Omar cubre el horario de :
- de 12 a 4 de la tarde
 - de 1 a 5 de la tarde
 - de 2 a 6 de la tarde
26. Arturo y Omar dan la actividad de:
- fútbol
 - voleibol
 - natación

En el siguiente bloque de preguntas considere que 1 es la calificación mínima y 5 es la calificación máxima

27. Que tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri:
- 1 2 3 4 5
28. Que tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar:
- 1 2 3 4 5
29. Que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al deportivo:
- 1 2 3 4 5
30. Que tan utilizables son los juegos infantiles para que los ocupen los niños:
- 1 2 3 4 5
31. Que calificación daría a la limpieza de las áreas verdes:
- 1 2 3 4 5

32. Que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes:

1 2 3 4 5

33. Que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía:

1 2 3 4 5

34. Que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía:

1 2 3 4 5

35. Que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

36. Que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

37. Que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

38. Que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo:

1 2 3 4 5

39. Que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo:

1 2 3 4 5

40. Que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades:

1 2 3 4 5

41. Que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita:

1 2 3 4 5

42. Cómo calificaría el trato de los instructores hacia los usuarios:

1 2 3 4 5

43. Cómo calificaría el lenguaje empleado por los instructores:

1 2 3 4 5

44. Que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri:

1 2 3 4 5

CAPÍTULO CUATRO

CAPÍTULO 4

En el presente capítulo se abordarán el tipo de levantamiento de datos a realizar y sus criterios, las características de la población en donde se levantará el estudio de Opinión Pública, así como el tipo de muestra más conveniente para realizar la investigación y los requisitos que exige ésta. Por último se procedió a la lectura de datos desde los resultados generales por categoría hasta los expuestos en las variables sociodemográficas.

LEVANTAMIENTO DE DATOS

En este levantamiento de datos se busca conocer la Opinión Pública de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, con respecto al uso de las Instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

Por lo cual se explicarán el tipo de población a la cual se cuestionará, así como los diversos tipos de levantamientos de datos y muestras, sus características y fórmulas de cálculo, para determinar cuál de ellos es el más óptimo para la realización de este estudio.

Posteriormente se realizará una agenda donde se enunciarán las rutas a cubrir para la aplicación de los cuestionarios, de igual modo un informe al término de cada actividad.

4.1 Características de la población

Se entenderá por población: al conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación. Población y universo son lo mismo, definiendo a este último como el conjunto de elementos a los cuales se desean extrapolar los resultados de la muestra.

Todos los elementos del universo son homogéneos en cuanto su definición. De esta forma podemos definir, en este caso, que el universo de este estudio son los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, el Copal y Lázaro Cárdenas de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, que se encuentran en un rango de edad de 10 y 50 años

Para este estudio se empleará un *Marco muestral*, que son "listados" que comprenden las unidades de población y en este caso serán los datos proporcionados por la oficina del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) a mayo de 2003, para los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, el Copal y Lázaro Cárdenas de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz y que se encuentran entre las edades de 10 a 50 años, y que comprende un total de 45097 individuos.

La muestra escogida solo podrá considerarse "representativa" de la población comprendida en el marco de muestreo elegido.

4.2 Tipo de levantamiento de datos

Es importante señalar que en este estudio de opinión pública, se empleará para el levantamiento de datos la técnica del muestreo, para ello se define primeramente lo que es una Muestra y los tipos que hay de ella, y posteriormente se especificará cuál de ellas es la más óptima para la realización de esta investigación.

Muestra

La muestra es una parte o fracción representativa de un conjunto, de la población, de un universo, ha sido seleccionada con el propósito de establecer los pasos o procedimientos, a través de los cuales sea posible hacer generalizaciones sobre una población, es decir es un subgrupo de los elementos que se seleccionan para participar en el estudio.

Valor del muestreo.

El muestreo como tal aporta una valiosa solución; sin necesidad de realizar censo, es decir, la observación o medición de todos los individuos de una población, podemos conocer las características que nos interesan. Bajo este procedimiento es posible ahorrar tiempo y dinero,

además, aunque parezca sorprendente, las dimensiones de un censo llevan con frecuencia a cometer errores operativos y de medición.

No probabilística: las muestras no representativas, conocidas también como no probabilísticas, intencionales o de criterio no necesariamente guardan características de la población donde fueron obtenidas y es imposible calcular el grado de error que tienen. Este tipo de muestras se utilizan con fines exploratorios cuando no se pretende inferir los resultados al universo. Esta cuentan con el inconveniente no se puede calcular el error estándar, es decir, con que nivel de desconfianza se hace una estimación

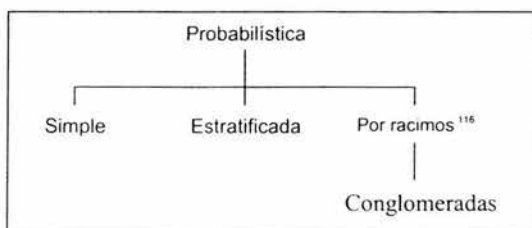
Probabilísticas: Las muestras utilizadas en las encuestas pueden ser **representativas** (proporcionales) o no de su propio universo. *Las Muestras Representativas* reproducen, con cierto grado de error, todas las características de la población o universo estudiado.

Para que una muestra sea representativa de su propio universo, es necesario cumplir con dos principios fundamentales:

- Todos los elementos del universo deben tener probabilidad de ser incluidos en la muestra.
- La probabilidad de cada elemento de ser incluido en la muestra debe ser conocida.

Como se aprecia en el siguiente cuadro, existen diversos tipos de muestras probabilísticas

ESQUEMA 20



Muestra Probabilística simple

Se presenta la fórmula para determinar una muestra probabilística simple:

$$n = \frac{N pq}{\left(\frac{ME^2}{NC^2} (N-1) \right) + pq}$$

¹¹⁹ Se parte de que los sujetos de la población se encuentran encapsulados o encerrados en determinados lugares físicos o geográficos, a estos lugares se les denomina RACIMOS.

Se opta por este tipo de muestra cuando la población es extremadamente amplia, y es difícil por la economía, tiempo o equipo humano realizarla totalmente. Aquí en vez de contar a los sujetos se cuentan a los lugares donde se encuentran éstos y se decide ubicarlos en racimos. Con este tipo de muestra se pierde un poco la representatividad de la misma.

Las variables que considera la fórmula son las siguientes:

ESQUEMA 21

Variable	Descripción
N	Tamaño de muestra
N	Tamaño de universo
P	Probabilidad de ocurrencia (homogeneidad del fenómeno)
Q	Probabilidad de ocurrencia (p-1)
ME	+/-5 por cierto del margen de error o precisión expresado como probabilidad
NC	95 por ciento del nivel de confianza o exactitud expresado como valor 2 que determina el área de probabilidad buscada sigma 1 65% sigma 2 95% Nivel de confianza sigma 3 99%

Muestra probabilística estratificada:

La muestra probabilística estratificada toma en cuenta los siguientes criterios para su aplicación:

$f_h = n/N = ksh$ varianza de la media muestral

ESQUEMA 22

Fh	Fracción del estrato
N	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población
Sh	Desviación estándar de cada elemento en el estrato h
K	Es una proporción constante que dará como resultado una muestra óptima de cada estrato

El total de la sub población se multiplica por esta fracción constante a fin de obtener el tamaño de muestra para cada estrato.

$N_h \times f_h = n_h$

Donde:

N_h = universo estratificado

f_h = fracción del estrato

n_h = muestra estratificada

En este caso de este estudio, se decide aplicar un análisis estratificado, ello debido a que la población es muy grande en número además de que se encuentra demasiado dispersa en el territorio a estudiar. Por ello se tomarán los universos estratificados de las colonias en que se aplicará el estudio, que en este caso son: Lomas de San Juan, San Juan Ixhuatepec, El Copal y Lázaro Cárdenas.

Tomando como base los datos proporcionados en la oficina regional del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) de Tlalnepantla, en ellos se tiene que la población por colonia es la siguiente:

- Lomas de San Juan 11413
- San Juan Ixhuatepec 13511
- El Copal 1327
- Lázaro Cárdenas 18846

Por lo que se tiene un universo de 45097, estos datos son los proporcionados por la dependencia con fecha de mayo de 2003.

Aplicando la fórmula correspondiente se tiene para esta investigación siguiente:

$$N = 45097$$

$$n = \left(\frac{N pq}{ME^2 (N-1)} \right) + pq$$

$$\left(\frac{NC^2}{(1.96)^2} \right)$$

$$n = \left(\frac{45097(.5)(.5)}{(.5)^2 (45097-1)} \right) + (.5)(.5)$$

$$\left(\frac{(1.96)^2}{(1.96)^2} \right)$$

$$n = \frac{11274.25}{.0006507} + .25 = 45096$$

$$n = 384.2110 + .25 = 384.46 = 384$$

$$fh = 384/45097 = .008514$$

ESQUEMA 23

ESTRATO	Nh	fh	nh	SOBTOTAL
LOMA DE SAN JUAN	11413	.008514	97.17	97
SAN JUAN IXHUATEPEC	13511	.008514	115.03	115
EL COPAL	1327	.008514	11.29	11
LAZARO CARDENAS	18846	.008514	160.45	161

Las ecuaciones anteriores se interpretan de la siguiente manera:

Del universo compuesto por 45097 sujetos, aplicando la primera fórmula (muestra simple), se tiene una muestra de 384 individuos a encuestar de toda la población. En este caso por ser un estudio estratificado se emplea la fórmula correspondiente a la fracción del estrato, dándonos una constante de .008514, la cual se multiplica por cada una de las poblaciones de las 4 colonias obteniendo con ello el número de personas que se encuestarán en cada una de ellas (tabla anterior).

Así se tiene que para la población de la colonia Lomas de San Juan de 11413 le corresponde una muestra estratificada de 97, para la colonia San Juan Ixhuatepec de 13511 sujetos le tocan 115, a la colonia El Copal de un universo de 1327, le conciernen 11 sujetos de muestra y a la población de la colonia Lázaro Cárdenas su muestra estratificada es de 161 individuos.

Para constatar que las muestras estratificadas (nh) de cada una de las colonias es la correcta, la suma de éstas debe de dar como resultado el total del universo, con esto tenemos que:

$$97+115+11+161 = 45097$$

Con lo anterior deducimos que las muestras son las adecuadas para aplicar las encuestas en cada una de las Colonias

Para complementar este tipo de muestra, se realizará un muestreo por rutas, en donde se iniciará en un punto por designar y de ahí se recorrerá una cantidad de cuadras de cada una de las colonias, hasta cubrir el número de encuestas programadas para cada uno de los días.

4.3 Convalidación de la muestra.

Es necesario considerar que la convalidación de la muestra se refiere al requisito que exige la muestra probabilística.

- a) que todos los miembros de la población tengan la misma probabilidad de ser elegidos
- b) que se conozca la probabilidad que tiene cada sujeto de ser incluido en la muestra

La probabilidad de que un sujeto sea seleccionado se define como las oportunidades que tiene un elemento de ser elegido.

Para poder identificar esta probabilidad, se debe tomar en cuenta el total de la población (N) y el total de la muestra (n), por lo tanto la probabilidad de que cada elemento sea elegido se obtiene dividiendo el total de la muestra entre el total de la población (n/N).

En este estudio, la población total es de 45097 sujetos, por lo que le corresponde una muestra de 384, por lo que se tiene $384 / 45097 = 0.0085$.

Por lo tanto la probabilidad que tiene cada sujeto de ser elegido en este estudio es de 0.0085

También debe considerarse el *factor de representatividad*, es decir el número de casos que representa el sujeto elegido.

El factor de representación se obtiene dividiendo a la población entre la muestra (N/n), en el caso de esta investigación se tiene $45097 / 384 = 117.44$. Por lo tanto, el factor de representación de cada sujeto, en el presente estudio es de 117.44.

