



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**RICOLINO: Una Empresa Socialmente
Responsable con la Educación: Estudio de Opinión Pública**

**“La Opinión Pública de los responsables de las instituciones educativas
a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino respecto a la logística y el
contenido que se ofrecen”**

Seminario Taller- Extracurricular de Opinión Pública

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Licenciada en Comunicación

P R E S E N T A

Diana Alejandra Hernández Torres

Asesor: Olga Gallo Romo

Noviembre 2008



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.

AGRADECIMIENTOS

"No puedo responder otra cosa que gracias y gracias" (William Shakespeare).

A mi alma mater "Acatlán" que me forjó en el camino del éxito profesional y que siempre estaré orgullosa de pertenecer a una de las mejores escuelas de Iberoamérica.

Resulta complicado expresar con palabras el agradecimiento que siento por tantas personas que han creído y creen en lo que hago. Quiero que sepan que cada una de esas personas, por mucho o poco que hayan hecho, siempre estarán presentes en mi recuerdo y aunque estas líneas no sean suficientes para mencionar a todos se que les harán extensivo uno de mis mayores logros.

Para todos ellos y nosotros saben que mi triunfo también es de ustedes, por ello "piensen en grande, sueñen en grande, vean a lo lejos y nunca dejen de soñar", palabras del osito Bimbo, pero que son muy ciertas en esta vida.

Este éxito se lo dedico de manera muy especial a mis papás que me han brindado su apoyo de toda la vida y son mi principal soporte para salir adelante. Gracias por las meriendas y las conversaciones amenas de cada noche.

Papa: mil gracias por tus palabras y tus enseñanzas que aunque a veces han sido duras ahora las comprendo y las agradezco con todo mi corazón, gracias a ellas me han forjado la persona que soy. Mejor padre no me pudo tocar.

Mamá: mil gracias por apoyarme en todas mis decisiones y por estar siempre al pendiente de mi, y sé que a veces tus regaños y consejos se deben al amor que me tienes. Gracias por ser mi amiga y hacerme mejor persona cada día.

Abraham: mi hermano del alma, sabes que siempre has sido un pilar muy fuerte en mi existencia, gracias por ser mi cómplice, por escucharme y por los grandes momentos de la infancia, estoy muy orgullosa de ver que estas forjando tu destino y sé que este éxito también te motivará para que tú lo logres.



A Alberto Gutiérrez por su amor incondicional y que gracias a su apoyo me dio la fuerza para concluir con ésta y muchas etapas de mi vida. Es mi inspiración para seguir con pasión en el sendero de la vida. PK “Gracias por tu amor y cariño, me enseñaste a disfrutar de la vida y dar sin preguntar”. Te amo inmensamente.

A la familia Gutiérrez Pichardo por su apoyo y comprensión.



A mis maestros, que siempre estuvieron al pie de guerra en esta batalla y a pesar de las complicaciones nunca me abandonaron, en especial a la maestra Olga Gallo Romo, quien más que una asesora fue y es una guía en mi existencia: “gracias por sus sabios consejos y enseñanzas de vida me han orientado en el camino de las sombras.”

A mis compañeros del seminario, que este paso lo veíamos muy lejos y ahora disfrutamos de las mieles del éxito.



En especial a Ricolino y al Lic. Mario Farfán por darme el apoyo necesario para la investigación y por darme la oportunidad de mi crecimiento profesional. A Laura Ángeles, coordinadora de visitas escolares de Ricolino, que siempre me dio su apoyo sin condición alguna y nunca dudó en este proyecto. Además de ser una gran persona y amiga

Al que alguna vez fue el mejor equipo de visitas escolares: a Dianita “pandita”, a Diana Rodríguez “amigui, deje de engañarme”, a Miguel Velázquez que siempre nos hizo pasar muy buenos ratos, a Nallely Caballero que profesionalmente crecimos juntas, a Mauricio Fernández por su apoyo y conocimientos compartidos, a Wendy Palomino la “Doc” y Wendy “amiguísima”, a todos ellos mil gracias por su apoyo y por esos momentos dentro y fuera de la planta.

A mis abuelitos paternos y maternos: Miguel, Simona, Juan, Josefina, Lupe y Vicenta que siempre han estado para consentirme y que con su sabiduría inmensa me han enseñado a valorar la vida. A mi abuelita Sergia, que hasta el último momento se acordó que estaba estudiando en la UNAM.



A todos mis primos que afortunadamente no son pocos: a Gustavo, Carlos, Víctor, Toñito, que por ser los más grandes me han dado un ejemplo de vida, a Miguel, Adath, Luis Antonio, Edgar, Luis Alberto que desde siempre hemos crecido juntos. A Daniel, Nayeli, Adrián, Pepe y Jorge Abraham, espero que les sirva de motivación para continuar con sus estudios. A los

nuevos integrantes de la familia y que ahora ya los siento como primos de toda la vida: Margarita, Ariadna, Sandy, Roció y a los que pronto lo serán.

En especial a mis primas lindas y sexys: Lupita, Lorena, Nidia, Gaby, mil gracias por su apoyo eterno, por ser cómplices de mis locuras y levantarme de mis caídas.

Particularmente a mi primo Cristian que aunque está un lugar más hermoso que este, le quiero compartir mi felicidad, siempre estará en mis recuerdos.

A todos ellos más que primos son mis hermanos de siempre, saben que siempre contarán conmigo.

A mis sobrinos, Ingrid, Paola, Danae, Damián, Valeria, Dante, Gabriel, espero que en unos años vean estas palabras y que ustedes también cosechen éxitos así, sé que lo lograrán.



A mis tíos, que desde pequeña me han visto crecer y me han escuchado sin pretexto alguno y en ocasiones fueron mis segundos padres: Miguel y Leonor, Manuel y Pilar, Eduardo y Eva, Antonio y Clotilde, Porfirio y Chuy, Jorge e Isabel, a Oscar, Lucia, Elvia y Mary. Gracias por sus palabras y apoyo.



A mis padrinos: Sergio, Ave y Mary, se que siempre he contado con su ayuda y comprensión.



A mis amigas de toda la vida: Erika y Maritza, gracias por tantos años de amistad.

A mis amigos de estudios y de juergas: Ana Laura, Dulce, Luis "mata", Bety, Sandra, Jonathan, Jesús, Gabriel, Edson, Denisse.



A todos ustedes nuevamente mil gracias por su apoyo, comprensión y cariño.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO I. Marco teórico	1
1.1 Teoría general de sistemas	2
1.1.1 El sistema como entidad real	2
1.1.2 El sistema como método de análisis	3
1.1.3 Análisis de la organización de los sistemas	4
1.1.3.1 Selección	4
1.1.3.2 Distinción	4
1.1.3.3 Relación	5
1.1.4 Sistema finalizado	6
1.2 Modelo general de sistemas	6
1.3 Modelo dialéctico de la comunicación	7
1.3.1 Actores	7
1.3.2 Expresiones	7
1.3.3 Representaciones	7
1.3.4 Instrumentos	8
1.3.5 Definición de comunicación	8
1.4 Teoría de la mediación social	8
1.4.1 Instancias mediadoras	10
1.4.2 Modelos mediacionales	10
1.4.3 Estructura	10
1.4.4 Coerción	11
1.4.5 Disonancia	11
1.4.6 Modelos de mediación	11
1.4.7 Modelos sociales	12
1.4.8 Modelos culturales	12
1.4.9 Planos mediacionales	12
1.5 La Opinión Pública	13
1.5.1 Definición de Opinión Pública	13
1.5.2 Componentes del subsistema de opinión pública	14
1.5.3 Características de la Opinión Pública	14
1.6 Historia de la Opinión Pública	15
1.6.1 La Opinión Pública en la comunidad primitiva	15
1.6.2 La Opinión Pública en Mesopotamia	20
1.6.3 La Opinión Pública en la comunidad egipcia	22
1.6.4 La Opinión Pública en el periodo Grecia- Roma	25
1.6.5 La Opinión Pública en la Edad Media	26
1.6.6 La Opinión Pública en la Ilustración	28
1.6.7 La Opinión Pública en la época liberal	29
1.6.8 Perspectivas actuales de la Opinión Pública	35
1.6.8.1 Aportes de la investigación norteamericana a los estudios de Opinión	40
1.6.8.2 Aporte a universidades, instituciones y asociaciones	41

CAPÍTULO 2. Marco contextual	44
2.1 Sistema histórico del Grupo Bimbo, Barcel, y Ricolino	45
2.1.1. Antecedentes del Grupo Bimbo	45
2.1.2 Antecedentes de Barcel	46
2.1.3 Antecedentes de Ricolino	47
2.2 Sistema cultural del Grupo Bimbo, Barcel y Ricolino	49
2.2.1 Misión y Visión del Grupo Bimbo	50
2.2.2 Misión y Visión de Barcel	50
2.2.3 Visión de Ricolino	50
2.2.4 Filosofía del Grupo Bimbo y sus filiales	51
2.2.5 Misión del Grupo Bimbo y sus filiales	51
2.2.6 Valores del Grupo Bimbo y sus filiales	52
2.2.7 Propósitos del Grupo Bimbo y sus filiales	53
2.2.8 Código de ética del Grupo Bimbo y sus filiales	53
2.2.9 Compromisos del Grupo Bimbo	55
2.2.10 Compromisos con el medio ambiente	55
2.2.11 Compromisos con la sociedad	56
2.2.12 Historia de las visitas escolares a las plantas del grupo Bimbo	58
2.2.13. Objetivos de las visitas a planta en la actualidad	59
2.3 Sistema social	60
2.3.1 Organigrama	60
 CAPÍTULO 3. Metodología de la investigación para la elaboración del cuestionario	 62
3.1 Relación del marco teórico con la tabla de operacionalización	63
3.2 El sistema hipotético	66
3.2.1 Hipótesis nula	66
3.2.2 Hipótesis alternativas	66
3.3 Variables.....	69
3.4 Tabla de operacionalización	71
3.4.1 Tabla de operacionalización del cuestionario piloto	74
3.5 Arboreación del cuestionario	88
3.6 Tabla de equivalencias	88
3.7 Cuestionario piloto.....	88
3.8 Reporte de levantamiento de datos.....	88
3.8.1 Tabla de operacionalización del cuestionario final	92
3.8.2 Tabla de arboreación del cuestionario final	105
3.8.3 Tabla de equivalencias del cuestionario final	113
3.8.4 Cuestionario final.....	115
3.9 Resultados de piloteo	121
3.9.1 Resultados por cruces de variables sociodemográficas del cuestionario piloto (conocimiento).....	129
3.9.2 Resultados por cruces de variables sociodemográficas del cuestionario piloto (opinión).....	132

RICOLINO:

**Una empresa Socialmente Responsable
con la Educación**

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación más importantes en México y América Latina tanto en posicionamiento de marca, volumen de producción y ventas, parte de ello es gracias a su misión, la cual se rige como una empresa innovadora, competitiva y fuertemente orientada a la satisfacción de sus clientes y consumidores.