4.4 Criterios para el levantamiento de datos

Se realizará un levantamiento de tipo presencial en las colonias del la Zona Oriente del Municipio del Tlalnepantla de Baz. (San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, el Copal y Lázaro Cárdenas), del 5 al 9 de octubre del año 2003 en un horario de 11:00 a 14:00 hrs. En el cual se abordará a los entrevistados en su domicilio y se les pedirá que contesten de forma verbal a las preguntas echas por el encuestador, quien anotará las respuestas en los cuestionarios previamente foliados.

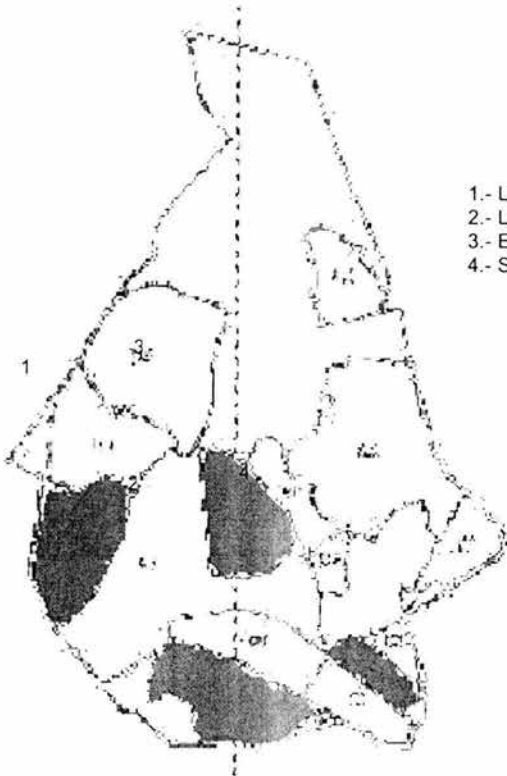
Los cuestionarios se entregarán a los encuestadores, previamente capacitados mediante una plática que se sostuvo con ellos donde se explicó la forma de abordar a los entrevistados, la finalidad de esta investigación, así como el ejercicio de que ellos mismos contestaran un cuestionario para que supieran la ubicación de las preguntas, su intención y la forma de responder a cada una de ellas, de igual modo se les entregó un formato de bitácora para controlar del número de cuestionarios entregados, contestados y tiempo empleado en ello.

Cada cuestionario deberá ser aplicado en un tiempo no mayor a dos minutos, los costos de transportación de los encuestadores correrán por cuenta del H. Ayuntamiento de Tlalnepantla de Baz, así como el fotocopiado de ellos.

Capacitación para los encuestadores

Se les citó a los diez encuestadores a una reunión de capacitación donde se les explico en que consistía el cuestionario a aplicar en las colonias de la zona oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz, posteriormente se les entregó uno de los cuestionarios para que lo leyeran y contestaran, ello con la finalidad de entender mejor las posibilidades de respuesta, así mismo se les dieron las siguientes instrucciones:

- Partir del punto de reunión establecido previamente (en la colonia Lázaro Cárdenas será el mercado local, lo mismo que en la Colonia San Juan Ixhuatepec, en El Copal, será la entrada al Fraccionamiento y en Lomas de San Juan la escuela Preparatoria)
- Cubrir la ruta previamente establecida en la reunión diaria previa a iniciar la actividad.
- Identificarse como trabajadores del Municipio de Tlalnepantla de Baz
- Pedir amablemente que se le conteste verbalmente las siguientes preguntas
- Marcar con pluma una sola respuesta en el cuestionario sin corregir
- Marcar la primera respuesta proporcionada por el entrevistado
- Agradecer la participación del entrevistado
- Anotar inmediatamente el informe correspondiente a ese cuestionario
- Al termino de la aplicación de sus cuestionarios reunirse en el punto de partida inicial
- Entregar al final de la jornada el reporte general de su actividad



- 1.- Lázaro Cárdenas
- 2.- Lomas de San Juan Ixhuatepec
- 3.- El Copal
- 4.- San Juan Ixhuatepec

Cronograma de actividades a realizar durante el levantamiento de datos

ESQUEMA 24

Actividad	6 octubre	7 octubre	8 octubre	9 octubre	10 octubre
Capacitación a encuestadores					
Trazado de ruta para el levantamiento					
Inicio de levantamiento de datos					
Levantamiento de datos					
Informe de actividades					
Termino de levantamiento de datos					

4.5 Reporte de levantamiento de datos

Para el reporte del levantamiento de datos se les entregó a cada uno de los encuestadores el siguiente formato para que manifestaran los pormenores que se les presentaren durante las entrevistas a los habitantes de las colonias.

FORMATO DE INFORME DE ACTIVIDADES

Encuestador No. _____ Nombre: _____
 Horario: _____

No. de cuestionario	CONTESTADO		OBSERVACIONES
	SI	NO	
1			
2			
3			

4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Con ello, en resumen, se registraron los siguientes pormenores:

- De los 45097 encuestados, únicamente 35 personas se negaron a contestar el cuestionario por cuestiones de tiempo, por lo que se anotó en el reporte correspondiente, prosiguiendo a entrevistar a otra persona para cubrir con lo estipulado en la ruta a cubrir.
- La mayoría de la población encontrada fueron personas jóvenes de los rangos de 21-40
- El 90% de los encuestados, preguntaron que finalidad perseguía este estudio, a lo que los encuestadores respondieron que era una investigación encaminada al interés del Ayuntamiento de Tlalnepantla, para el uso de sus instalaciones deportivas, esto previamente expuesto en la reunión de capacitación.
- Hubo domicilios en donde no se encontraron, en los horarios de investigación, a los ocupantes por lo que se proseguía con el domicilio siguiente.
- Las encuestas se aplicaron en el tiempo previsto de dos minutos para cada una de ellas

- Los encuestadores se dividieron en grupos de cinco por día para no interrumpir sus actividades laborales continuamente
- Los gastos de traslados (gasolina para vehículo), así como los concernientes a los fotocopios de los cuestionarios corrieron por parte del Ayuntamiento, el cual apoyó en todo momento la encuesta.

Fuera de lo expuesto anteriormente las entrevistas ocurrieron sin novedad, por lo que se cumplió en tiempo y forma con lo estipulado en el calendario de actividades.

4.6 Lectura de Datos

Para obtener los datos se procedió a:

- 1.- Se creó una base de datos en hojas de cálculo Excell 2000 para capturar las respuestas de los cuestionarios.
- 2.- Se supervisó cada uno de los cuestionarios según los folios de la encuesta y los resultados de estas.
- 3.- Una vez capturados los resultados se realizó el filtro de información, a través de auto filtros, obteniéndose:
 - a) Porcentajes generales por indicador. Es decir, reactivo por condición conoce, no conoce y el promedio de opinión por indicador.
 - b) Porcentajes específicos por variable sociodemográfica; es decir, promedio de opinión según las condiciones de conocimiento y cada una de las variables sexo, edad, nivel de escolaridad, lugar de residencia, estado civil, posición familiar, canal de televisión que ve.
 - c) Se obtuvo promedio de opinión por categoría, tanto de los datos generales del cuestionario, como de cada una de las variables sociodemográficas.

De acuerdo al procedimiento antes mencionado se obtuvieron los resultados de condición si conoce y no conoce por indicador, en donde las cantidades que se muestran, son los porcentajes de la opinión de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas del Municipio de Tlalnepantla de Baz, respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler "Cri-Cri", de la Zona Oriente

Cabe aclarar, que el conocimiento de la población se cuantifica del 1 al 100, así como la opinión, se mide en una escala del 1 al 5, donde 1 es el valor mínimo y 5 el máximo, lo anterior se presenta: **(véase también anexos en CD.)**

De esta manera se obtuvieron los siguientes resultados:

4.6.1. Resultados Generales por categoría

HORARIO

El 43.66 % de la población que conoce el horario del deportivo la cuantifica con 3.58; mientras el 67.70% que no conoce tiene una opinión de 3.61

INSTALACIONES

El 70.77% de la población que conoce las instalaciones del deportivo la cuantifica con 3.62; mientras el 29.21% que no conoce tiene una opinión de 3.50.

COSTOS

El 66.27% de la población que conoce los costos del deportivo la cuantifica con 3.64; mientras el 33.85% que no conoce tiene una opinión de 3.81.

UBICACIÓN

El 39.16% de la población que conoce las ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con 6.20; mientras el 60.83% que no conoce tiene una opinión de 3.81.

SERVICIOS

El 67.96% de la población que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con 3.94; mientras el 32.03% que no conoce tiene una opinión de 3.63.

INSTRUCTORES

El 34.89% de la población que conoce los instructores del deportivo la cuantifica con 3.86; mientras el 65.09% que no conoce tiene una opinión de 4.06.

4.6.2. Resultados Específicos por Indicador – variable sociodemográfica

4.6.2.1. Variable Sexo Masculino.

- 38.31% de la población Masculina que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 2.79 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 61.68 % que no conoce tiene una opinión de 3.62.

- 62.14% de la población Masculina que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.69 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 37.85% que no conoce tiene una opinión de 3.27.
- 69.62% de la población Masculina que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.39 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el 30.37% que no conoce tiene una opinión de 3.50.
- 74.76% de la población Masculina que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.63 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 25.23 % que no conoce tiene una opinión de 3.44.
- 79.94% de la población Masculina que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.70 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 20.56% que no conoce tiene una opinión de 3.90.
- 76.16% de la población Masculina que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.77 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 23.83% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 66.82% de la población Masculina que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.94 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 33.17% que no conoce tiene una opinión de 4.08.
- 66.35% de la población Masculina que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.45 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 33.64% que no conoce tiene una opinión de 3.48.
- 42.99% de la población Masculina que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.68 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 57% que no conoce tiene una opinión de 3.84.
- 57.94% de la población Masculina que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.97 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 42.05% que no conoce tiene una opinión de 3.76.
- 16.82% de la población Masculina que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.97 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 83.17% que no conoce tiene una opinión de 3.99.
- 69.62% de la población Masculina que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.04 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 30.37% que no conoce tiene una opinión de 3.64.
- 12.14% de la población Masculina que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.80 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 87.85% que no conoce tiene una opinión de 3.89.

- 54.67% de la población Masculina que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.79 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 45.32% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 80.37% de la población Masculina que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 19.62% que no conoce tiene una opinión de 3.59.
- 25.70% de la población Masculina que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.58 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 74.29% que no conoce tiene una opinión de 4.16.
- 25.23% de la población Masculina que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.14 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 74.76% que no conoce tiene una opinión de 3.98.
- 53.27% de la población Masculina que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.22 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 46.72% que no conoce tiene una opinión de 4.07.

4.6.2.2. Variable Sexo Femenino

- 24.70% de la población Femenina que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.45 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 75.29 % que no conoce tiene una opinión de 3.60.
- 58.82% de la población Femenina que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.62 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 41.17% que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- 65.29% de la población Femenina que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.38 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 34.70% que no conoce tiene una opinión de 3.44.
- 75.29% de la población femenina que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.62 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 24.70 % que no conoce tiene una opinión de 3.28.
- 65.29% de la población Femenina que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.61 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 34.70% que no conoce tiene una opinión de 3.72.
- 78.82% de la población Femenina que conoce que conoce por que esta dividida la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.85 respecto a que tan utilizable es la ciclista para los visitantes; mientras el 21.17% que no conoce tiene una opinión de 3.72.

- 6% de la población Femenina que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.69 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 4% que no conoce tiene una opinión de 4.38.
- 71.76% de la población Femenina que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.43 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 28.23% que no conoce tiene una opinión de 3.27.
- 28.82% de la población Femenina que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.51 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 71.17% que no conoce tiene una opinión de 3.83.
- 64.11% de la población Femenina que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.03 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 35.88% que no conoce tiene una opinión de 3.77.
- 12.35% de la población Femenina que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.04 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 87.64% que no conoce tiene una opinión de 3.93.
- 71.76% de la población Femenina que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.10 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 28.23% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 14.11% de la población Femenina que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.62 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 85.88% que no conoce tiene una opinión de 4.10.
- 56.47% de la población Femenina que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 4.11 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 43.52% que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- 80.58% de la población Femenina que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.87 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 19.41% que no conoce tiene una opinión de 3.03.
- 27.64% de la población Femenina que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.19 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 72.35% que no conoce tiene una opinión de 4.16.
- 28.23% de la población Femenina que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.87 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 71.76% que no conoce tiene una opinión de 3.94.
- 49.41% de la población Femenina que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.08 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 50.58% que no conoce tiene una opinión de 4.03.