Dentro de los servicios que ofrece el grupo Bimbo se encuentra la visita a las plantas de producción por parte de las escuelas de diferentes niveles educativos y diversos grupos de la sociedad con la finalidad de que los consumidores observen los procesos de elaboración de los diferentes productos para garantizar alimentos sanos, con variedad, calidad y lealtad.

Bimbo cuenta con varias líneas de productos, desde la panificación hasta las golosinas, rama en la cual es líder dentro del mercado bajo la licencia de Ricolino, marca que comercializa diversos productos como gomas, chicles y dulces cubiertos.

Por su parte Ricolino es una de las plantas que mayor demanda de visitas guiadas tiene, pues actualmente reciben a poco más de 50.000 visitantes por año, cifra que se pretende superar mediante la mejora en la calidad del servicio que se ofrecen en los recorridos.

Los diferentes niveles educativos que visitan la planta, van desde el pre-escolar hasta la licenciatura; entre los grupos de la sociedad que se reciben en la planta son personas de la tercera edad, asociaciones civiles, y grupos vulnerables, pero quienes mayormente asisten son las escuelas de nivel primaria.

Entre los beneficios que se aportan a la sociedad es que las instituciones educativas refuerzan sus contenidos vistos en clase por medio de la información que se les proporciona, situación que permite acercar a los alumnos al campo laboral y de la industria.

Por ello, la presente investigación tiene por objetivo conocer la Opinión Pública de los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica respecto a la logística y contenido que se ofrecen para determinar la calidad y la eficacia del área de visitas escolares, la cual es encargada de brindar dicho servicio.

El área de visitas escolares está conformada por un coordinador y dos guías quienes se encargan de hacer las reservaciones de los grupos y llevarlos a recorrer las instalaciones. Este proceso se realiza en dos etapas, la primera es la reservación donde se tienen que cumplir con cierta documentación, se efectúa vía telefónica. La segunda, es el día de la visita donde se otorga el recorrido y la información de los productos que se elaboran allí. Al finalizar la visita se le da un cuestionario al responsable del grupo para evaluar la calidad del servicio.

Cada fin de mes se contabilizan los resultados de los cuestionarios aplicados y se obtiene un promedio el cual se sube a los indicadores de calidad que maneja la empresa. Sin embargo dentro del cuestionario se ha identificado que no califica todos los aspectos que se ofrecen, y la presente investigación evaluará cada uno de los servicios para identificar las posibles áreas de oportunidad a mejorar.

Dentro de los grupos educativos que se reciben se ofrecen un abanico de posibilidades que varía dependiendo de la región de donde vengan, y se pretende identificarlos, tal es el caso del número de visitantes por grupo que asisten a cada sesión; la distancia que existe entre la fábrica Ricolino y la escuela; el tipo de escuela a la que pertenecen si es del sector público o privado; si ya han visitado con anterioridad la fábrica, y si hicieron la reservación mediante una agencia transportadora; pues se han detectado problemas con los puntos antes mencionados pero no han quedado claros .

Para realizar la presente investigación se toma como marco teórico a la Teoría General de Sistemas, el Modelo General de Comunicación y la Teoría de la Mediación de Manuel Martín Serrano para definir a la comunicación como

un sistema finalizado y como método de análisis en sus diferentes planos de mediación.

La disciplina específica en que se inscribe es en la Opinión Pública, vista como un subsistema del sistema comunicativo que comparte elementos estructurantes. Por ello se define a la Opinión Pública como “el conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección y intensidad) producida por los actores (miembros de un grupo social específico) a través de instrumentos de comunicación para generar representaciones sobre un referente público”.¹

Para el estudio se establece la hipótesis nula: “no se sabe cuál es la opinión pública de los responsables de las instituciones educativas que visitan la fábrica Ricolino respecto a la logística y el contenido que se ofrecen”.

Como variable dependiente se establece la Opinión Pública de los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino y un sistema hipotético en donde se consideran las variables independientes: edad, sexo, grado de escolaridad, número de visitantes por grupo, distancia que existe entre la fábrica Ricolino y la escuela, si han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino, el tipo de escuela (pública y privada), el autobús en el que llegaron a la fábrica (propio o rentado), el trámite de reservación y la llegada a la fábrica si la hicieron a través de una agencia transportadora.

Con base en lo anterior permitirá elaborar el instrumento de comunicación para conocer la Opinión que tienen los responsables respecto a la visita que se ofrece, el cual, en la siguiente investigación es un cuestionario presencial.

Así pues, en el primer capítulo se establece el marco teórico donde se puntualiza al sistema como una entidad real y método de análisis así como su

¹ Concepto proporcionado en la Fes Acatlán dentro del Seminario Extracurricular de Opinión Pública.

selección, distinción y relación para llegar a ser un sistema finalizado. Además se define al modelo dialéctico de comunicación con sus respectivos elementos: actores, expresiones, representaciones e instrumentos, para llegar a la definición de comunicación. Se plantea a la teoría de la mediación para interpretar un sistema social y regulable por medio de los planos mediacionales. También se hace una reseña de la historia de la opinión pública a lo largo de la humanidad desde la comunidad primitiva hasta las perspectivas actuales y sus nuevas vertientes.

En el capítulo dos se establece el marco contextual que dio origen a la investigación y la cultura organizacional de la institución mediadora. Se menciona el sistema histórico del Grupo Bimbo y sus filiales como Ricolino, así como su sistema cultural.

Se contextualiza la historia y los objetivos de las visitas escolares a las plantas de producción, se explica el sistema social y el organigrama de Ricolino.

En el capítulo tres se define la metodología de la investigación para la elaboración del cuestionario para establecer el sistema hipotético, las variables y la tabla de operacionalización que permite estructurar el cuestionario piloto. También se presenta el reporte de levantamiento de datos de la prueba piloto para identificar correcciones y redactar el cuestionario final.

En el capítulo cuatro se presenta el levantamiento de datos y el análisis de resultados. Se define a la población y el tipo de levantamiento de datos por medio de la muestra no probabilística.

Se explica la estrategia y el reporte del levantamiento de datos, lo que permite realizar el vaciado de datos y la presentación de los resultados.

Dentro de la interpretación de los resultados se correlacionan los que responden a la justificación de la investigación, los que dan cuenta de la cultura organizacional de la institución mediadora y los datos relevantes del referente

de estudio.

Las conclusiones de la investigación se categorizan en conceptuales, metodológicas y temáticas.

Para la obtención de resultados se realizó un cruce de variables sociodemográficas, por ejemplo de los 23 sujetos de investigación el 70% son mujeres y el 30% hombres de los cuales las mujeres registraron un mayor grado de conocimiento con un 42.37%, mientras que los hombres registraron un 33.21%. En cuanto al grado de opinión las mujeres presentaron 4.6 a diferencia de los hombres que fue de 5.0.

Sin embargo al finalizar la investigación se concluyó que el grado de conocimiento de los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino es de 57.37%. Mientras que el grado de opinión que se presentó al final de la investigación fue de 4.6.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS

En el siguiente capítulo se explicará la base teórica con la cual se desplegará la investigación, como primer teoría se toma en cuenta la “Teoría General de Sistemas propuesta por Manuel Martín Serrano”¹ que menciona la organización y el funcionamiento de los sistemas.

Determina el concepto de sistema como una entidad real y como un método de análisis. Agrega que el análisis de la organización de los sistemas consiste en la selección, distinción y relación entre los elementos de un sistema.

1.1.1 SISTEMA COMO ENTIDAD REAL

Para localizar a un sistema como entidad real es necesario diferenciar el concepto de sistema y el de agregado, ambos deben tener más de un elemento, sin embargo, lo que los va a diferenciar es que en el sistema se encuentran organizados y en los agregados no hay un orden establecido.

Como ejemplos, Manuel Martín Serrano menciona²:

EJEMPLOS DE CONJUNTOS	
ORGANIZADOS EN UN SISTEMA	NO ORGANIZADOS (AGREGADOS)
Desfile militar	Una nube de langostas
Una melodía	Ruidos parasitarios en la radio
Las contracciones del parto	Movimientos de ataques epilépticos
Los movimientos del juego de ajedrez	Las salidas en el juego de la lotería

Así pues, los componentes de un sistema son los elementos que se

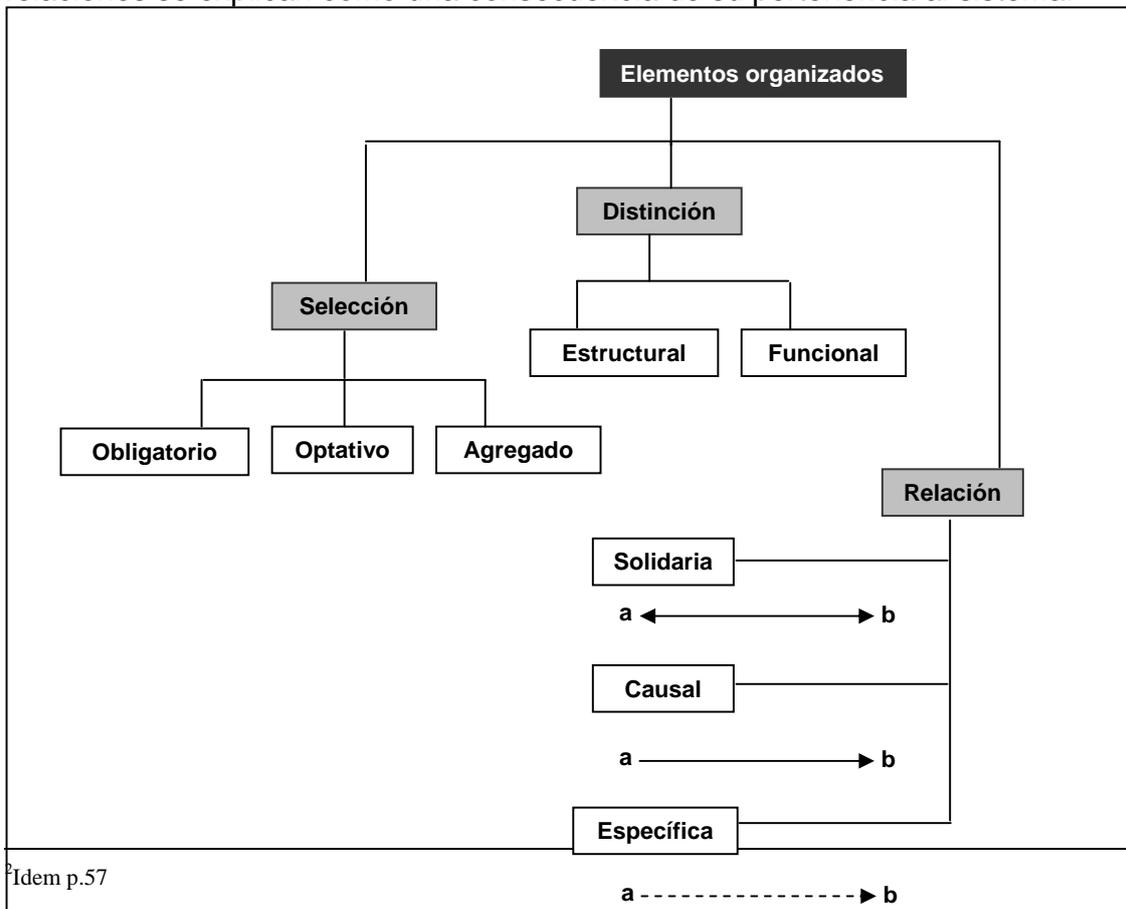
¹Martín Serrano Manuel, et.al. TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN. Epistemología y análisis de la Referencia.

encuentren organizados dentro del mismo.