4.6.2.3. Variable Edad de 10 a 20 años

- 32.92% de la población de 10 a 20 años que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.85 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 67.07 % que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- 70.73% de la población de 10 a 20 años que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.29 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 29.26% que no conoce tiene una opinión de 3.16.
- 73.17% de la población de 10 a 20 años que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.3 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el 26.82% que no conoce tiene una opinión de 3.86.
- 80.48% de la población de 10 a 20 años que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.45 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 19.51% que no conoce tiene una opinión de 3.31.
- 81.70% de la población de 10 a 20 años que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 18.29% que no conoce tiene una opinión de 4.06.
- 80.48% de la población de 10 a 20 años que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.71 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 19.51% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 69.51% de la población de 10 a 20 años que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.73 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 30.48% que no conoce tiene una opinión de 4.4.
- 71.95% de la población de 10 a 20 años que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.38 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 28.04% que no conoce tiene una opinión de 4.13.
- 47.56% de la población de 10 a 20 años que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.84 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 52.43% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 58.53% de la población de 10 a 20 años que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.85 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 41.46% que no conoce tiene una opinión de 3.67.
- 12.19% de la población de 10 a 20 años que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.6 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos

infantiles dentro del deportivo; mientras el 87.80% que no conoce tiene una opinión de 3.80.

- 74.39% de la población de 10 a 20 años que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.95 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 25.60% que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- 8.53% de la población de 10 a 20 años que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 4 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 91.46% que no conoce tiene una opinión de 3.90.
- 56.09% de la población de 10 a 20 años que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.84 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 43.90% que no conoce tiene una opinión de 3.83.
- 82.92% de la población de 10 a 20 años que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4.23 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 17.07% que no conoce tiene una opinión de 3.57.
- 15.85% de la población de 10 a 20 años que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.30 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 84.14% que no conoce tiene una opinión de 4.23.
- 26.82% de la población de 10 a 20 años que conoce el horario que cubre Omar la mide con un 4.22 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 73.17% que no conoce tiene una opinión de 3.88.
- 51.21% de la población de 10 a 20 años que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.16 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 48.78% que no conoce tiene una opinión de 3.87.

4.6.2.4. Variable Edad de 21 a 30 años

- 34.32% de la población de 21 a 30 años que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.76 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 65.67% que no conoce tiene una opinión de 3.94.
- 65.67% de la población de 21 a 30 años que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.90 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 34.32% que no conoce tiene una opinión de 3.17.
- 68.65% de la población de 21 a 30 años que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.59 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 31.34% que no conoce tiene una opinión de 3.61.

- 77.61% de la población de 21 a 30 años que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.71 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 22.38% que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- 70.14% de la población de 21 a 30 años que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.93 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 29.85% que no conoce tiene una opinión de 3.8.
- 74.62% de la población de 21 a 30 años que conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 4.08 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 25.37% que no conoce tiene una opinión de 3.52.
- 52.98% de la población de 21 a 30 años que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 4.08 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 47.01% que no conoce tiene una opinión de 4.38.
- 75.37% de la población de 21 a 30 años que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.78 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 24.62% que no conoce tiene una opinión de 3.18.
- 38.80% de la población de 21 a 30 años que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.63 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 61.19% que no conoce tiene una opinión de 3.93.
- 61.94% de la población de 21 a 30 años que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.14 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 38.05% que no conoce tiene una opinión de 3.84.
- 17.16% de la población de 21 a 30 años que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.86 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 82.83% que no conoce tiene una opinión de 4.25.
- 65.67% de la población de 21 a 30 años que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.26 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 34.32% que no conoce tiene una opinión de 3.67.
- 13.43% de la población de 21 a 30 años que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.88 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 86.56% que no conoce tiene una opinión de 4.13.
- 57.46% de la población de 21 a 30 años que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.98 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 42.53% que no conoce tiene una opinión de 3.96.
- 76.11% de la población de 21 a 30 años que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.81 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 23.88% que no conoce tiene una opinión de 3.31.

- 35.82% de la población de 21 a 30 años que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.45 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 64.17% que no conoce tiene una opinión de 4.27.
- 29.85% de la población de 21 a 30 años que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.97 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 70.14% que no conoce tiene una opinión de 4.05.
- 58.20% de la población de 21 a 30 años que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.15 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 41.79% que no conoce tiene una opinión de 4.03.

4.6.2.6. Variable Edad de 31 a 40 años

- 34.90% de la población de 31 a 40 años que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.48 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 65.09% que no conoce tiene una opinión de 3.31.
- 41.50% de la población de 31 a 40 años que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.79 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 58.49% que no conoce tiene una opinión de 3.45.
- 62.26% de la población de 31 a 40 años que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.15 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 60.60% que no conoce tiene una opinión de 3.05.
- 70.75% de la población de 31 a 40 años que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.74 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 29.24% que no conoce tiene una opinión de 3.29.
- 66.98% de la población de 31 a 40 años que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.74 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 33.01% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 77.35% de la población de 31 a 40 años que conoce que conoce por que esta dividida la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.74 respecto a que tan utilizable es la ciclista para los visitantes; mientras el 22.64% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 61.32% de la población de 31 a 40 años que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.66 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 38.67% que no conoce tiene una opinión de 4.02.

- 53.77% de la población de 31 a 40 años que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.33 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 46.22% que no conoce tiene una opinión de 3.10.
- 36.79% de la población de 31 a 40 años que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.53 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 63.20% que no conoce tiene una opinión de 3.83.
- 57.54% de la población de 31 a 40 años que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.03 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 42.45% que no conoce tiene una opinión de 3.73.
- 15.09% de la población de 31 a 40 años que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.43 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 84.90% que no conoce tiene una opinión de 3.82.
- 69.81% de la población de 31 a 40 años que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.16 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 30.18% que no conoce tiene una opinión de 3.09.
- 14.15% de la población de 31 a 40 años que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.46 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 85.84% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
- 58.49% de la población de 31 a 40 años que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.87 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 41.50% que no conoce tiene una opinión de 3.86.
- 83.01% de la población de 31 a 40 años que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.85 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 16.98% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 22.64% de la población de 31 a 40 años que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.37 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 77.35% que no conoce tiene una opinión de 4.13.
- 23.58% de la población de 31 a 40 años que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.84 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 76.41% que no conoce tiene una opinión de 3.98.
- 51.88% de la población de 31 a 40 años que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.10 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 48.11% que no conoce tiene una opinión de 3.96.

4.6.2.7. Variable Edad de 41 a 50 años

- 22.58% de la población de 41 a 50 años que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 2.71 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 77.41% que no conoce tiene una opinión de 3.20.
- 69.35% de la población de 41 a 50 años que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.51 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 30.64% que no conoce tiene una opinión de 3.89.
- 67.74% de la población de 41 a 50 años que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.30 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 32.25% que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- 69.35% de la población de 41 a 50 años que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.48 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 30.64% que no conoce tiene una opinión de 3.21.
- 79.03% de la población de 41 a 50 años que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.30 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 20.96% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 79.03% de la población de 41 a 50 años que conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.53 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 20.96% que no conoce tiene una opinión de 3.69.
- 83.87% de la población de 41 a 50 años que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.84 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 16.12% que no conoce tiene una opinión de 3.7.
- 75.80% de la población de 41 a 50 años que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 2.91 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 24.19% que no conoce tiene una opinión de 3.73.
- 17.74% de la población de 41 a 50 años que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.09 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 82.25% que no conoce tiene una opinión de 3.54.
- 66.12% de la población de 41 a 50 años que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.85 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 33.87% que no conoce tiene una opinión de 3.80.
- 12.90% de la población de 41 a 50 años que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos

infantiles dentro del deportivo; mientras el 87.09% que no conoce tiene una opinión de 3.83.

- 77.41% de la población de 41 a 50 años que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.72 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 22.58% que no conoce tiene una opinión de 4.07.
- 16.12% de la población de 41 a 50 años que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.6 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 83.87% que no conoce tiene una opinión de 3.92.
- 45.16% de la población de 41 a 50 años que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 4.10 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 54.83% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 82.25% de la población de 41 a 50 años que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 17.74% que no conoce tiene una opinión de 3.18.
- 27.41% de la población de 41 a 50 años que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.35 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 72.58% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
- 24.19% de la población de 41 a 50 años que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.13 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 75.80% que no conoce tiene una opinión de 3.85.
- 37.09% de la población de 41 a 50 años que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.34 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 62.90% que no conoce tiene una opinión de 4.38.

4.6.2.8. Variable Nivel de Escolaridad Primaria

- 33.33% de la población de nivel primaria que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.21 respecto a que tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 66.66% que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- 52.38% de la población de nivel primaria que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.45 respecto a que tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 47.61% que no conoce tiene una opinión de 3.1.
- 73.80% de la población de nivel primaria que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.41 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 26.19% que no conoce tiene una opinión de 3.63.

- 80.95% de la población de nivel primaria que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.5 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 19.04% que no conoce tiene una opinión de 3.37.
- 85.71% de la población de nivel primaria que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.5 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 14.28% que no conoce tiene una opinión de 4.5.
- 76.19% de la población de nivel primaria que conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.28 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 23.80% que no conoce tiene una opinión de 3.9.
- 73.80% de la población de nivel primaria que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.51 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 26.19% que no conoce tiene una opinión de 4.63.
- 57.14% de la población de nivel primaria que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 2.87 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 42.85% que no conoce tiene una opinión de 3.72.
- 47.61% de la población de nivel primaria que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.4 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 52.38% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 54.76% de la población de nivel primaria que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.86 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 45.23% que no conoce tiene una opinión de 3.26.
- 33.33% de la población de nivel primaria que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.71 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 66.66% que no conoce tiene una opinión de 3.92.
- 61.90% de la población de nivel primaria que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.53 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 38.09% que no conoce tiene una opinión de 3.43.
- 16.66% de la población de nivel primaria que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.85 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 83.33% que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- 54.76% de la población de nivel primaria que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.78 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 45.23% que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- 76.19% de la población de nivel primaria que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.78 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 23.80% que no conoce tiene una opinión de 3.9.

- 42.85% de la población de nivel primaria que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.33 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 57.14% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
- 19.04% de la población de nivel primaria que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.12 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 80.95% que no conoce tiene una opinión de 3.73.
- 47.61% de la población de nivel primaria que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.95 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 52.38% que no conoce tiene una opinión de 3.95.

4.6.2.9. Variable Nivel de Escolaridad Secundaria

- 40.17% de la población de nivel secundaria que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.48 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 59.82% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 58.03% de la población de nivel secundaria que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.72 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 41.96% que no conoce tiene una opinión de 3.48.
- 58.92% de la población de nivel secundaria que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.46 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 41.07% que no conoce tiene una opinión de 3.60.
- 61.60% de la población de nivel secundaria que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.66 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 38.39% que no conoce tiene una opinión de 3.30.
- 67.85% de la población de nivel secundaria que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.59 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 32.14% que no conoce tiene una opinión de 3.69.
- 70.53% de la población de nivel secundaria que conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.98 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 29.46% que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- 69.64% de la población de nivel secundaria que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 4 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 30.35% que no conoce tiene una opinión de 3.67.