1.1.2 SISTEMA COMO MÉTODO DE ANÁLISIS

Para clasificar al sistema dentro del método de análisis, se tiene que diferenciar el término sistemático con el asistemático. El primero se caracteriza porque explica la organización del objeto de estudio, en el cual, los componentes deben estar organizados de alguna manera para que sea un sistema a nivel real, y si se plantea a la comunicación desde una perspectiva sistemática se puede determinar en palabras de Manuel Martín Serrano que es un objeto organizado de estudio. El segundo se caracteriza por no tener orden y lógica entre sus elementos.

La organización del objeto de estudio se establece porque los componentes han sido seleccionados, se distinguen entre sí y relacionan entre sí, estas relaciones se explican como una consecuencia de su pertenencia al sistema.



El análisis sistemático, “consiste en identificar los componentes que cada sistema selecciona, cómo se distinguen unos de otros y qué relaciones mantienen en el sistema”³.

1.1.3 ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN DE LOS SISTEMAS

A continuación se explican los componentes que existen dentro de un sistema para que el objeto de estudio se encuentre organizado.

1.1.3.1 SELECCIÓN

El criterio para que los componentes estén seleccionados en un sistema, se determina cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione correctamente organizado y tenga permanencia a través de las implicaciones entre el funcionamiento de los componentes y la reproducción del mismo sistema.

Por ello, se indica que la implicación puede ser:

- a) *Obligatoria*: cuando al momento de desaparecer dicho elemento corre el riesgo de hacer desaparecer al sistema, lo puede transformar en otro diferente o lo incapacita en su funcionamiento.
- b) *Optativa*: cuando el componente del sistema se puede sustituir por otro sin afectar ni transformar al sistema original.

Una vez determinada la selección de los componentes se define la flexibilidad del sistema, entre más componentes obligatorios se seleccionen más rígido será y entre más optativos tenga más elástico será el sistema.

Además de distinguir a los componentes, existe otra selección en la cual los elementos ni son obligatorios ni optativos, sin embargo, aparecen tan frecuentemente que se les denomina incorporados, es decir, están allí pero no tiene ninguna implicación dentro de la organización del sistema.

1.1.3.2 DISTINCIÓN

Los componentes se van a distinguir entre sí cuando las diferencias o

³ Idem 96.

comportamientos que existen entre ellos establezcan el funcionamiento y permanencia del sistema y su organización.

Se distinguen en dos:

- a) *De tipo estructural*: La existencia de ese componente es necesaria para que ocupe una posición dentro de esa configuración del sistema, sin que en esa configuración pueda ser ocupada por otro componente.
- b) *De tipo funcional*: La existencia de ese componente garantizará que las funciones continúen en ese estado sin que algún otro componente las pueda asumir.

1.1.3.3 RELACION

Para que los elementos pertenezcan al sistema deben tener al menos una relación, en la cual se estipula que los componentes se verán afectados por las dependencias que tengan entre sí, se clasifican en tres tipos de relaciones.

- 1 *Solidarias*.- “Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes (y viceversa)”⁴. A \longleftrightarrow B
- 2 *Causales*.- “Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes, pero no a la inversa”⁵. A \longrightarrow B
- 3 *Específicas*.- “Cuando el cambio del componente significa que algunas veces cambian otro u otros componentes, pero no necesariamente, y viceversa”⁶. A-----> B

Con base en lo anterior se establece el tipo de constricción del sistema, entre más estrecha sea las relaciones solidarias, más constreñido se presenta y entre más causales sean menos constricción poseerá.

⁴ Idem 101

⁵ Idem 101

⁶ Idem 101

1.1.4 SISTEMA FINALIZADO

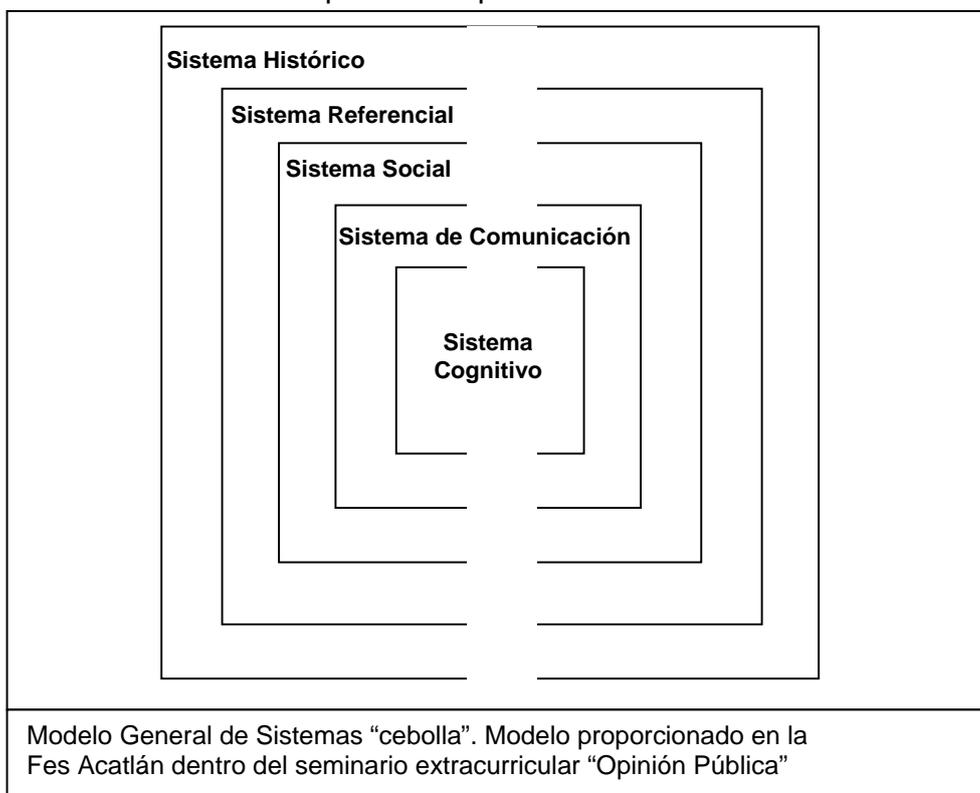
Una vez identificados los componentes se puede definir a los sistemas como: “Aquellos conjuntos constituidos por componentes implicados, diferenciados y dependientes”⁷.

Para que se puede definir como un sistema finalizado deben tener la siguiente característica: “que su organización y/o funcionamiento puedan modificarse por la intervención del hombre”⁸.

1.2 MODELO GENERAL DE SISTEMAS

Al considerar que la comunicación es un sistema finalizado donde intervienen componentes heterogéneos y cuya relaciones están organizadas, se determina que la comunicación tiene algún fin por medio del intercambio de información con otros sistemas, tal como se presenta en el siguiente cuadro:

Los sistemas están abiertos por ello se pueden interrelacionar unos entre otros.



⁷ Idem 107

⁸ Idem 107

1.3 MODELO DIALÉCTICO DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación presenta componentes que necesita un sistema y son los siguientes:

- dos actores
- una sustancia expresiva
- un instrumento biológico o tecnológico que modifique la sustancia expresiva.
- Un instrumento que capte las señales
- Una representación

Manuel Martín Serrano define a cada uno de los arriba mencionados como se transcribe a continuación:

1.3.1 Actores.- “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”⁹.

1.3.2 Expresiones.- “Materias informadas o, si se prefiere, cualquier entidad perceptible por algún sentido de Alter, sobre la cual, Ego ha realizado un trabajo expresivo, puede presentar diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados *designan* algo para alguien”¹⁰.

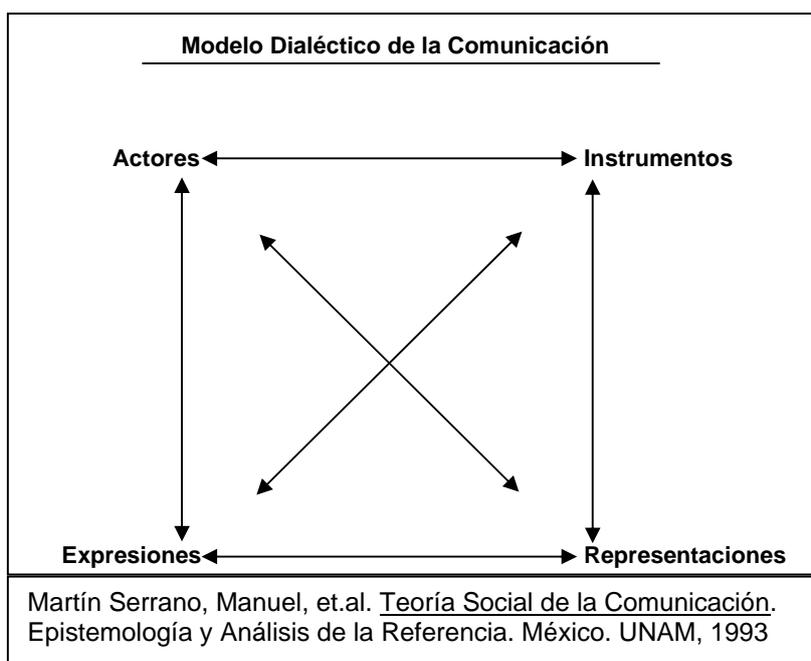
1.3.3. Representaciones.- “La representación, en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún

⁹ Martín Serrano Manuel. Et.al. Teoría de la comunicación. Modelos de la comunicación. Pág.161

¹⁰ Idem 165

sentido para el usuario o los usuarios de esa representación”¹¹.

1.3.4 Instrumentos.- “...todos los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse con otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales”¹².



1.3.5 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN

Después de analizar el modelo dialéctico de la comunicación se puede definir a la comunicación como “la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor sobre un referente por medio de un médium”.¹³

1.4 TEORÍA DE LA MEDIACIÓN SOCIAL

Es un paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen al interior de un proceso social. Se define a la mediación como la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden.

¹¹ Idem 167.

¹² Idem 172.

¹³ Concepto proporcionado en la Fes Acatlán dentro del seminario extracurricular “Opinión Pública”.

La hipótesis que plantea la teoría de la medicación social es que cada sociedad está interesada en transmitir y conservar el conjunto de sistemas de orden mediante los cuales impone una determinada visión del mundo.

Uno de los objetivos que plantea el paradigma es que el sistema de orden no cambie, aunque se modifiquen los objetos que sirven para transmitir el repertorio de mensajes, además de dar orden a las cosas, hechos, objetos y conceptos que se han dando de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales.

Este orden se puede formalizar en los tópicos que Manuel Martín Serrano indica como modelos mediacionales.

La mediación como forma reguladora suele encomendarse a instituciones:

- ❖ culturales
- ❖ científicas
- ❖ profesionales

Cuando el mediador introduce un modelo de orden entre las cosas, permite ofrecer una visión estable del mundo en donde se encuentra por lo que se produce un cambio importante y la información del mediador cesa de tener por objeto la realidad original y, por el contrario, trata de explicar el orden como una forma de interpretar al mundo, es decir tiene que ver con la convivencia de los grupos y su estabilidad para poder desarrollarse.

1.4.1 INSTANCIAS MEDIADORAS

Todas las instancias normativas pueden ser estudiadas desde el punto de vista de la teoría de la mediación, en cuanto mediadoras en los procesos sociales se catalogan en:

- 1 *Clase social*: como instrumento de mediación entre la estructura de producción y las relaciones de producción.
- 2 *Política*: como un instrumento de mediación entre los recursos y las aspiraciones.
- 3 *Educación*: como un instrumento de mediación entre los recursos y comportamientos.
- 4 *Psicoterapia psicoanalítica*: como un instrumento de mediación entre los instintos y la socialización.

1.4.2 MODELOS MEDIACIONALES

Dentro de los parámetros de la mediación se afirma que un modelo es comparable a un código porque:

1. Puede interpretarse como un mero sistema codificante que significa lo mismo que una estructura.
2. Si todo modelo es un código, entonces significa lo mismo que coerción.

1.4.3 ESTRUCTURA

La estructura y los códigos son modelos que permiten unificar la diversidad del acontecer desde el punto de vista sociocultural compartido “a priori” por el mediador y los receptores.

1.4.4 COERCIÓN

El modelo de coerción explica que es una forma de tomar partido acerca de “lo que ocurre”, lo que equivale a decir que código e ideología son términos que designan en este contexto, la misma cosa.

Tal información contenida en un modelo de mediación indica los grados de libertad de las definiciones de la realidad, de las interpretaciones alternativas que puede tener un miembro de una comunidad respecto al significado del acontecer, respetando el código.

La significación del código como control social es una constante cultural.

En la medida que el mediador utiliza los mismos supersignos para pensar y actuar orden equivalen al modo establecido para entenderse con el mundo.

1.4.5 DISONANCIA

La disonancia ha sido descrita por Festinger como un estado de incomodidad o tensión producido por la concurrencia de dos elementos cognoscitivos igualmente aceptados por el sujeto que lleva a los sujetos afectados a realizar algún esfuerzo por restablecer la consonancia.

Un elemento cognoscitivo es cualquier opinión o creencia acerca del ambiente, de uno mismo o de la conducta de uno mismo. Por ejemplo: A y B son disonantes si uno implica la negación del otro por ejemplo, la tecnología antifecundatoria es disonante respecto a las normas católicas de procreación para un creyente.

1.4.6 MODELOS DE MEDIACIÓN

La mediación se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales. Se definen cuatro modelos culturales y cuatro sociales.

1.4.7 MODELOS SOCIALES

Se localiza la ideología que se utiliza para interpretar al mundo.

- Mosaico: datos desunidos unos junto a otros.
- Jerárquico: datos dependientes.
- Articular: cambio de códigos para transmitir los mismos datos.
- Latente o abstracto: oculta los datos.

1.4.8 MODELOS CULTURALES

Se visualiza la interpretación histórica del acontecer.

- Medieval: obra de Dios
- Ilustración o Enciclopedismo: ciencia experimental.
- Capitalismo: desarrollo tecnológico.
- Capitalismo monopolístico: medio artificial.

1.4.9 PLANOS MEDIACIONALES

Cuando existe disonancia entre lo que se informa y lo que acontece, surgen los planos que permiten la reducción de la disonancia.

Manuel Martín Serrano propone tres planos:

- a. *Plano de la situación*: constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social, por ejemplo, un suceso que afecta al grupo social, una norma que cambia, un código nuevo, etc.
- b. *Plano de los principios*: constituido por las circunstancias cuya

preservación es fundamental para el grupo, por ejemplo, bienes de producción, normas, etcétera.

- c. Plano de la mediación: es el plano cognitivo en el que se verifica un proceso de interacción entre los otros dos planos.

1.5. LA OPINIÓN PÚBLICA

La Teoría General de Sistemas, Teoría de la Mediación y Teoría de la Comunicación aportan hasta este momento los conceptos necesarios para identificar a la Opinión Pública como un subsistema de la Comunicación, así como para establecer los elementos que componen lo que se considera un sistema y por tanto objeto de análisis.

1.5.1 DEFINICIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

“La Opinión Pública es el conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección, ni intensidad) producida por los actores (miembros de un grupo social específico) a través de instrumentos de comunicación para generar representaciones sobre un referente público.”¹⁴

La Opinión Pública se observa a través de la expresión y permite el consenso o disenso de los asuntos de interés público.

La Opinión Pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión.

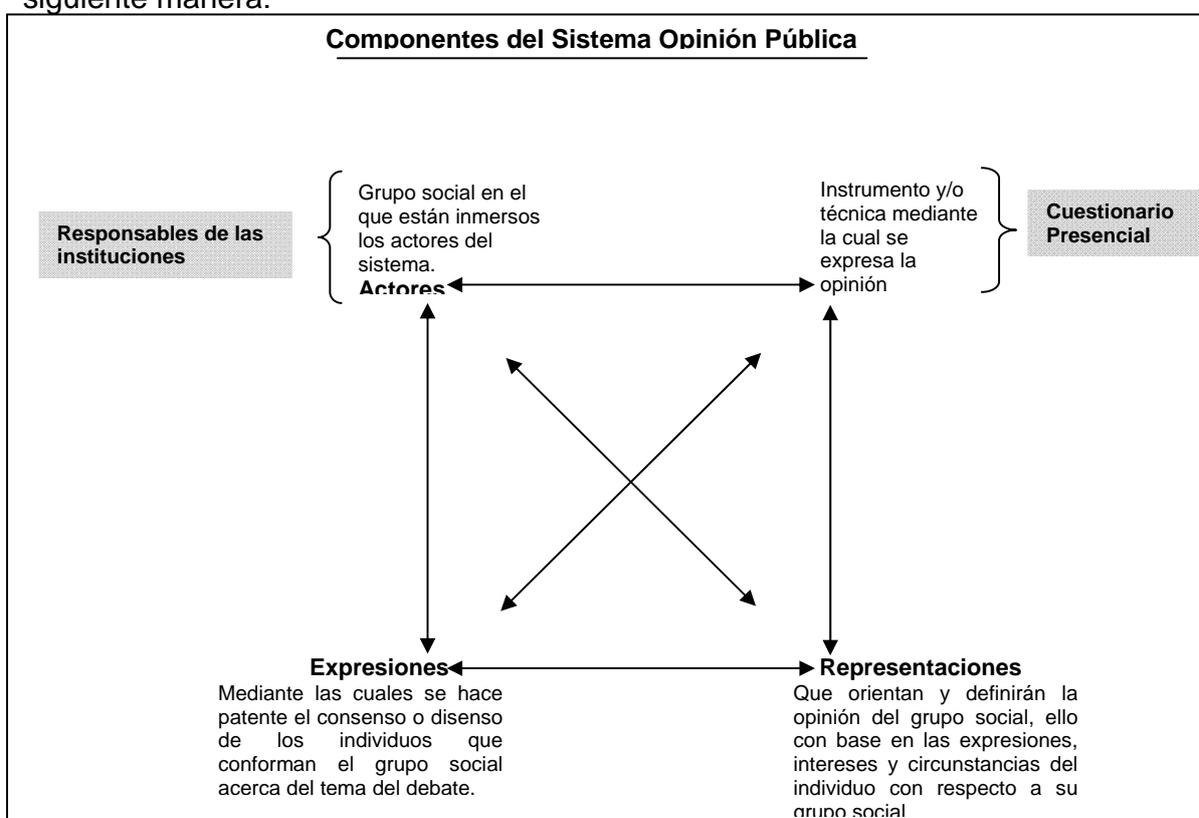
Para estudiar a la Opinión Pública dentro del Sistema Comunicativo, es necesario reconocer que es un subsistema perteneciente al Sistema Comunicativo, ya que comparte con él a sus elementos estructurales (Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones), pero las Expresiones les dan sentido de pertenencia al sistema comunicativo.

¹⁴ Concepto proporcionado en la Fes Acatlán dentro del Seminario Extracurricular de “Opinión Pública”

1.5.2. COMPONENTES DEL SUBSISTEMA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

La opinión pública se observa a través de la expresión y permite el consenso o disenso de los asuntos de interés público y puede ser entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión. Por ello el sistema comunicativo establece relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas.

Así, se establecen los componentes del sistema de la Opinión Pública de la siguiente manera:



1.5.3 CARACTERÍSTICAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Por lo antes expuesto se concluye con las características de la opinión pública:

Cumple con la condición de ser una entidad real.

1. Los elementos que la constituyen como sistema son Actores,

Expresiones, Instrumentos y Representaciones.

2. Es un tipo de expresión por lo que es un subsistema del Sistema de la Comunicación.
3. Está conformada por opiniones de individuos, que no necesariamente tienen la misma dirección ni intensidad.
4. Se da entre los miembros de un grupo social.
5. Tiene como referentes a los temas públicos

1.6 HISTORIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA¹⁵

En el siguiente subtema se explica un resumen de la historia de la Opinión Pública en las diferentes etapas de la historia de la humanidad en las que evolucionó hasta llegar a ser un objeto de estudio.

1.6.1 LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA COMUNIDAD PRIMITIVA

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

Como lo han mostrado las ciencias sociales y demostrado las biológicas se define que:

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

Además de estar presente en todas las sociedades que han existido, la comunicación es un elemento estructurante de la personalidad del hombre.

¹⁵ Contenidos proporcionados por la Lic.Olga Gallo Romo dentro del Seminario de Opinión pública de la Fes-Acatlán.

Por medio de la comunicación se permite la transmisión de las costumbres, hábitos, actividades y de los avances en las diferentes razas que han prevalecido a lo largo de la historia.

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.

No son únicamente las capacidades innatas que posee el hombre lo que lo hacen ser una de las especies más desarrolladas:

- a. sino es precisamente su capacidad para aprender de su entorno, y así no sólo saciar sus necesidades básicas.
- b. sino también buscar formas de trascendencia espiritual.