- 62.5% de la población de nivel secundaria que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.4 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 37.5% que no conoce tiene una opinión de 3.23.
- 42.85% de la población de nivel secundaria que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.56 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 57.14% que no conoce tiene una opinión de 3.73.
- 46.42% de la población de nivel secundaria que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.65 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 53.57% que no conoce tiene una opinión de 3.7.
- 16.96% de la población de nivel secundaria que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.94 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 83.03% que no conoce tiene una opinión de 3.76.
- 63.39% de la población de nivel secundaria que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.97 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 36.60% que no conoce tiene una opinión de 3.19.
- 24.10% de la población de nivel secundaria que conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.92 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 75.89% que no conoce tiene una opinión de 3.95.
- 57.14% de la población de nivel secundaria que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.96 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 42.85% que no conoce tiene una opinión de 4.10.
- 67.85% de la población de nivel secundaria que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.93 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 32.14% que no conoce tiene una opinión de 3.19.
- 29.46% de la población de nivel secundaria que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.27 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 70.53% que no conoce tiene una opinión de 4.05.
- 32.14% de la población de nivel secundaria que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.30 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 67.85% que no conoce tiene una opinión de 3.77.
- 48.21% de la población de nivel secundaria que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.20 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 51.78% que no conoce tiene una opinión de 3.79.

4.6.2.10. Variable Nivel de Escolaridad Preparatoria

- 30.18% de la población de nivel preparatoria que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.79 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 69.81% que no conoce tiene una opinión de 3.68.
- 65.40% de la población de nivel preparatoria que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.64 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 34.59% que no conoce tiene una opinión de 3.43.
- 71.06% de la población de nivel preparatoria que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.29 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 28.93% que no conoce tiene una opinión de 3.43.
- 75.47% de la población de nivel preparatoria que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.44 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 24.52% que no conoce tiene una opinión de 3.
- 77.98% de la población de nivel preparatoria que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.77 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 22.01% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
- 80.50% de la población de nivel preparatoria que conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.85 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 19.49% que no conoce tiene una opinión de 3.38.
- 64.77% de la población de nivel preparatoria que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.85 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 35.22% que no conoce tiene una opinión de 4.37.
- 71.69% de la población de nivel preparatoria que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.61 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 28.30% que no conoce tiene una opinión de 3.4.
- 37.10% de la población de nivel preparatoria que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.71 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 62.89% que no conoce tiene una opinión de 3.8.
- 67.29% de la población de nivel preparatoria que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.14 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 32.70% que no conoce tiene una opinión de 3.98.

- 10.69% de la población de nivel preparatoria que conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.41 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 89.30% que no conoce tiene una opinión de 4.07.
- 72.95% de la población de nivel preparatoria que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.19 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 27.04% que no conoce tiene una opinión de 3.72.
- 6.28% de la población de nivel preparatoria que conoce la ubicación de la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.2 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclista en el deportivo; mientras el 93.71% que no conoce tiene una opinión de 4.04.
- 52.83% de la población de nivel preparatoria que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.94 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 47.16% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 87.42% de la población de nivel preparatoria que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4.07 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 12.57% que no conoce tiene una opinión de 3.45.
- 18.86% de la población de nivel preparatoria que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.43 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 81.18% que no conoce tiene una opinión de 4.31.
- 22.01% de la población de nivel preparatoria que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.91 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 77.98% que no conoce tiene una opinión de 4.11.
- 59.11% de la población de nivel preparatoria que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.22 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 40.88% que no conoce tiene una opinión de 4.24.

4.6.2.11. Variable Nivel de Escolaridad Superior

- 23.94% de la población de nivel superior que conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.52 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 76.05% que no conoce tiene una opinión de 3.55.
- 59.15% de la población de nivel superior que conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.71 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 40.84% que no conoce tiene una opinión de 3.27.
- 70.42% de la población de nivel superior que conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.38 respecto a que tan suficiente es el

número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 29.57% que no conoce tiene una opinión de 3.19.

- 91.54% de la población de nivel superior que conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.26 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 8.45% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 63.38% de la población de nivel superior que conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.64 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 36.61% que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- 81.69% de la población de nivel superior que conoce que conoce por que esta dividida la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.79 respecto a que tan utilizable es la ciclista para los visitantes; mientras el 18.30% que no conoce tiene una opinión de 3.
- 46.47% de la población de nivel superior que conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.72 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 53.52% que no conoce tiene una opinión de 4.39.
- 78.87% de la población de nivel superior que conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.39 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 21.12% que no conoce tiene una opinión de 3.46.
- 19.71% de la población de nivel superior que conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.78 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 80.28% que no conoce tiene una opinión de 3.96.
- 71.83% de la población de nivel superior que conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.13 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 28.16% que no conoce tiene una opinión de 3.9.
- 9.85% de la población de nivel superior que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 90.14 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 90.14% que no conoce tiene una opinión de 4.04.
- 81.69% de la población de nivel superior que conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.17 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 18.30% que no conoce tiene una opinión de 3.92.
- 8.45% de la población de nivel superior que conoce la ubicación de la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.5 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclista en el deportivo; mientras el 91.54% que no conoce tiene una opinión de 4.10.
- 59.15% de la población de nivel superior que conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.97 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 40.84% que no conoce tiene una opinión de 3.72.

- 87.32% de la población de nivel superior que conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.77 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 12.67% que no conoce tiene una opinión de 3.11.
- 29.57% de la población de nivel superior que conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.61 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 70.42% que no conoce tiene una opinión de 4.1.
- 32.39% de la población de nivel superior que conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.69 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 67.60% que no conoce tiene una opinión de 4.04.
- 42.25% de la población de nivel superior que conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.06 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 57.74% que no conoce tiene una opinión de 4.17.

4.6.2.12. Variable Tipo de Casa que Habita Propia

- 29.50% de la población que tiene casa propia y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.70 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 70.49% que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- 61.88% de la población que tiene casa propia y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.62 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 38.11% que no conoce tiene una opinión de 3.47.
- 69.26% de la población que tiene casa propia y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.49 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 30.73% que no conoce tiene una opinión de 3.37.
- 80.32% de la población que tiene casa propia y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.57 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 19.67% que no conoce tiene una opinión de 3.27.
- 78.68% de la población que tiene casa propia y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.76 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 21.31% que no conoce tiene una opinión de 3.59.
- 84.42% de la población que tiene casa propia y conoce que conoce por que esta dividida la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.95 respecto a que tan utilizable es la ciclista para los visitantes; mientras el 15.57% que no conoce tiene una opinión de 3.26.
- 66.39% de la población que tiene casa propia y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.87 respecto a que tan adecuado es el costo de las

visitas a la alberca para su economía; mientras el 33.60% que no conoce tiene una opinión de 4.30.

- 72.13% de la población que tiene casa propia y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.51 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 27.86% que no conoce tiene una opinión de 3.82.
- 34.83% de la población que tiene casa propia y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.84 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 65.16% que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- 69.67% de la población que tiene casa propia y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.14 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 30.32% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
- 12.29% de la población que tiene casa propia y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.4 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 87.70% que no conoce tiene una opinión de 4.06.
- 75.40% de la población que tiene casa propia y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.17 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 24.59% que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- 9.01% de la población que tiene casa propia y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.22 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 90.98% que no conoce tiene una opinión de 4.10.
- 53.27% de la población que tiene casa propia y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.93 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 46.72% que no conoce tiene una opinión de 3.98.
- 87.70% de la población que tiene casa propia y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.97 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 12.29% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 26.22% de la población que tiene casa propia y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.45 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 73.77% que no conoce tiene una opinión de 4.18.
- 24.59% de la población que tiene casa propia y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.08 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 75.40% que no conoce tiene una opinión de 4.10.
- 52.04% de la población que tiene casa propia y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.37 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 47.95% que no conoce tiene una opinión de 4.19.

4.6.2.13. Variable Tipo de Casa que Habita Rentada

- 37.14% de la población que renta casa y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.40 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 62.85% que no conoce tiene una opinión de 3.56.
- 58.57% de la población que renta casa y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.71 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 41.42% que no conoce tiene una opinión de 3.22.
- 65% de la población que renta casa y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.14 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 35% que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- 65.71% de la población que renta casa y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.73 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 34.28% que no conoce tiene una opinión de 3.47.
- 63.57% de la población que renta casa y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 36.42% que no conoce tiene una opinión de 4.01.
- 65% de la población que renta casa y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 35% que no conoce tiene una opinión de 3.67.
- 59.28% de la población que renta casa y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.78 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 40.71% que no conoce tiene una opinión de 4.12.
- 62.85% de la población que renta casa y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.30 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 37.14% que no conoce tiene una opinión de 2.84.
- 40% de la población que renta casa y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.28 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 60% que no conoce tiene una opinión de 3.88.
- 45% de la población que renta casa y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.63 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 55% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 19.28% de la población que renta casa y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.55 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos

infantiles dentro del deportivo; mientras el 80.71% que no conoce tiene una opinión de 3.77.

- 62.14% de la población que renta casa y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.83 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 37.85% que no conoce tiene una opinión de 3.37.
- 20% de la población que renta casa y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 4.10 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 80% que no conoce tiene una opinión de 3.75.
- 59.28% de la población que renta casa y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.93 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 40.71% que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- 67.85% de la población que renta casa y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.88 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 32.14% que no conoce tiene una opinión de 3.35.
- 27.14% de la población que renta casa y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.31 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 72.85% que no conoce tiene una opinión de 4.13.
- 30% de la población que renta casa y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.92 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 70% que no conoce tiene una opinión de 3.69.
- 50.71% de la población que renta casa y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.78 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 49.28% que no conoce tiene una opinión de 3.81.

4.6.2.14. Variable Colonia donde Vive San Juan Ixhuatepec

- 24.34% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.89 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 75.65% que no conoce tiene una opinión de 3.68.
- 64.34% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.60 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 35.65% que no conoce tiene una opinión de 3.41.
- 75.65% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.49 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 24.34% que no conoce tiene una opinión de 3.46.

- 82.60% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.75 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 17.39% que no conoce tiene una opinión de 3.4.
- 79.13% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.80 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 20.86% que no conoce tiene una opinión de 3.87.
- 82.60% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.97 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 17.39% que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- 66.95% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.85 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 33.04% que no conoce tiene una opinión de 4.39.
- 80% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 20% que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- 33.04% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.76 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 66.95% que no conoce tiene una opinión de 3.90.
- 68.69% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.08 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 31.30% que no conoce tiene una opinión de 3.77.
- 13.91% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.06 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 86.08% que no conoce tiene una opinión de 4.07.
- 75.65% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.19 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 24.34% que no conoce tiene una opinión de 3.71.
- 9.56% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.81 respecto a que tan correcta es la

ubicación de la ciclista en el deportivo; mientras el 90.43% que no conoce tiene una opinión de 4.13.

- 55.65% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.89 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 44.34% que no conoce tiene una opinión de 3.94.
- 87.82% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.97 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 12.17% que no conoce tiene una opinión de 3.21.
- 26.08% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.63 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 73.91% que no conoce tiene una opinión de 4.25.
- 27.82% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.03 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 72.17% que no conoce tiene una opinión de 4.06.
- 56.52% de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.18 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 43.47% que no conoce tiene una opinión de 4.16.

4.6.2.15. Variable Colonia donde Vive Lomas de San Juan

- 46.39% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.26 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 53.60% que no conoce tiene una opinión de 3.53.
- 52.57% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.84 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 47.42% que no conoce tiene una opinión de 3.47.
- 54.63% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.22 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 45.36% que no conoce tiene una opinión de 3.56.
- 59.79% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.55 respecto a qué tan útiles son los juegos

infantiles para que ocupen los niños; mientras el 40.20% que no conoce tiene una opinión de 3.43.

- 63.91% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.62 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 36.08% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
- 68.04% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.54 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 31.95% que no conoce tiene una opinión de 3.67.
- 58.76% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 4 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 41.23% que no conoce tiene una opinión de 4.12.
- 48.45% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.48 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 51.54% que no conoce tiene una opinión de 3.24.
- 44.32% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.51 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 55.67% que no conoce tiene una opinión de 3.75.
- 47.42% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.93 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 52.57% que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- 19.58% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.94 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 80.41% que no conoce tiene una opinión de 3.92.
- 57.73% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.85 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 42.26% que no conoce tiene una opinión de 3.34.
- 22.68% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.77 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 77.31% que no conoce tiene una opinión de 3.84.