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

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

1. La protección de los individuos frente a la naturaleza.
2. El abastecimiento de alimentos.
3. La posesión de un territorio.

Estos se clasifican en los rubros de sobrevivencia y conservación de la propiedad privada. Ejemplo: los actores facultados discutían sobre un referente público para llegar a acuerdos.

Para recapitular sobre este período, se deja por argumentado los referentes de interés común:

- ❖ La realidad de la muerte estimuló, desde el Paleolítico Inferior, alguna forma de pensamiento sobre la continuidad de la vida no física del individuo, lo que propició la construcción de enterramientos no naturales.
- ❖ La visualización de los restos del arte paleolítico permite establecer los principales referentes comunicativos acerca de los animales, los hombres y el tiempo.
- ❖ Desde que el hombre llega a tener conciencia de sí mismo y del medio que lo rodea, siempre ha tenido como referente a la muerte, a la que se ha representado de múltiples maneras, ya sea de manera simbólica o a través de ceremonias religiosas y espirituales.
- ❖ La escultura neolítica parece estar directamente relacionada, por lo menos en sus inicios con las prácticas funerarias.
- ❖ Las tres temáticas que afectaban al grupo social -y sobre las cuales había que llevar a cabo un consenso- son la protección de los individuos frente a la naturaleza y otros grupos, el abastecimiento de alimentos y la posesión de un territorio. Aspectos que se clasifican en el rubro de la sobrevivencia y conservación de la incipiente propiedad privada.

En lo referente a los roles de los actores de la comunicación se puede mencionar que:

- 1 Las primeras muestras de la cultura humana se tienen en el período paleolítico.
- 2 Se atribuye a los neanderthales formas avanzadas de comportamiento y pensamiento simbólico.
- 3 El homo sapiens apareció en el período paleolítico superior y significó un paso definitivo en su desarrollo, lo que le condujo a crear o a perfeccionar una red de relaciones de tipo simbólico que le habrían de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión).
- 4 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.

En lo tocante a la forma en que llegaban a los consensos:

Al conformarse la humanidad en los albores de las comunidades primitivas, se desarrolla el primer y más arcaico sistema estamental en el cual ya existe un código de referencia común entre todos los integrantes de dicho grupo social.

La llamada libertad civil, colectiva permite protección, alimento y territorio, a través de la creación, desarrollo y consolidación de un Estado como conformación política, económica y social.

De manera general se puede decir que:

1. La opinión pública, en su aspecto fenoménico, se origina y realiza al interior de la vida social de los grupos humanos y de esta forma tiene pertenencia en estos grupos.
2. La opinión pública en esta etapa, se presenta como fenómeno que cumple una función de carácter comunicativo, no ejecutivo sino expresivo, con capacidad simbólica, ya que rescata la capacidad natural del hombre para comunicarse no sólo acerca del presente sino también sobre ideas y sucesos del pasado y del futuro, con lo cual se ahorra energía y se cumple una función de carácter social de producción y reproducción tanto de ideas como de bienes.

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, íbices, jabalíes, bóvidos salvajes, rinocerontes lanudos y mamuts peludos. En algunas ocasiones también pintaron figuras humanas con máscaras y símbolos relacionados con su instinto de reproducción.

La sedentarización del hombre trajo consigo cambios sustanciales en la forma de concebir el mundo: Un ejemplo es el cuidado del entorno ecológico que se convirtió en un apremiante, pero a la vez decayó en la depredación del medio conforme fueron creciendo las comunidades, (el medio ambiente es un tema de interés público).

El tiempo del desarrollo se torna consciente 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 tipo simbólico que le habían de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión).

1.6.2 LA OPINIÓN PÚBLICA EN MESOPOTAMIA

Mesopotamia significa país o lugar entre 2 ríos porque se asentó en la cuenca del río Tigris y Eufrates. Es el resultado de varios pueblos asentados en el próximo oriente además es la primer cultura en la historia gracias a la aparición de la escritura.

Su evolución se remonta a la prehistoria o protohistoria (antes de la historia que se comenzó a apuntar en años). Se distingue de otras culturas por su aportación de la escritura, ejemplos: poema del Gilgames y código de Hamurabi.

Esta cultura creía en la vida y en la muerte, pero no en una vida después de la muerte. La sobrevivencia estaba ligada a la caza, la pesca y la recolección de frutos.

Algunos referentes de esta cultura se plasman en paredes y cuevas como animales, ciervos, cabras, venados, (animales domesticados que incluso servían como alimento) y las figurillas humanas.

Hay tres grandes periodos del imperio mesopotámico: sumerio-arcadio (3000-2340 ac) en el que se erigieron ciudades como UR, Uruk, Mari. El Segundo periodo fue el reinado de Nabucodonosor (605-562), que fue el de mayor auge porque Mesopotamia se convierte en el centro del mundo, se construye la fastuosa ciudad de Nínive y finalmente, el periodo de decadencia en el que se da la conquista de los persas a dicha civilización.

En el siglo XIX (1849-1850) se descubrieron las ruinas del palacio de Nínive, donde se encontró la biblioteca de Assurbanipal con más de 26,000 tablillas, en las que se concentró todo el saber de los babilonios y asirios.

Por dichas inscripciones, se supo que la famosa babilonia poseía: 53 templos dedicados a dioses, 55 al dios Marduk y 300 a deidades de la tierra y 600 a las del cielo.

Mesopotamia entra en la historia en el paso del IV al III milenio, de esta época datan las primeras tablillas de escritura pictórica halladas en Tell Abu Salabij. En dichas tablillas, se recogen no sólo transacciones comerciales, sino mitos, himnos, construcciones pedagógicas, (no materiales, sino ideales de enseñanza) e historia.

A diferencia de la cultura egipcia que tenía su fundamento en una vida más allá de la muerte, la mesopotámica negó toda posibilidad ultraterrena. Por ello las formas artísticas surgieron como exaltación del poder temporal encabezado por el rey.

En el poema épico del Gilgames, Enkidu fue creado de barro por la diosa Ururu para destruir a Gilgames. Uno de los temas principales es la concepción de la muerte como condenación y como infierno. Ningún cuerpo humano, ni del héroe Gilgames, perduraría en el más allá.

El arte desarrollado en Mesopotamia difiere de otras culturas, responde mucho más a una estética hedonista con predominio de los sentidos, que del intelecto. Las expresiones son demanda del Rey, nunca del pueblo pobre y hambriento.

Los referentes públicos son la exaltación de los triunfos, glorias, dominación de pueblos y la guerra.



Por ello, no es extraño que las tumbas no adquirieran especial relevancia en el arte mesopotámico, aunque no significa que la muerte no les angustie y que los héroes mitológicos busquen las hierbas de la inmortalidad.

Los dioses eran seres que podían intervenir en las cosas de los hombres; poseedores de la tierra, de sus frutos y de sus riquezas. Los campesinos cultivaban las tierras de las divinidades y entregaban las cosechas al templo. Los gobernantes eran solo los administradores de las divinidades.

La cultura mesopotámica, al igual que otras culturas, siempre creyó en seres superiores, no son terrestres, sino más bien divinos.

El poderío a veces irracional de los reyes generó una nueva clase social reconocida y respetada: la burocracia que trabaja en palacio, conocidos como “hijos de palacio”, enviados por las clases más desprotegidas.

1.6.3 LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA COMUNIDAD EGIPCIA

La creación del mundo es el acontecimiento que genera la compleja red de divinidades egipcias. La primera cosmología que se elaboró para constituir un verdadero sistema teológico fue la del santuario de Heliópolis, que tuvo en el número nueve su sistema de ordenación.

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 y con la ética emanada del poder.

En relación a la estructura social egipcia, el personaje que ocupaba el máximo rango social era el rey, quien era tenido por un dios o emisario de un dios

y, por tanto, digno de adoración.

La historia egipcia se inicia hacia el año 3000, (final del periodo 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 y las instituciones.

El inicio de cada reinado suponía la vuelta al principio, sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones para precisar la fecha de cualquier acontecimiento.

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.

Los asentamientos humanos egipcios se remontan al periodo 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 sólo monarca. Convirtió al Egipto faraónico en el Imperio que ha perdurado durante un mayor lapso de tiempo en la historia de la humanidad.

La civilización egipcia muestra la complejidad de una cultura que nació en el tercer milenio anterior a la era actual y sobrevivió aproximadamente tres mil años.

En cuanto a los roles de los actores de la comunicación se puede mencionar que:

- 1 En el imperio antiguo fue cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones. Es

la época en la que la piedra, en las construcciones oficiales desbancó por completo el adobe; la época en que se levantaron

- 2 Las grandes pirámides y los templos solares, en la que se desarrolló la estatuaria, el relieve y la pintura, y en la que proliferaron las timbas.
- 3 Entre las aportaciones más importantes de esta cultura cabe destacar la escritura jeroglífica, heredada por los sumerios.
- 4 Egipto es el imperio que ha perdurado durante un mayor lapso de tiempo en la historia de la humanidad.

En cuanto a los referentes de interés común en este periodo se encuentran:

- 1 La génesis de lo humano, representada en la creación del mundo que generó la compleja red de divinidades egipcias.
- 2 La religión, caracterizada por un Rey que era tenido por un dios, el Faraón era un ser omnisciente y de bondad absoluta, que procuraba el bien de los súbditos protegiendo al débil y haciendo que reinara la justicia. Su venida significaba la renovación de la primera creación, el restablecimiento del equilibrio de la naturaleza. Cualquier cambio en el trono no era algo exclusivamente temporal sino de orden cósmico. A la muerte del faraón, amenazaba el orden del universo.
- 3 La muerte–vida y/o felicidad eterna: ya que para los egipcios la vida en la tierra era sólo un aspecto de un ciclo invariable, un episodio efímero en comparación con el tiempo de la felicidad eterna, pero para la lograrla, el hombre había de vivir en este mundo en armonía con las reglas establecidas, con la ética emanada del poder.

En lo tocante a la forma en que llegaban a los consensos:

- 1 Existe un poder real absoluto que se apoyaba en una rígida teología basada en la preeminencia del Dios Solar Ra, lo que hacía que la administración interna del país obedeciera a una regulación muy estricta y escasamente flexible.
- 1 El clero tenía como función por delegación real, asegurar el mantenimiento permanente de la creación y el equilibrio universal obteniendo el primer día del mundo, gracias al cual se alejó el caos y se hizo posible la vida.

1.6.4 LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERIODO GRECIA – ROMA

El empleo de la Opinión Pública como un aspecto del gobierno democrático tiene una historia que se remonta a los griegos.

Los supuestos son:

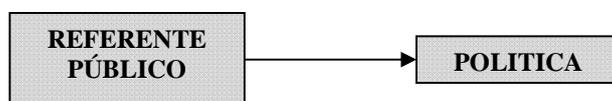
1. La comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad.
2. Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad.

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 a todos los integrantes del grupo social con derecho a opinar.