- 51.54% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 4.08 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 48.45% que no conoce tiene una opinión de 3.93.
- 70.10% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.88 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 29.89% que no conoce tiene una opinión de 3.48.
- 29.89% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 70.10% que no conoce tiene una opinión de 4.13.
- 23.71% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.21 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 76.28% que no conoce tiene una opinión de 3.82.
- 44.32% de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.34 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 55.67% que no conoce tiene una opinión de 4.01.

4.6.2.16. Variable Colonia donde Vive El Copal

- 18.18% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 5 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 81.81% que no conoce tiene una opinión de 2.77.
- 72.72% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.75 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 27.27% que no conoce tiene una opinión de 2.
- 81.81% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.44 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras tanto el 18.18% que no conoce tiene una opinión de 3.
- 81.81% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.22 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 18.18% que no conoce tiene una opinión de 2.5.
- 81.81% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.66 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 18.18% que no conoce tiene una opinión de 3.5.

- 90.90% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 4 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 09.09% que no conoce tiene una opinión de 3.
- 63.63% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.28 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 36.36% que no conoce tiene una opinión de 3.75.
- 90.90% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.1 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 09.09% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 36.36% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 4 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 63.63% que no conoce tiene una opinión de 3.57.
- 45.45% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.6 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 54.54% que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- 18.18% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.5 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 81.81% que no conoce tiene una opinión de 3.22.
- 81.81% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.88 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 18.18% que no conoce tiene una opinión de 2.
- 09.09% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 90.90% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 36.36% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.5 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 63.63% que no conoce tiene una opinión de 3.28.
- 81.81% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.44 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 18.18% que no conoce tiene una opinión de 2.
- 27.27% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 4.33 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 72.72% que no conoce tiene una opinión de 3.75.

- 27.27% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.33 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 72.72% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 45.45% de la población que vive en la colonia El Copal y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.8 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 54.54% que no conoce tiene una opinión de 3.66.

4.6.2.17. Variable Colonia donde Vive Lázaro Cárdenas

- 30.43% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.63 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 69.56 % que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- 62.11% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.6 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 37.88% que no conoce tiene una opinión de 3.34.
- 68.94% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.33 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 31.05% que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- 78.26% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.59 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 21.73% que no conoce tiene una opinión de 3.34.
- 73.91% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.58 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 26.08% que no conoce tiene una opinión de 3.69.
- 78.26% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce que conoce por que esta dividida la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.81 respecto a que tan utilizable es la ciclista para los visitantes; mientras el 21.73% que no conoce tiene una opinión de 3.34.
- 64.59% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.77 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 35.40% que no conoce tiene una opinión de 4.22.
- 71.42% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.42 respecto a que tan adecuado es el

costo mensual de las clases para su economía; mientras el 28.57% que no conoce tiene una opinión de 3.43.

- 34.78% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.58 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 65.21% que no conoce tiene una opinión de 3.84.
- 63.97% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.99 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 36.02% que no conoce tiene una opinión de 3.75.
- 12.42% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.05 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 87.57% que no conoce tiene una opinión de 3.96.
- 73.91% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.09 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 26.08% que no conoce tiene una opinión de 3.61.
- 9.93% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la ubicación de la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.62 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclista en el deportivo; mientras el 90.06% que no conoce tiene una opinión de 3.96.
- 59 % de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.91 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 40.99% que no conoce tiene una opinión de 3.95.
- 81.36% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 18.36% que no conoce tiene una opinión de 3.36.
- 24.84% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.45 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 75.15% que no conoce tiene una opinión de 4.14.
- 27.32% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.88 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 72.67% que no conoce tiene una opinión de 3.98.
- 52.79% de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.08 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 47.20% que no conoce tiene una opinión de 4.03.

4.6.2.18. Variable Estado Civil Soltero

- 35.71% de la población que es soltero (a) y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.89 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 64.28% que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- 63.63% de la población que es soltero (a) y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 36.36% que no conoce tiene una opinión de 3.37.
- 55.84% de la población que es soltero (a) y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.40 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el 44.15% que no conoce tiene una opinión de 3.45.
- 75.97% de la población que es soltero (a) y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.57 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 24.02 % que no conoce tiene una opinión de 3.18.
- 68.83% de la población que es soltero (a) y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.70 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 31.16% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 72.72% de la población que es soltero (a) y conoce que conoce por que esta dividida la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.91 respecto a que tan utilizable es la ciclista para los visitantes; mientras el 27.27% que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- 59.09% de la población que es soltero (a) y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 4.15 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 40.90% que no conoce tiene una opinión de 4.28.
- 64.93% de la población que es soltero (a) y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.54 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 35.06% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 44.15% de la población que es soltero (a) y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.61 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 55.84% que no conoce tiene una opinión de 3.80.
- 59.74% de la población que es soltero (a) y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.72 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 40.25% que no conoce tiene una opinión de 4.08.
- 12.33% de la población que es soltero (a) y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.63 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos

infantiles dentro del deportivo; mientras el 87.66% que no conoce tiene una opinión de 4.03.

- 64.28% de la población que es soltero (a) y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.22 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 35.71% que no conoce tiene una opinión de 3.45.
- 12.33% de la población que es soltero (a) y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.89 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 87.66% que no conoce tiene una opinión de 3.98.
- 53.24 % de la población que es soltero (a) y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.63 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 46.75% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
- 68.83% de la población que es soltero (a) y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.83 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 31.16% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 27.92% de la población que es soltero (a) y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.23 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 72.07% que no conoce tiene una opinión de 4.16.
- 31.16% de la población que es soltero (a) y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.93 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 68.83% que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- 54.54% de la población que es soltero (a) y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.97 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 45.45% que no conoce tiene una opinión de 3.91.

4.6.2.19. Variable Estado Civil Casado

- 28.28% de la población que es casado(a) y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.41 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 71.71% que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- 56.56% de la población que es casado (a) y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.82 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 43.43% que no conoce tiene una opinión de 3.38.
- 78.82% de la población que es casado (a) y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.33 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 21.71% que no conoce tiene una opinión de 3.20.

- 74.74% de la población que es casado (a) y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.77 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 25.25 % que no conoce tiene una opinión de 3.34.
- 77.27% de la población que es casado (a) y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.68 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 22.72% que no conoce tiene una opinión de 3.73.
- 85.35% de la población que es casado (a) y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.85 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 14.64% que no conoce tiene una opinión de 3.44.
- 70.20% de la población que es casado (a) y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.67 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 29.79% que no conoce tiene una opinión de 4.32.
- 72.72% de la población que es casado (a) y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.40 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 27.27% que no conoce tiene una opinión de 3.24.
- 27.27% de la población que es casado (a) y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.68 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 72.72% que no conoce tiene una opinión de 3.84.
- 64.14% de la población que es casado (a) y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.18 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 35.85% que no conoce tiene una opinión de 3.69.
- 13.13% de la población que es casado (a) y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.34 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 86.86% que no conoce tiene una opinión de 3.97.
- 77.77% de la población que es casado (a) y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.10 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 22.22% que no conoce tiene una opinión de 3.40.
- 10.60% de la población que es casado (a) y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.76 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 89.39% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 55.55 % de la población que es casado (a) y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 4.11 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 44.44% que no conoce tiene una opinión de 3.93.
- 89.89% de la población que es casado (a) y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 10.10% que no conoce tiene una opinión de 3.1.

- 23.23% de la población que es casado (a) y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.5 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 76.76% que no conoce tiene una opinión de 4.19.
- 25.75% de la población que es casado (a) y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.09 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 74.24% que no conoce tiene una opinión de 4.18.
- 55.55% de la población que es casado (a) y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.34 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 45.45% que no conoce tiene una opinión de 3.91.

4.6.2.20. Variable Estado Civil Otro

- 40.62% de la población que tiene otro estado civil y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 59.37 % que no conoce tiene una opinión de 57.89.
- 71.87% de la población que tiene otro estado civil y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.65 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 28.12% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 59.37% de la población que tiene otro estado civil y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el 40.62 % que no conoce tiene una opinión de 4.46.
- 71.87% de la población que tiene otro estado civil y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 28.12 % que no conoce tiene una opinión de 4.33.
- 68.75% de la población que tiene otro estado civil y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.18 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 31.25% que no conoce tiene una opinión de 5.
- 50% de la población que tiene otro estado civil y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 2.68 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.12.
- 46.87% de la población que tiene otro estado civil y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.46 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 53.12% que no conoce tiene una opinión de 3.70.

- 62.5% de la población que tiene otro estado civil y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.2 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 37.5% que no conoce tiene una opinión de 3.08.
- 59.37% de la población que tiene otro estado civil y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.47 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 40.62% que no conoce tiene una opinión de 7.69.
- 43.75% de la población que tiene otro estado civil y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.14 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 56.25% que no conoce tiene una opinión de 3.
- 37.5% de la población que tiene otro estado civil y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.83 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 62.5% que no conoce tiene una opinión de 3.4.
- 56.25% de la población que tiene otro estado civil y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.22 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 43.75% que no conoce tiene una opinión de 4.07.
- 31.25% de la población que tiene otro estado civil y conoce la ubicación de la ciclista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.3 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclista en el deportivo; mientras el 68.75% que no conoce tiene una opinión de 3.90.
- 65.62 % de la población que tiene otro estado civil y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 4.19 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 34.37% que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- 78.12% de la población que tiene otro estado civil y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4.08 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 21.87% que no conoce tiene una opinión de 4.14.
- 40.62% de la población que tiene otro estado civil y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.61 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 59.37% que no conoce tiene una opinión de 3.94.
- 9.37% de la población que tiene otro estado civil y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 90.62% que no conoce tiene una opinión de 3.41.
- 12.5% de la población que tiene otro estado civil y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.25 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 87.5% que no conoce tiene una opinión de 3.78.

4.6.2.21. Variable Posición Familiar Padre

- 33.33% de la población que es padre y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.5 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 66.66% que no conoce tiene una opinión de 3.56.
- 60% de la población que es padre y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.90 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 40% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 77.5% de la población que es padre y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.34 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 22.5% que no conoce tiene una opinión de 3.29.
- 77.5% de la población que es padre y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.69 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 22.5% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 80.83% de la población que es padre y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.81 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 19,16% que no conoce tiene una opinión de 4.04.
- 79.16% de la población que es padre y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.75 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 20.83% que no conoce tiene una opinión de 3.
- 67.5% de la población que es padre y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.77 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 32.5% que no conoce tiene una opinión de 4.07.
- 68.33% de la población que es padre y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3,45 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 31.66% que no conoce tiene una opinión de 3.18.
- 33.33% de la población que es padre y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.8 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 66.66% que no conoce tiene una opinión de 3.85.
- 60% de la población que es padre y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.27 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 40% que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- 20% de la población que es padre y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.16 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 80% que no conoce tiene una opinión de 4.

- 72.5% de la población que es padre y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.12 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 27.5% que no conoce tiene una opinión de 3.51.
- 11.66% de la población que es padre y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.92 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 88.33% que no conoce tiene una opinión de 3.84.
- 58.33 % de la población que es padre y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.92 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 41.66% que no conoce tiene una opinión de 4.02.
- 86.66% de la población que es padre y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4.01 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 13.33% que no conoce tiene una opinión de 3.37.
- 25% de la población que es padre y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.7 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 75% que no conoce tiene una opinión de 4.21.
- 25% de la población que es padre y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.16 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 75% que no conoce tiene una opinión de 4.06.
- 53.33% de la población que es padre y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.54 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 46.66% que no conoce tiene una opinión de 4.21.

4.6.2.22. Variable Posición Familiar Madre

- 24.52% de la población que es madre y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.11 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 75.47 % que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- 58.49% de la población que es madre y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.67 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 41.50% que no conoce tiene una opinión de 3.43.
- 75.47% de la población que es madre y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.33 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 24.52% que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- 72.64% de la población que es madre y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.64 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 27.35% que no conoce tiene una opinión de 3.41.