Comicios y Plebiscitos, eran la práctica democrática de uso más frecuente en Roma, también en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en los diversos ágoras de la ciudad.

De estas discusiones puede resultar cierto grado de acuerdos. El consenso será la base de la acción pública, de esta manera, se supone que las opiniones de la mayoría tienen el control, pero las minorías reciben protección.

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



1.6.5 LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA EDAD MEDIA

En la edad media el referente de la Opinión Pública pasa de un extremo a otro, notablemente perdió su relevancia política y la sustituyó por la religiosa.

Por ende, la Opinión Pública disminuyó su matiz político preponderante en los siglos de dominación romana. Un ejemplo de ello son las ideas religiosas que dominaban, como es el caso de la frase histórica tan bien conocida hasta nuestros días:

“Bienaventurados los pobres porque de ellos será el reino de los cielos”

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 instauro 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.

Los siervos, y en general el grupo social, aceptaban y no replicaban: ¿Para qué discutir los asuntos políticos si en esta vida solo se está de paso?, se daba

por hecho que a los únicos que debía incumbirles las decisiones sobre el ejercicio y la preservación del poder político era la parte minoritaria del grupo social conformada por la familia real. Por lo tanto, el único asunto de interés común a todo el grupo era la fe.

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.

El elemento ordenador del hombre y de la naturaleza era Dios, este disponía a través de sus representantes divinos en la tierra: los Reyes o Señores Feudales.

Jesucristo en vida posee el poder de su Padre, éste al morir se lo otorga a Pedro, la posesión de dicho poder significa que él será su representante en la tierra, Pedro al morir debe transferir este poder divino a otro y así sucesivamente. De esta manera los reyes de la Edad Media legitiman el control absolutista del que hacían objeto a sus gobernados.

Finalmente, de este periodo interesa rescatar tres aspectos importantes:

- 1) El referente público más importante de la Edad Media fue la Fe (en su ámbito religioso), que vista como institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en esencia y en espíritu.
- 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 público.

- 3) Los actores son los reyes o señores feudales y los representantes del clero quienes en la tierra eran los que representaban a Dios.
- 4) En cuanto a la forma en que se construyen los consensos, es importante mencionar que solo intervenían los reyes, señores feudales y clero quienes imponían a los siervos los consensos tomados.

1.6.6 LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA ILUSTRACIÓN

En el mundo occidental, la Edad Media tiene su fin aproximadamente en el siglo XV, a partir de éste comienza la etapa que conocemos con el nombre de Renacimiento. Se le llama de esta manera porque en este periodo renacen las artes, la ciencia y la tecnología.

El reconocimiento de las funciones de la Opinión Pública en una sociedad, junto con el requisito de las verdades públicas para el ejercicio de la libre discusión se funda sobre la idea del hombre como ser racional plenamente capaz de alcanzar por sí mismo la verdad en el orden político, social y económico.

Sí la libertad en una democracia está siempre equilibrada por un sentimiento de la responsabilidad individual por los propios actos, las premisas básicas de la democracia son que el poder político descansa en los ciudadanos y que al ejercer este poder a través de la expresión libre y organizada implica necesariamente el ejercicio de Opinión Pública. En otras palabras, el poder de la democracia está sostenido por una moralidad de la comunidad.

Es entonces cuando se vislumbra el establecimiento de nuevas formas de organización del estado, en donde cede el derecho individual en busca del derecho social, en el cual todos los integrantes del grupo social se encuentren debidamente representados.

El ejercicio de la Opinión Pública en el ámbito político volvió a considerarse

un derecho de todos los ciudadanos, además de que se le reconoció una importancia predominante dentro de los regímenes democráticos ya que a través de ella podía ejercerse el concepto libre de expresión de ideas, empezó a conceptuarse como tal en la Revolución Francesa y que posteriormente invadió al Nuevo Mundo con inclinaciones libertadoras, todo ello implicó que se le valorará como un objeto de estudio y no sólo como fenómeno.

En el Renacimiento, el valor de la Opinión Pública se liga estrechamente al concepto de democracia, ya que es a través de ésta que el poder político adquiere legitimidad y cobra un matiz preponderantemente político, y a diferencia de cómo se consideraba en Grecia y Roma, ahora es razonada como un objeto de estudio dada la importancia que representa para lograr la cohesión del grupo social y para la conformación e instauración de los nuevos regímenes políticos.

1.6.7 LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA EPOCA LIBERAL.

Características del Liberalismo:

El liberalismo abarca de la segunda mitad del siglo XVIII y aparece como la filosofía de la clase burguesa.

Se define por:

- 1 Su confianza en el hombre como ser racional y libre.
- 2 Por el progreso y por la felicidad universal.
- 3 Por la creencia en una armonía natural, social.
- 4 Por su visión individualista, pragmática y utilitarista de la vida.

La Revolución Francesa es la revolución liberal por excelencia y con ella triunfa la libertad de expresión, es decir, la verdad y la justicia ya no dependen del poder establecido, sino de la sociedad, entendida ésta como un organismo

de discusión libre, donde todos pueden opinar, escuchar y plantear problemas.

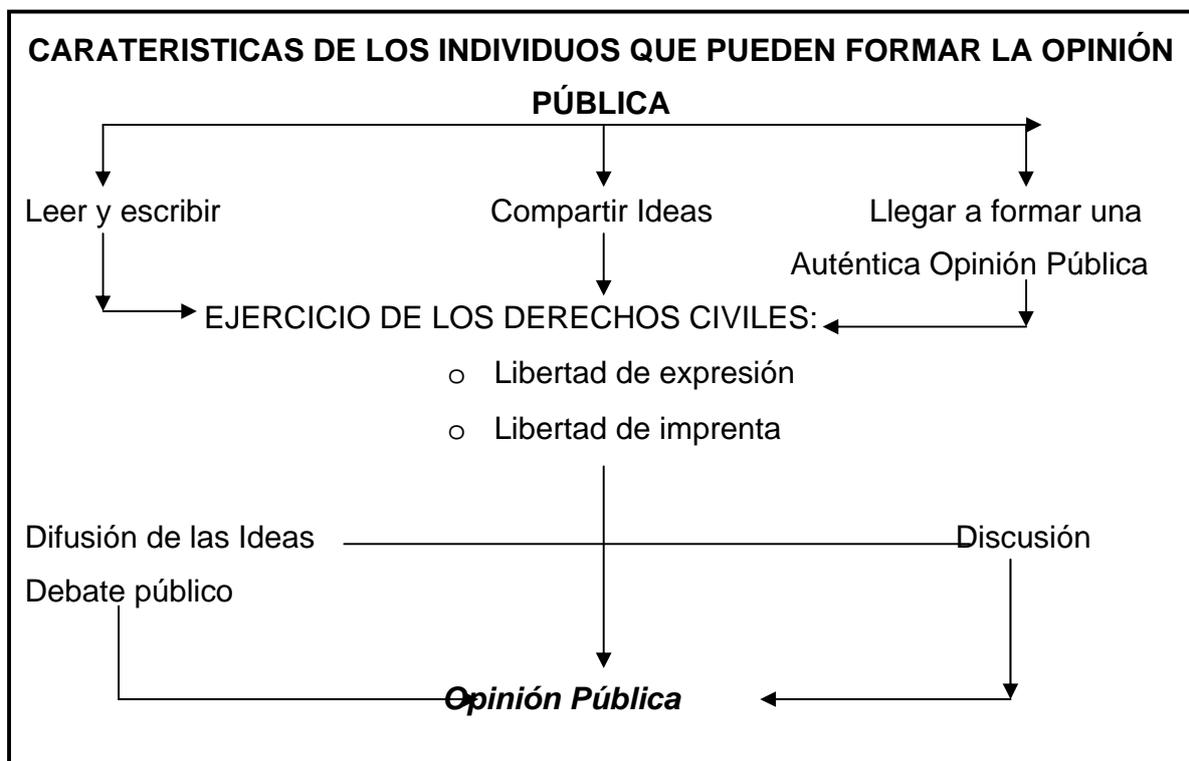
Con la Revolución Francesa, la Opinión Pública sale de los Círculos ilustrados y llega a la calle, aunque tenga que soportar ciertas opiniones contrarias a la Revolución.

Como consecuencia la expresión de la Opinión Pública es diversa, contradictoria, plural y persuasora sobre diversos temas que el grupo social considera y atañen a la sobrevivencia del mismo y que cobra importancia para otros grupos sociales no sólo en la medida en que le afecten a otros, por lo cual cada grupo busca difundir, comunicar y persuadir a otros grupos acerca de la importancia de prever fenómenos.

Se traslada al terreno de la vida pública, y la idea de mercado y las leyes de la oferta y la demanda también regulan el intercambio de opiniones, así las ideas de soberanía y participación política, el poder de la razón y la libertad de expresión serán las encargadas de poner en funcionamiento el debate público.

Como resultado, el mercado se ha modificado:

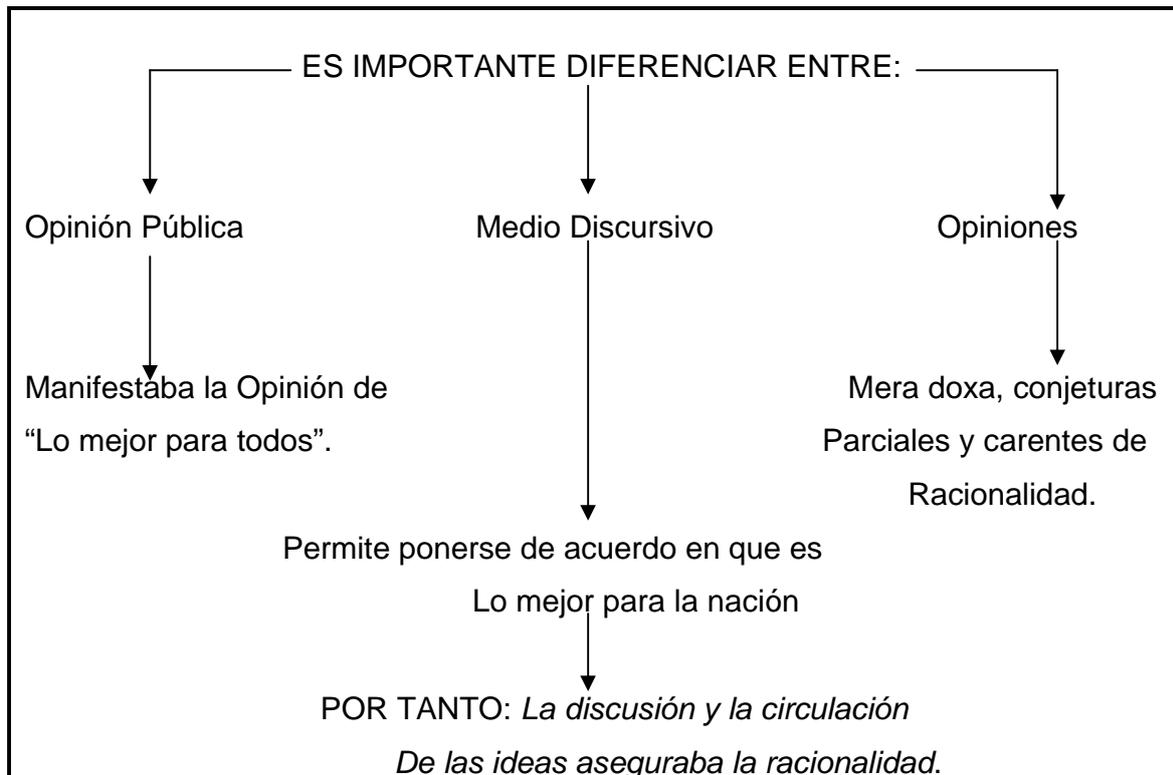
- a. El público y los productos cambiaron por las opiniones.
- b. El precio es el resultado del regateo anónimo de todas aquellas personas interesadas en un producto.
- c. La Opinión Pública será el resultado del pensamiento de todos aquellos ciudadanos interesados en un tema común.



Así se forma la opinión pública por el ejercicio de los derechos civiles a través de la libertad de expresión y de imprenta, este hecho permitió la difusión de ideas, la discusión y el debate público. Cuando emerge la Opinión Pública permite reproducir en el ámbito social las restricciones que se aplicaron en la formulación de la voluntad general.

Sin embargo la reflexión y el medio discursivo son insuficientes para alcanzar la opinión pública y se requiere del “intercambio de luces” el cual está difuso por no estar sujeto a procedimiento; mientras que el parlamento tenía su momento decisivo y parlamental mediante la votación.

La voluntad general, es decir aquel iluminado, se lograba identificar a través de la ley que era aprobada por la mayoría y traía como consecuencia que la Opinión Pública fuera susceptible a diversas interpretaciones, por ello es importante tomar en consideración el siguiente cuadro:



Se tiene que tomar en cuenta que entre la edad media y la ilustración hay una ruptura epistemológica, es decir en la Ilustración se da un reconocimiento igualitario que permite una apertura en la Opinión Pública a través del debate de ideas y se da un paso de la fe a la política. Además hay una clara diferencia entre la Opinión Pública y la Voluntad General.

OPINIÓN PÚBLICA	VOLUNTAD GENERAL
Representada por la sociedad	Representada por el Estado
Expresada colectivamente a través de la Opinión Pública.	Se encargaba de la toma de decisiones y elaboración de leyes.

Otra característica de la voluntad general es que está depositada en cuerpos (hombres) jerárquicos que tienen la facultad de representar la voluntad de los otros.

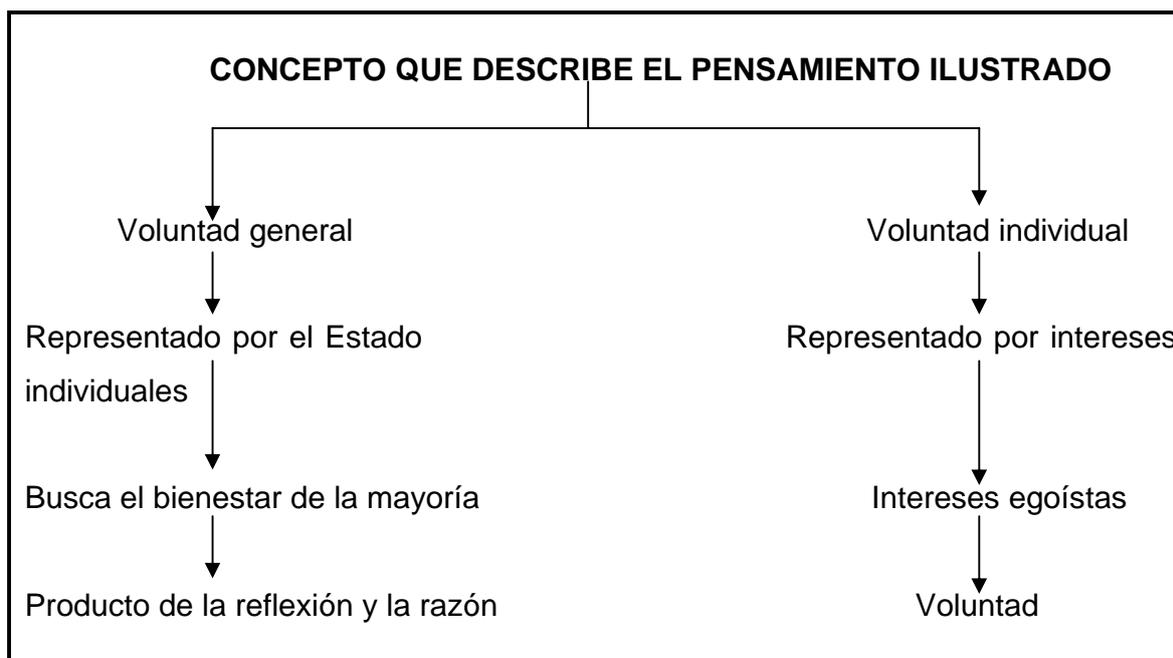
Precisamente surge el parlamento con la exclusiva de dictar la ley y

“manifestar la voluntad general” por medio de la Opinión Pública y con la participación de los individuos para crear una presencia mediata no directa.

Sin embargo, 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.

Se estableció el sufragio restringido el cual pretendía seleccionar a aquellos individuos que sí representaban el interés general; eran personas ilustradas y preparadas capaces de renunciar a intereses personales por el bienestar y prosperidad del estado. Como consecuencia la representación de la nación está dada por un ente abstracto y unitario y no un mero agregado de provincias o estamentos. La justificación fue que no todos los individuos pueden representar la voluntad general, por lo tanto no participan de las decisiones.

A su vez la doctrina liberal negó la democracia directa y el sufragio universal porque el representante o gobernante manifestaba la voluntad de toda la nación y no la de un grupo social.



Para que la Opinión Pública se observara como un campo de estudio, se dio un acercamiento entre lo social (grupos) y lo comunicativo (individuos) en una realidad interrelacionada donde existe intersección como una nueva temática. Pero los pensamientos ideológicos de la época crearon una controversia planteada en las siguientes cuestiones:

1. ¿La Opinión Pública es un conjunto o suma de opiniones individuales?
2. ¿La Opinión Pública es una reflexión elaborada por individuos ilustrados, racionales y conocedores del asunto público?

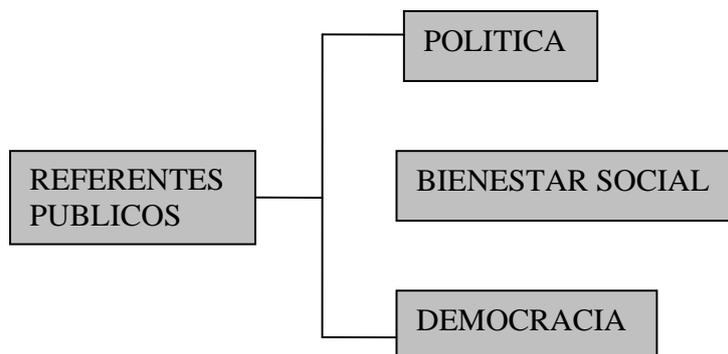
El pensamiento liberar del Siglo XVIII- XIX se caracteriza por enarbolar preceptos dicotómicos: Ejemplos:

- Individuo-Nación
- Sociedad – Estado
- Voluntad general- Voluntad individual

No hay puntos intermedios, por lo tanto se niega la existencia de:

- 1 Partidos políticos
- 2 Asociaciones
- 3 Corporaciones

Los actores de la opinión pública en la ilustración eran el Estado, los senadores y en general el cuerpo legislativo. Los ciudadanos, principalmente hombres sabios e ilustrados, quienes expresaban la voluntad colectiva.



Los consensos se presentaban en tres formas:

- a) Mediante la aplicación de la voluntad general, contraria a la voluntad individual o egoísta; la voluntad general estaba en manos de funcionarios públicos o del Estado, quienes argüían que en dicha voluntad general estaban representados los intereses de la mayoría.
- b) La opinión pública se constituye para hacer contrapeso e incidir en la toma de las decisiones políticas.
- c) Se supuso que la voluntad general regía políticamente debido a que se consideraba producto de la reflexión desinteresada y sobre todo porque provenía de la razón y no se equivoca.

1.6.8 PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA OPINIÓN PÚBLICA¹⁶

Vertientes actuales de la Opinión Pública

- 1 Aquellos que tratan de conocer la Opinión Pública de algunos grupos sobre un tema específico utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensan o hacen.

- 2 Aquellos que tratan de hacer una teoría de la expresión de la Opinión Pública aclaran cómo el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la Opinión de los diversos grupos sociales.

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

La dinámica actual de la Opinión Pública se da:

1. En la actualidad quienes producen la opinión y las agendas de discusión son una proporción muy pequeña de la población total. Sólo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos y dependen de su visibilidad.

¹⁶ Apuntes obtenidos dentro del Seminario de Opinión Pública impartido al interior de la Fes Acatlán por la Lic. Olga Gallo Romo.

2. Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias en saberes especializados.
3. Los medios de comunicación masiva que hacen visibles a quienes dicen sustentar la opinión pública, devienen en verdaderos intermediarios, también con intereses propios, entre la clase política y quienes la sustentan entre éstos y el público.
4. La actual esfera pública está fragmentada, por un lado perduran los individuos semejantes al ciudadano clásico de la ilustración, informados, interesados, orientados por el arquetipo racional y con acceso a los medios de comunicación que participan de la discusión pública: los periodistas, los expertos, los políticos, algunos empresarios y profesionistas, entre otros.
5. Quienes sustentan la Opinión Pública transitan las esferas públicas ilustradas; en tanto, la audiencia de la política y de la información sobre los asuntos políticos, despliega sus opiniones como opinión popular a través de los registros de encuestas.
6. Las encuestas imponen temas, formulan preguntas sobre lo que habitualmente no se piensa, limitan opciones de respuesta; o registran aquello que los individuos dicen, verbalmente, que harán o harían, prefieren o preferirían.
7. Las encuestas se hacen, se publican, se organizan, almacenan y se usan como anclas de verdad. Cuando se hacen con seriedad validan los hechos que la experiencia ha documentado sobradamente, aún tratándose de cuestiones electorales.
8. Pensar que en general el público miente a los encuestadores o que la mayoría de las agencias de investigación fabrican resultados carece de

sustento empírico. Ciertamente un entrevistado puede por momentos o en ciertos temas responder o no responder lo que piensa, pero un buen diseño técnico de una encuesta debe considerar esta circunstancia anticipando al daño que esto puede provocar. Y si bien es cierto que hay agencias de investigación que pueden fabricar resultados a conveniencia, también es cierto que son menos, por lo que las agencias honestas sobreviven al mercado por su credibilidad.