- 69.81% de la población que es madre y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.45 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 30.18% que no conoce tiene una opinión de 3.90.
- 83.96% de la población que es madre y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.78 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 16.03% que no conoce tiene una opinión de 3.88.
- 66.98% de la población que es madre y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.53 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 33.01% que no conoce tiene una opinión de 4.34.
- 76.41% de la población que es madre y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.32 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 23.58% que no conoce tiene una opinión de 3.2.
- 27.35% de la población que es madre y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.37 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 72.64% que no conoce tiene una opinión de 3.84.
- 65.09% de la población que es madre y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.08 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 34.90% que no conoce tiene una opinión de 3.45.
- 10.37% de la población que es madre y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 89.62% que no conoce tiene una opinión de 3.83.
- 79.24% de la población que es madre y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.94 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 20.75% que no conoce tiene una opinión de 3.59.
- 13.20% de la población que es madre y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.21 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 86.79% que no conoce tiene una opinión de 4.19.
- 54.71 % de la población que es madre y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 4.39 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 45.28% que no conoce tiene una opinión de 3.83.
- 88.67% de la población que es madre y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.98 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 11.32% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 24.52% de la población que es madre y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.38 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 75.47% que no conoce tiene una opinión de 4.15.

- 22.64% de la población que es madre y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 77.35% que no conoce tiene una opinión de 4.06.
- 47.16% de la población que es madre y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.28 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 52.83% que no conoce tiene una opinión de 4.16.

4.6.2.23. Variable Posición Familiar Hijo

- 36.70% de la población que es hijo y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.84 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 63.29 % que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- 62.65% de la población que es hijo y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 37.34% que no conoce tiene una opinión de 3.37.
- 55.06% de la población que es hijo y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.42 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 44.93% que no conoce tiene una opinión de 3.47.
- 74.68% de la población que es hijo y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.55 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 25.31 % que no conoce tiene una opinión de 3.17.
- 69.62% de la población que es hijo y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.68 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 30.37% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 71.51% de la población que es hijo y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.88 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 28.48% que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- 58.86% de la población que es hijo y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 4.12 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 41.13% que no conoce tiene una opinión de 4.26.
- 63.92% de la población que es hijo y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.53 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 36.07% que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- 45.56% de la población que es hijo y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.62 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 54.43% que no conoce tiene una opinión de 3.82.

- 58.22% de la población que es hijo y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3,72 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 41.77% que no conoce tiene una opinión de 4.01.
- 13.92% de la población que es hijo y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.81 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 86.07% que no conoce tiene una opinión de 4.03.
- 63.29% de la población que es hijo y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.13 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 36.70% que no conoce tiene una opinión de 3.48.
- 13.92% de la población que es hijo y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.90 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 86.07% que no conoce tiene una opinión de 3.96.
- 53.79 % de la población que es hijo y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.63 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 46.20% que no conoce tiene una opinión de 3.90.
- 70.25% de la población que es hijo y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.84 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 29.74% que no conoce tiene una opinión de 3.34.
- 29.11% de la población que es hijo y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.21 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 70.88% que no conoce tiene una opinión de 4.14.
- 30.37% de la población que es hijo y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.93 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 69.62% que no conoce tiene una opinión de 3.80.
- 53.16% de la población que es hijo y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.97 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 46.83% que no conoce tiene una opinión de 3.85.

4.6.2.24. Variable Canal de TV que ve Canal 2

- 39.86% de la población que ve el canal 2 y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.42 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 60.13 % que no conoce tiene una opinión de 4.01.

- 50.67% de la población que ve el canal 2 y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.50 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 49.32% que no conoce tiene una opinión de 3.53.
- 63.51% de la población que ve el canal 2 y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.25 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 36.48% que no conoce tiene una opinión de 3.59.
- 71.62% de la población que ve el canal 2 y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.51 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 28.37 % que no conoce tiene una opinión de 2.83.
- 66.21% de la población que ve el canal 2 y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.82 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 33.78% que no conoce tiene una opinión de 3.68.
- 68.24% de la población que ve el canal 2 y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 4 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 31.75% que no conoce tiene una opinión de 3.68.
- 50.67% de la población que ve el canal 2 y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 4.01 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 49.32% que no conoce tiene una opinión de 4.36.
- 53.37% de la población que ve el canal 2 y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.89 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 46.62% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 56.08% de la población que ve el canal 2 y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.57 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 43.91% que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- %51.35 de la población que ve el canal 2 y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.85 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 48.64% que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- 15.54% de la población que ve el canal 2 y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 3.52 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 84.45% que no conoce tiene una opinión de 4.08.
- 63.51% de la población que ve el canal 2 y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.12 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 36.48% que no conoce tiene una opinión de 3.31.

- 21.62% de la población que ve el canal 2 y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.87 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 78.37% que no conoce tiene una opinión de 4.15.
- 52.02 % de la población que ve el canal 2 y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.94 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 47.97% que no conoce tiene una opinión de 3.84.
- 79.72% de la población que ve el canal 2 y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.90 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 20.27% que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- 34.45% de la población que ve el canal 2 y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.23 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 65.54% que no conoce tiene una opinión de 4.38.
- 34.45% de la población que ve el canal 2 y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 3.94 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 65.54% que no conoce tiene una opinión de 4.05.
- 56.75% de la población que ve el canal 2 y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.38 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 43.24% que no conoce tiene una opinión de 3.90.

4.6.2.25. Variable Canal de TV que ve Canal 13

- 39.86% de la población que ve el canal 13 y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.79 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 60.13 % que no conoce tiene una opinión de 3.52.
- 60.81% de la población que ve el canal 13 y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.74 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 39.18% que no conoce tiene una opinión de 3.24.
- 64.86% de la población que ve el canal 13 y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.38 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 35.13% que no conoce tiene una opinión de 3.40.
- 72.29% de la población que ve el canal 13 y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.78 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 27.70% que no conoce tiene una opinión de 3.87.
- 65.54% de la población que ve el canal 13 y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.52 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 34.45% que no conoce tiene una opinión de 3.92.

- 76.35% de la población que ve el canal 13 y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.77 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 23.64% que no conoce tiene una opinión de 3.37.
- 61.48% de la población que ve el canal 13 y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.73 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 38.51% que no conoce tiene una opinión de 4.03.
- 65.54% de la población que ve el canal 13 y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.45 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía; mientras el 34.45% que no conoce tiene una opinión de 3.49.
- 35.13% de la población que ve el canal 13 y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 3.65 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 64.86% que no conoce tiene una opinión de 4.16.
- 46.62% de la población que ve el canal 13 y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 4.28 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo; mientras el 53.37% que no conoce tiene una opinión de 3.87.
- 22.29% de la población que ve el canal 13 y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 4.30 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 77.70% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 66.21% de la población que ve el canal 13 y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 4.15 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 33.78% que no conoce tiene una opinión de 3.7.
- 11.48% de la población que ve el canal 13 y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.47 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 88.51% que no conoce tiene una opinión de 3.93.
- 54.04 % de la población que ve el canal 13 y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 4.01 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 45.94% que no conoce tiene una opinión de 3.77.
- 75.67% de la población que ve el canal 13 y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 3.93 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 24.32% que no conoce tiene una opinión de 3.41.
- 29.05% de la población que ve el canal 13 y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 3.37 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 70.94% que no conoce tiene una opinión de 4.14.
- 33.10% de la población que ve el canal 13 y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 4.06 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 66.89% que no conoce tiene una opinión de 3.87.

- 57.43% de la población que ve el canal 13 y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 3.81 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 42.56% que no conoce tiene una opinión de 4.15.

4.6.2.26. Variable Canal de TV que ve Canal 40

- 6.81% de la población que ve el canal 40 y conoce la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3 respecto a qué tan suficiente es la información proporcionada sobre la hora de cierre del Deportivo Cri-Cri; mientras el 93.18 % que no conoce tiene una opinión de 3.28.
- 77.27% de la población que ve el canal 40 y conoce la longitud de la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.72 respecto a qué tan adecuada es la temperatura del agua de la alberca para nadar; mientras el 22.72% que no conoce tiene una opinión de 3.2.
- 79.54% de la población que ve el canal 40 y conoce qué se puede practicar en las canchas del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.5 respecto a que tan suficiente es el número de canchas para los visitantes al Deportivo; mientras el tanto 20.45% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
- 85.22% de la población que ve el canal 40 y conoce la ubicación de los juegos infantiles la mide con un 3.56 respecto a qué tan útiles son los juegos infantiles para que ocupen los niños; mientras el 14.77% que no conoce tiene una opinión de 3.53.
- 97.72% de la población que ve el canal 40 y conoce la ubicación de las áreas verdes del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.65 respecto a la limpieza de las áreas verdes; mientras el 2.27% que no conoce tiene una opinión de 4.
- 94.31% de la población que ve el canal 40 y conoce que conoce por que esta dividida la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3.62 respecto a que tan utilizable es la ciclopista para los visitantes; mientras el 5.68% que no conoce tiene una opinión de 2.6.
- 89.77% de la población que ve el canal 40 y conoce el costo de la visita a la alberca del Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.79 respecto a que tan adecuado es el costo de las visitas a la alberca para su economía; mientras el 10.22% que no conoce tiene una opinión de 4.33.
- 100% de la población que ve el canal 40 y conoce el costo mensual de las clases en el Deportivo Cri-Cri la mide con un 3.02 respecto a que tan adecuado es el costo mensual de las clases para su economía.
- 6.81% de la población que ve el canal 40 y conoce la ubicación de la alberca del Deportivo la mide con un 4 respecto a que tan correcta es la ubicación de la alberca dentro del deportivo; mientras el 93.18% que no conoce tiene una opinión de 3.62.

- 100% de la población que ve el canal 40 y conoce que se encuentra junto a las canchas la mide con un 3.90 respecto a que tan correcta es la ubicación de las canchas dentro del deportivo.
- 1.13% de la población que ve el canal 40 y conoce que conoce que los juegos infantiles están junto a, la mide con un 5 respecto a que tan correcta es la ubicación de los juegos infantiles dentro del deportivo; mientras el 98.86 % que no conoce tiene una opinión de 3.75.
- 89.77% de la población que ve el canal 40 y conoce la ubicación de las áreas verdes la mide con un 3.89 respecto a que tan correcta es la ubicación de las áreas verdes dentro del deportivo; mientras el 10.22% que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- 1.13% de la población que ve el canal 40 y conoce la ubicación de la ciclopista del deportivo Cri-Cri la mide con un 3 respecto a que tan correcta es la ubicación de la ciclopista en el deportivo; mientras el 98.86% que no conoce tiene una opinión de 3.86.
- 63.63 % de la población que ve el canal 40 y conoce que conoce las clases que se dan en el Deportivo Cri-cri la mide con un 3.82 respecto a que tan amplio es el horario de clases para sus necesidades; mientras el 36.36% que no conoce tiene una opinión de 4.25.
- 89.77% de la población que ve el canal 40 y conoce dónde se pagan las visitas la mide con un 4.02 respecto a que tan suficiente es la información sobre los horarios de visita; mientras el 10.22% que no conoce tiene una opinión de 2.55.
- 9.09% de la población que ve el canal 40 y conoce el nombre de los instructores del Deportivo Cri- Cri la mide con un 4.62 respecto al trato de los instructores hacia los usuarios; mientras el 90.90% que no conoce tiene una opinión de 3.93.
- 2.27% de la población que ve el canal 40 y conoce el horario que cobre Omar la mide con un 5 respecto al lenguaje empleado por los instructores; mientras el 97.72% que no conoce tiene una opinión de 3.96.
- 32.95% de la población que ve el canal 40 y conoce la actividad que dan Arturo y Omar la mide con un 4.58 respecto a que tan suficientes son las actividades que se dan en el Deportivo Cri-Cri; mientras el 67.04% que no conoce tiene una opinión de 4.10.

4.6.3. Resultados específicos por categoría – variable sociodemográfica

4.6.3.1. Variable Sexo Masculino.

- El 38.31 por ciento de la población Masculina, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 2.79, mientras el 61.68 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.62.

- El 72.52 por ciento de la población Masculina, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.64, mientras el 27.56 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.49.
- El 66.58 por ciento de la población Masculina, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.69, mientras el 33.40 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- El 39.90 por ciento de la población Masculina, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.89, mientras el 60.08 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.83.
- El 67.52 por ciento de la población Masculina, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.90, mientras el 32.47 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.79.
- El 34.73 por ciento de la población Masculina, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.98, mientras el 65.25 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.07.

4.6.3.2. Variable Sexo Femenino

- El 24.70 por ciento de la población Femenina, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.45, mientras el 75.29 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.60.
- El 68.10 por ciento de la población Femenina, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.62, mientras el 31.28 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.53.
- El 65.88 por ciento de la población Femenina, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.56, mientras el 34.11 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.82.
- El 38.23 por ciento de la población Femenina, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.86, mientras el 61.76 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.79.
- El 68.52 por ciento de la población Femenina, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.99, mientras el 31.46 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- El 35.09 por ciento de la población Femenina, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.71, mientras el 64.89 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.04.

4.6.3.3. Variable Edad de 10 a 20 años

- El 32.92 por ciento de la población de 10 a 20 años, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de, 3.85 mientras el 67.07 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- El 77.31 por ciento de la población 10 a 20 años, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.44, mientras el 22.67 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.60.
- El 70.73 por ciento de la población 10 a 20 años, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.56, mientras el 29.26 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.26.
- El 40.24 por ciento de la población 10 a 20 años, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.85, mientras el 59.75 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.76.
- El 69.50 por ciento de la población 10 a 20 años, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.04, mientras el 30.48 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.70.
- El 31.29 por ciento de la población 10 a 20 años, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.90, mientras el 68.69 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.99.

4.6.3.4. Variable Edad de 21 a 30 años

- El 34.32 por ciento de la población de 21 a 30 años, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.76, mientras el 65.67 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.94.
- El 71.33 por ciento de la población 21 a 30 años, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.84, mientras el 28.65 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.54.
- El 64.17 por ciento de la población 21 a 30 años, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.93, mientras el 35.81 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- El 39.40 por ciento de la población 21 a 30 años, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.95, mientras el 60.59 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.96.

- El 66.78 por ciento de la población 21 a 30 años, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.90, mientras el 33.20 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- El 41.29 por ciento de la población 21 a 30 años, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.86, mientras el 58.70 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.12.

4.6.3.5. Variable Edad de 31 a 40 años

- El 34.90 por ciento de la población de 31 a 40 años, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.48, mientras el 65.09 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.31.
- El 63.76 por ciento de la población 31 a 40 años, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.63, mientras el 40.79 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.35.
- El 57.54 por ciento de la población 31 a 40 años, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.49, mientras el 42.44 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.56.
- El 38.67 por ciento de la población 31 a 40 años, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.92, mientras el 61.31 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.67.
- El 70.75 por ciento de la población 31 a 40 años, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.86, mientras el 29.24 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.59.
- El 32.70 por ciento de la población 31 a 40 años, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.77, mientras el 67.29 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.02.

4.6.3.6. Variable Edad de 41 a 50 años

- El 22.58 por ciento de la población de 41 a 50 años, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 2.71, mientras el 77.41 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.20.
- El 72.90 por ciento de la población 41 a 50 años, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.42, mientras el 27.09 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.67.

- El 79.83 por ciento de la población 41 a 50 años, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.38, mientras el 20.15 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.71.
- El 38.05 por ciento de la población 41 a 50 años, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.65, mientras el 61.93 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.83.
- El 63.70 por ciento de la población 41 a 50 años, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.05, mientras el 36.28 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.59.
- El 29.56 por ciento de la población 41 a 50 años, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.94, mientras el 70.42 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.04.

4.6.3.7. Variable Nivel de Escolaridad Primaria

- El 33.33 por ciento de la población de nivel primaria, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.21, mientras el 66.66 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- El 73.80 por ciento de la población de nivel primaria, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.43, mientras el 26.18 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.70.
- El 65.47 por ciento de la población de nivel primaria, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.19, mientras el 34.52 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.17.
- El 42.85 por ciento de la población de nivel primaria, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.67, mientras el 57.13 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- El 65.47 por ciento de la población de nivel primaria, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.78, mientras el 34.51 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- El 36.5 por ciento de la población de nivel primaria, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.80, mientras el 63.49 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.86.

4.6.3.8. Variable Nivel de Escolaridad Secundaria

- El 40.17 por ciento de la población de nivel secundaria, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.48, mientras el 59.82 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- El 63.18 por ciento de la población de nivel secundaria, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.68, mientras el 36.60 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.55.
- El 66.07 por ciento de la población de nivel secundaria, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.7, mientras el 33.92 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.45.
- El 38.74 por ciento de la población de nivel secundaria, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.81, mientras el 61.24 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- El 62.49 por ciento de la población de nivel secundaria, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.95, mientras el 37.49 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.64.
- El 36.60 por ciento de la población de nivel secundaria, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.92, mientras el 63.38 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.87.

4.6.3.9. Variable Nivel de Escolaridad Preparatoria

- El 30.18 por ciento de la población de nivel preparatoria, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.79, mientras el 69.81 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.68.
- El 74.08 por ciento de la población de nivel preparatoria, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.60, mientras el 25.90 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.43.
- El 68.23 por ciento de la población de nivel preparatoria, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.73, mientras el 31.76 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.88.
- El 38.86 por ciento de la población de nivel preparatoria, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.93, mientras el 61.12 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.92.
- El 70.12 por ciento de la población de nivel preparatoria, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 4, mientras el 29.86 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.72.

- El 33.32 por ciento de la población de nivel preparatoria, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.85, mientras el 66.66 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.22.

4.6.3.10. Variable Nivel de Escolaridad Superior

- El 23.94 por ciento de la población de nivel superior, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.52, mientras el 76.05 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.55.
- El 73.23 por ciento de la población de nivel superior, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.55, mientras el 26.75 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- El 62.67 por ciento de la población de nivel superior, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.56, mientras el 37.32 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.93.
- El 38.30 por ciento de la población de nivel superior, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.86, mientras el 61.68 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.98.
- El 73.23 por ciento de la población de nivel superior, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.87, mientras el 26.75 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.41.
- El 34.73 por ciento de la población de nivel superior, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.79, mientras el 65.25 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.10.

4.6.3.11. Variable Tipo de Casa que Habita Propia

- El 29.50 por ciento de la población con casa propia, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.70, mientras el 70.49 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- El 74.91 por ciento de la población con casa propia, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.68, mientras el 25.07 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.09.
- El 69.29 por ciento de la población con casa propia, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.69, mientras el 30.73 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.06.

- El 40.24 por ciento de la población con casa propia, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.95, mientras el 59.75 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.90.
- El 70.48 por ciento de la población con casa propia, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.95, mientras el 24.50 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- El 34.28 por ciento de la población con casa propia, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.97, mientras el 65.70 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.16.

4.6.3.12. Variable Tipo de Casa que Habita Rentada

- El 37.14 por ciento de la población con casa rentada, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.40, mientras el 62.85 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.56.
- El 63.57 por ciento de la población con casa rentada, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 36.42 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- El 61.06 por ciento de la población con casa rentada, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.54, mientras el 38.92 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.48.
- El 37.28 por ciento de la población con casa rentada, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.68, mientras el 62.71 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.68.
- El 63.56 por ciento de la población con casa rentada, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.91, mientras el 36.42 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.57.
- El 35.95 por ciento de la población con casa rentada, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.67, mientras el 64.04 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.88.

4.6.3.13. Variable Colonia donde vive San Juan Ixhuatepec

- El 24.34 por ciento de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.89, mientras el 75.65 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.68.

- El 76.86 por ciento de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.6, mientras el 23.12 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- El 33.87 por ciento de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.6, mientras el 16.62 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.9.
- El 40.17 por ciento de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 59.82 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.8.
- El 71.73 por ciento de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.8, mientras el 28.25 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- El 36.80 por ciento de la población que vive en la colonia San Juan Ixhuatepec, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 63.18 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.1.

4.6.3.14. Variable Colonia donde vive Lomas de San Juan

- El 46.39 por ciento de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.26, mientras el 53.60 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.53.
- El 59.78 por ciento de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 40.20 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- El 53.60 por ciento de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.7, mientras el 46.38 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- El 38.34 por ciento de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.7, mientras el 61.64 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- El 60.82 por ciento de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 39.17 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- El 32.64 por ciento de la población que vive en la colonia Lomas de San Juan, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.8, mientras el 65.78 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.9.

4.6.3.15. Variable Colonia donde vive El Copal

- El 18.18 por ciento de la población que vive en la colonia El Copal, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 5, mientras el 81.81 por ciento que no conoce tiene una opinión de 2.77.
- El 81.81 por ciento de la población que vive en la colonia El Copal, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 18.18 por ciento que no conoce tiene una opinión de 2.8.
- El 77.26 por ciento de la población que vive en la colonia El Copal, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.1, mientras el 22.72 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.8.
- El 38.17 por ciento de la población que vive en la colonia El Copal, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 61.81 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.2.
- El 59.08 por ciento de la población que vive en la colonia El Copal, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.4, mientras el 40.90 por ciento que no conoce tiene una opinión de 2.6.
- El 33.33 por ciento de la población que vive en la colonia El Copal, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.1, mientras el 66.66 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.7.

4.6.3.16. Variable Colonia donde vive Lázaro Cárdenas

- El 30.43 por ciento de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.63, mientras el 69.56 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.66.
- El 72.29 por ciento de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 27.69 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.3.
- El 68.01 por ciento de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 31.98 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.8.
- El 39.01 por ciento de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.8, mientras el 60.98 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.7.

- El 70.18 por ciento de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 29.81 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- El 34.98 por ciento de la población que vive en la colonia Lázaro Cárdenas, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.7, mientras el 65.01 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.

4.6.3.17. Variable estado civil Soltero

- El 35.71 por ciento de la población que es soltero, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.89, mientras el 64.28 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- El 67.59 por ciento de la población que es soltero, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.61, mientras el 32.59 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.46.
- El 62.01 por ciento de la población que es soltero, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.84, mientras el 37.98 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.95.
- El 38.56 por ciento de la población que es soltero, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.81, mientras el 61.42 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.87.
- El 61.03 por ciento de la población que es soltero, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.73, mientras el 38.95 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- El 41.20 por ciento de la población que es soltero, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.71, mientras el 62.11 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.96.

4.6.3.18. Variable estado civil Casado

- El 28.28 por ciento de la población que es casado, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.41, mientras el 71.71 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- El 74.79 por ciento de la población que es casado, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.68, mientras el 25.55 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.42.

- El 71.46 por ciento de la población que es casado, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.54, mientras el 28.53 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- El 38.58 por ciento de la población que es casado, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.61, mientras el 64.10 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- El 72.72 por ciento de la población que es casado, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.05, mientras el 27.27 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.51.
- El 34.84 por ciento de la población que es casado, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.98, mientras el 65.14 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.21.

4.6.3.19. Variable estado civil Otro

- El 40.62 por ciento de la población que tiene otro estado civil, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3, mientras el 59.37 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.57.
- El 64.37 por ciento de la población que tiene otro estado civil, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.19, mientras el 35.62 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.05.
- El 54.68 por ciento de la población que tiene otro estado civil, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.33, mientras el 45.31 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.39.
- El 45.62 por ciento de la población que tiene otro estado civil, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.59, mientras el 48.37 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.69.
- El 71.87 por ciento de la población que tiene otro estado civil, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.13, mientras el 28.12 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.98.
- El 20.83 por ciento de la población que tiene otro estado civil, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.62, mientras el 79.16 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.71.

4.6.3.20. Variable Posición Familiar Padre

- El 33.33 por ciento de la población que es padre, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 66.66 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.56.
- El 74.99 por ciento de la población que es padre, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.70, mientras el 24.99 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.46.
- El 67.91 por ciento de la población que es padre, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.61, mientras el 32.08 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.63.
- El 39.49 por ciento de la población que es padre, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.05, mientras el 60.49 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.77.
- El 72.49 por ciento de la población que es padre, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.97, mientras el 27.49 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.69.
- El 34.44 por ciento de la población que es padre, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.80, mientras el 65.55 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.16.

4.6.3.21. Variable Posición Familiar Madre

- El 24.52 por ciento de la población que es madre, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.11, mientras el 75.47 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.42.
- El 72.07 por ciento de la población que es madre, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.58, mientras el 27.91 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.65.
- El 71.69 por ciento de la población que es madre, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.42, mientras el 28.29 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.77.
- El 39.05 por ciento de la población que es madre, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.72, mientras el 60.94 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.78.
- El 71.69 por ciento de la población que es madre, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.19, mientras el 28.30 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.58.

- El 31.44 por ciento de la población que es madre, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.88, mientras el 68.45 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.12.

4.6.3.22. Variable Posición Familiar Hijo

- El 36.70 por ciento de la población que es hijo, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.84, mientras el 63.29 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.81.
- El 66.70 por ciento de la población que es hijo, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.60, mientras el 33.28 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.45.
- El 61.39 por ciento de la población que es hijo, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.83, mientras el 38.60 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.94.
- El 38.98 por ciento de la población que es hijo, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.84, mientras el 61.01 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.86.
- El 62.02 por ciento de la población que es hijo, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.74, mientras el 37.97 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.62.
- El 37.54 por ciento de la población que es hijo, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.71, mientras el 62.44 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.93.

4.6.3.23. Variable Canal de TV que ve Canal 2

- El 39.86 por ciento de la población que ve el canal 2, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.42, mientras el 60.13 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.01.
- El 60.05 por ciento de la población que ve el canal 2, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.6, mientras el 35.94 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.4.
- El 52.02 por ciento de la población que ve el canal 2, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 47.97 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.8.

- El 41.62 por ciento de la población que ve el canal 2, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.7, mientras el 57.97 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.7.
- El 65.87 por ciento de la población que ve el canal 2, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 34.12 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.6.
- El 41.88 por ciento de la población que ve el canal 2, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.8, mientras el 58.10 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.

4.6.3.24. Variable Canal de TV que ve Canal 13

- El 39.86 por ciento de la población que ve el canal 13, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.79, mientras el 60.13 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.52.
- El 67.97 por ciento de la población que ve el canal 13, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 32.02 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- El 63.51 por ciento de la población que ve el canal 13, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.5, mientras el 36.48 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.7.
- El 36.34 por ciento de la población que ve el canal 13, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 63.64 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.9.
- El 64.86 por ciento de la población que ve el canal 13, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 35.13 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- El 39.86 por ciento de la población que ve el canal 13, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.7, mientras el 60.13 por ciento que no conoce tiene una opinión de 4.

4.6.3.25. Variable Canal de TV que ve Canal 40

- El 6.81 por ciento de la población que ve el canal 40, que conoce el horario del deportivo la cuantifica con un promedio de 3, mientras el 93.18 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.28.

- El 86.81 por ciento de la población que ve el canal 40, que conoce las instalaciones del deportivo Cri-Cri la cuantifica con un promedio de 3.6, mientras el 13.17 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.4.
- El 49.88 por ciento de la población que ve el canal 40, que conoce los costos del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.3, mientras el 50.22 por ciento que no conoce tiene una opinión de 2.1.
- El 39.76 por ciento de la población que ve el canal 40, que conoce la ubicación de las instalaciones del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 60.22 por ciento que no conoce tiene una opinión de 2.9.
- El 76.70 por ciento de la población que ve el canal 40, que conoce los servicios del deportivo la cuantifica con un promedio de 3.9, mientras el 23.29 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.3.
- El 14.77 por ciento de la población que ve el canal 40, que conoce a los instructores del deportivo la cuantifica con un promedio de 4.7, mientras el 85.22 por ciento que no conoce tiene una opinión de 3.9.

Conclusiones

En la presente investigación se ofrece tres tipos de conclusiones: teóricas-metodológicas, técnicas y temáticas.

Como conclusiones **teóricas-metodológicas**, tenemos que la teoría general de sistemas aporta un análisis sistémico, gracias al cual, se ubicó la naturaleza comunicativa de la Opinión Pública y su relación con el sistema comunicativo, concluyendo que la Opinión Pública es un subsistema del sistema comunicativo por que cumple con los parámetros establecidos en cuanto a identificación, relación, y selección de sus componentes. Así mismo la Opinión Pública comparte los elementos estructurales del sistema comunicativo: actores, instrumentos, expresiones y representaciones, contenidos en el modelo dialéctico de la comunicación.

La teoría general de sistemas permitió además ubicar histórica, cultural y socialmente al H. Ayuntamiento de Tlalnepantla de Baz, sobre la que se basó el estudio de opinión; así como a los elementos de la Opinión Pública: Actores (habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas del Municipio de Tlalnepantla de Baz); Instrumentos (la encuesta como herramienta de la Opinión Pública); Expresiones (expresiones respecto al uso de las instalaciones del deportivo Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri, de la zona oriente del Municipio) y Representaciones (como el conjunto de tatos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para alguien, en el referente por investigar)

Se concluye además que son las expresiones las que permiten colocar a la Opinión Pública, tema central del presente estudio, en el ámbito comunicativo, ya que son precisamente las expresiones emitidas por un grupo social lo que importa a la Opinión Pública. Así, las expresiones de los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas del Municipio de Tlalnepantla de Baz, respecto al uso de las instalaciones deportivas Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri, de la zona oriente del Municipio, permitieron ubicar el presente estudio de Opinión Pública dentro del ámbito comunicativo.

Se concluye también que la Opinión Pública tiene su campo de acción en cuanto se desenvuelve a las siguientes temáticas:

- a) Sobrevivencia del grupo social, ya que permite la transmisión de las costumbres, hábitos, actividades y de los avances en las diferentes razas
- b) La producción de bienes materiales e inmateriales.
- c) La conservación de la propiedad privada, territorio, gobierno, el estado
- d) La cultura

Tinoco González C.R.

Para definir y construir la tabla de especificaciones fue necesario establecer la relación entre la teoría general de sistemas, de Manuel Martín Serrano, naturaleza comunicativa de la Opinión Pública, desarrolladas en el capítulo uno; y el objeto de estudio (marco contextual), en el que se desarrollaron las características de uso de las instalaciones deportivo Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri, de la zona oriente del Municipio, que constituyeron las categorías de la tabla de especificaciones; esto sirvió para operacionalizar los conceptos de conocimiento, opinión y variables sociodemográficas; para la elaboración de un diagrama de arboreación, una lista de equivalencias entre los indicadores y los reactivos y la construcción de un cuestionario piloto

Con ello se concluye el procedimiento de la prueba piloto, que sirvió para identificar los errores en la pertenencia de los sujetos a encuestar, el levantamiento de datos y la estructura de los reactivos del cuestionario final

El método de análisis que se empleo es cuantitativo en el que obtuvieron resultados basados en números porcentajes y promedios

Como colusiones **técnicas** tenemos que el procedimiento del 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 del levantamiento de datos, en donde se definió que:

- * Las características de la población permitieron encuestar al 8.5% del universo (45097 sujetos aprox.)
- * En esta investigación el numero de sujetos encuestados fue de 384

La técnica para la recolección empleada fue cara a cara

Para el cruce de datos se empleo como herramienta técnica, filtros de auto filtros que sirvieron, para cuantificar los resultados. Esto permitió el cruce de datos entre los indicadores y las variables sociodemográficas; las categorías y las variables sociodemográficas y sirvieron para probar o disprobar las alternativas. Tomando en consideración como variables independientes las variables sociodemográficas (sexo, edad, lugar donde vive, posición familiar, grado de estudios, canal de TV) así como variables dependientes los conceptos de conocimiento y opinión

Por conclusiones **temáticas** se tiene que la cuantificación de los resultados de los filtros permitió validar las hipótesis alternativas consideradas en el capítulo III en el apartado 3.2. Concluyendo que:

Tinoco González C.R.

1. El conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri. , no es del 85%, sino del **53.69%**
2. La opinión que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri. , en una escala de 1 a 5 es de **4.1** y no de 3
3. El sexo determina en un **51.26%** y no en un 75 % el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
4. El sexo determina en una escala del 1 al 5 en **3.6** y no en 3 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
5. La edad determina en un **53.10%** y no en 80% el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
6. La edad determina en una escala del 1 al 5 en **3.6** y no en 4 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
7. El grado de estudios determina en un **53.26%** y no en un 85% el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
8. El grado de estudios determina en una escala del 1 al 5 en **3.6** y no en 4 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro

Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

9. El tipo de casa que habita determina en un **50.14%** y no en un 20% el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
10. El tipo de casa que habita determina en una escala del 1 al 5 en **3.6** y no en 1 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
11. La colonia que habita determina en un **52.23%** y no en un 85% el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
12. La colonia que habita determina en una escala del 1 al 5 en **3.7** y no en 4 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
13. La posición familiar determina en un **50.92%** y no en un 90% el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
14. La posición familiar determina en una escala del 1 al 5 en **3.6** y no en 5 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
15. El estado civil determina en un **51.3%** y no en un 90% el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

Tinoco González C.R.

16. El estado civil determina en una escala del 1 al 5 en **3.6** y no en 5 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
17. El canal de TV que ve determina en un **54.6%** y no en un 80% el conocimiento que tienen los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.
18. El canal de TV que ve determina en una escala del 1 al 5 en **3.7** y no en 4 lo que opinan los habitantes de las colonias San Juan Ixhuatepec, Lomas de San Juan, El Copal y Lázaro Cárdenas, de la Zona Oriente del Municipio de Tlalnepantla de Baz con respecto al uso de las instalaciones del Deportivo Francisco Gabilondo Soler, Cri – Cri.

FUENTES DE CONSULTA

❖ Bibliográficas

BAENA, Paz Guillermina. Instrumentos de la Investigación: Tesis Profesionales y Trabajos Académicos. México, 13ª edición, Editores Mexicanos Unidos, 1986, 134 pp.

GONZÁLEZ, Llica Edmundo. La Opinión Pública. Bases Preliminares para el Estudio de la Propaganda Política. México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 1977, 69 pp.

GARDUÑO, Garduño Rafael. Tlalli-nepantli, Tlaalnepantla. México. 3ª. Edición, 2002, 150pp.

HABERMAS, Jurgem. Historia y Crítica de la Opinión Pública: La Transformación Estructural de la Vida Pública. México, G. Gili, 1994, 337 pp.

HYMAN, Herbert Hiram. Diseño y Análisis de las Encuestas Sociales. Buenos Aires, Amorrortu, 1968, 531 pp.

KATZ, Eliu. La Influencia Personal: el Individuo en el Proceso de Comunicación de Masas. Barcelona, Ispanoeuropea, 1979, 446 pp.

KLIPPENDORFF, Klaus. Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica. Barcelona-México, Paidós, 1990, 279 pp.

MALETZKE, Gerhard. Psicología de la Comunicación Colectiva. Ecuador, Ciespal, 1963, 103 pp.

MARTÍN, Serrano Manuel. La Mediación Social. Madrid, Akal, 1977, 217 pp.

MARTÍN, Serrano Manuel. La Producción Social de la Comunicación. Madrid, Alhambra, 1992, 510 pp.

MÉNDEZ, Ramírez Ignacio. El Protocolo de la Investigación: Lineamientos para su Elaboración y Análisis. México, Trillas, 1984, 210 pp.

NOELLE, Elizabeth. Encuesta en la Sociedad de Masas. Introducción a los Métodos de la Demoscopia. Madrid, Alianza, 1970, 420 pp.

ROJAS, Soriano Raúl. Guía para realizar Investigaciones Sociales. México, 13ª edición, Plaza y Valdés S.A., Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1994, 286 pp.

❖ **Hemerográficas**

Gaceta del Municipio de Tlalnepantla de Baz, Tlalnepantla, Estado de México, 2002

❖ **Direcciones Electrónicas**

www.inegi.com

www.tlalnepantladebaz.com

Anexos

Tablas de datos en CD.