9. La opinión política que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento de lo político, el que es más complejo de los dichos de los individuos acerca de sí y de sus relaciones, se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, el de la conciencia práctica y el de la conciencia discursiva.

10. Los registros de la opinión popular en materia política, es decir, las encuestas, dan cuenta de una dimensión de la relación que las personas guardan con el sistema político, pero subsisten otras que sólo pueden penetrarse a través de técnicas de investigación diferentes. En pocas palabras las encuestas no agotan el saber de un tema.

Una encuesta registra los dichos sobre una preferencia o una posible acción. La encuesta electoral podría presentar proporciones sobre las intenciones de voto.

La expresión de lo que los miembros de distintos grupos sociales producen con respecto a referentes públicos.

- No es única
- Ni homogénea
- Ni verdadera
- Ni válida
- Ni representa la mejor
- Ni la única vía para dar cuenta de los fenómenos sociales

La utilidad de los estudios de Opinión Pública se deben tomar con las reservas teóricas. Sirven para coadyuvar a la toma de decisiones de carácter político, económico y cultural.

Las instituciones recurren cada vez con mayor frecuencia a estudios de Opinión Pública para diagnosticar, explicar y planificar acciones que tienen incidencias en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes y corrientes.

La Encuesta:

- Es una técnica que consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, a través de un cuestionario estructurado sobre un determinado tema¹⁷.

Características:

- La información recogida se emplea para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas sociales.
- Sirven para diagnosticar, evaluar, pronosticar y tomar decisiones.
- La emplean disciplinas como:
 - Sociología
 - Ciencias Políticas
 - Psicología

El instrumento que se utiliza para levantar una encuesta es el cuestionario, el cual se formula considerando:

1. Un marco teórico conceptual
2. Una hipótesis (con sus variables)

¹⁷ Rojas Soriano. Guías para realizar investigaciones sociales.p.137

Los objetivos de la investigación:

La elaboran especialistas en el tema e investigadores sociales.

En comunicación se emplea para conocer la Opinión Pública de un grupo social acerca de un tema público. Requiere de método, el cual valida los resultados mediante la operacionalización de variables, selección de la muestra y estratificación.

El Sondeo:

- Son preguntas que se hacen a algunas personas que se encuentran o camina por alguna parte de la ciudad, cuyo levantamiento de datos es azaroso y sin validez metodológica.

Características:

- Carece de método
- Azaroso
- Temas de interés público
- No permite generalizaciones
- Muy utilizado en los medios masivos de comunicación por su facilidad y bajo presupuesto para realizarlo
- Con fines informativos e ideológicos
- De uso frecuente en el periodismo actual
- No da cuenta de la realidad social
- Su formulación es sencilla y breve

1.6.8.1 APORTES DE LA INVESTIGACIÓN NORTEAMERICANA A LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN.

La investigación mediante encuestas es, producto básicamente, en este siglo de investigadores norteamericanos.

Samuel A. Stouffer, Pionero en la investigación al aplicar métodos empíricos a problemas sociales, empezando con el análisis de los efectos de la depresión en los Estados Unidos, y la compilación de los estados tocantes a la condición de los negros norteamericanos durante los 30`s.

Al inicio de la segunda guerra mundial dirigió la rama de la información y la educación del ejército de los EUA reuniendo a un grupo de científicos sociales para examinar cuestiones tocantes a la prosecución de la guerra. Durante el macartismo de comienzos de los cincuentas, dirigió encuestas nacionales para examinar los efectos de la cruzada anticomunista.

El legado de Stouffer continua en los diseños de estudio actualmente utilizados: métodos de muestreo, diseños de cuestionarios, lógica de análisis, entre lo más importante, su contribución radica en los aportes al campo de muestreo y la recolección de datos.

Ha desempeñado un papel de gran importancia en la creación de definiciones estandarizadas para muestreos y métodos para aplicar estas definiciones de campo.

Paul I. Lazarsfeld. empleó el equipo mecanizado procesador de datos para elucidar y formar la lógica del análisis de encuestas. Formó el 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.

1.6.8.2 APORTE A UNIVERSIDADES, INSTITUCIONES Y ASOCIACIONES

Lazarsfeld y Stouffer, contribuyeron a reunir y preparar jóvenes científicos sociales quienes participaron y crearon instituciones de gran importancia como:

- El centro nacional de investigación de la opinión, de la universidad de Chicago.

- El centro de investigación de encuestas de la universidad de Michigan.
- El centro de investigación de encuestas de la universidad de California en Berkley.

En la actualidad existen institutos similares en universidades por todos los Estados Unidos y ahora en países latinoamericanos como México y Brasil.

Algunas de las virtudes de la investigación por encuesta:

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

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

Cada vez que el investigador por encuestas trata de explicar las razones y las fuentes de hechos observados, sus características y correlaciones, deben adoptar una actitud determinista.

El formato de la encuesta permite hacer una elaboración clara y rigurosa de un modelo lógico, esto aclara el sistema determinista de causa efecto.

En la práctica, los datos de la encuesta permiten facilitar la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico. Su formato permite el riguroso desarrollo paso a paso y la prueba de tales explicaciones lógicas.

Mediante el examen de cientos y aun miles de interrogados en las encuestas, es posible, poner a pruebas proposiciones complejas que incluyan

diversas variables de interacción simultánea.

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

Más recientemente, las encuestas comerciales han resultado fuente inapreciable de datos para el análisis secundario y se han publicado muchos libros y artículos académicos en que se informa con el más detallado análisis de datos inicialmente recabados con procesos descriptivos y comerciales.

ASOCIACIONES:

- Asociación sociológica Norteamericana
- Asociación norteamericana de ciencias políticas
- Asociación norteamericana para la investigación de la opinión pública (AAPOR).

REVISTAS

- Public Opinión Quartely (POQ) que nace en 1937. Tiene una sección dedicada a las encuestas, al estudio y a la cuantificación de la opinión Pública.

EMPRESAS

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

CAPÍTULO 2

MARCO CONTEXTUAL

CAPITULO 2.- MARCO CONTEXTUAL

Si se tiene como referencia teórica la “Teoría General de Sistemas” planteada por Manuel Martín Serrano se utilizará para identificar los Sistemas Históricos, Culturales y Sociales del Grupo Bimbo, Barcel y Ricolino.

La razón por la cual se escriben los sistemas de las tres empresas, es porque la fábrica Ricolino corresponde y al mismo tiempo tiene razón social con Barcel, a su vez, Barcel pertenece como empresa y marca filial al Grupo Bimbo.

Cada una de las empresas tiene su propia misión, visión y su propio organigrama, sin embargo, las tres están regidas bajo el mismo código de ética, valores y propósitos. A continuación se desglosan cada una de ellas.

2.1.-SISTEMA HISTÓRICO DE GRUPO BIMBO, BARCEL Y RICOLINO

2.1.1.- ANTECEDENTES DE GRUPO BIMBO.¹

El 2 de diciembre de 1945 se inaugura la primera planta del grupo industrial Bimbo, en ese tiempo bajo el nombre de Panificación Bimbo S.A. ubicada en la Colonia Santa María Insurgentes.

El producto terminado de la primera producción salió a las 15 hrs. de ese día. Los primeros tipos de pan que se elaboraron fueron Super-Pan Bimbo Grande, Chico, Negro y Tostado y en 1947 sale al mercado la línea de panquelería, entre ellos el Panqué y el Pimpinela.

¹ Recopilación por parte de la investigadora dentro de las Instalaciones de la Fábrica Ricolino. Septiembre 2007

Desde febrero 1980, la empresa cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores. Está clasificada entre las diez primeras por su relación precio/valor en libros y ha declarado dividendos en forma consistente año tras año.

2.1.2.- ANTECEDENTES DE BARCEL²

Iniciaron operaciones con la compra de una fábrica de botanas en la ciudad de Querétaro en 1977, lo que dio origen a Productos Nubar, S.A. de C. V. Posteriormente se realizó la construcción de dos plantas, una en Gómez Palacio, Durango en 1982 y otra en Lerma, Estado de México en 1990, en donde se producen y comercializan botanas saladas.

En 1999, se iniciaron operaciones en Mexicali para elaborar productos de maíz. En el 2004 arrancaron las operaciones de la planta de tortillas y tostadas de maíz en Atitalaquia, Hidalgo, la cual era operada por Bimbo.

Inauguró también en el 2004 la tercera planta del País, ubicada en el Parque Industrial Yucatán, en Mérida, con una inversión de 74 millones de pesos, la cual produce botanas de maíz, chicharrón, palomitas y extruidos, para atender la demanda del sureste nacional y de exportación

Esta nueva planta cuenta con una capacidad de producción de 10,000 toneladas anuales, y su producción se destina a cubrir la Zona Sureste del país, y exportar a Estados Unidos y posteriormente a Centroamérica.

Se generan 124 plazas de trabajo permanentes, que se vienen a sumar a los 136 colaboradores del área de comercialización, donde los canales de distribución son: misceláneas, mayoristas, autoservicios, club's de precios y tiendas de conveniencia.

² Recopilación por parte de la investigadora dentro de las Instalaciones de la fábrica Ricolino y la página de Internet www.barcel.com.mx.

2.1.3.- ANTECEDENTES DE RICOLINO³

La diversificación de Bimbo en productos ajenos a la panadería y la pastelería nació en 1973, cuando la empresa decidió fabricar mermelada de fresa. Esta línea de las llamadas Mermeladas Carmel respondió a la necesidad de abastecer a Marinela de materia prima.

La verdadera expansión de Bimbo en líneas ajenas a la panadería y la pastelería surgió al observar que la industria de dulces y chocolates no atendía con suficiencia a los detallistas que Bimbo y Marinela visitaban a diario y conocían a la perfección. “Pensabamos —recuerda Lorenzo Servitje— que un sistema de distribución como el nuestro podía constituir una ventaja”⁴.

Fernando Servitje, Director de El Molino (y hermano menor de Roberto y Lorenzo), elaboraba algunos dulces como el Crunch y el Kranky, en una pequeña fábrica de chocolates llamada Barcel, misma que Bimbo adquirió posteriormente.

Así, Barcel pasó a formar parte del Grupo, que en los primeros años de los setenta fabricaba dulces y botanas. A partir de 1978, la confitería pasó a Dulces y Chocolates Ricolino.

Los éxitos de los dulces y chocolates se sucedieron durante esa década: la Paleta Payaso tuvo gran aceptación y dio un fuerte impulso a Ricolino; lo mismo sucedió con el Bubulubu, las Pasitas envueltas en chocolate y los confitones.

CRONOLOGÍA⁵.

AÑO 1960

³Grupo Bimbo. *Bimbo, una historia de creer y crear*. P.46

⁴Grupo Bimbo. *Bimbo, una historia de creer y crear*. P.47

En los años 60 nace Ricolino como una pequeña planta en la Cd. de México con el objetivo de elaborar algunos productos con chocolate que se fabricaban originalmente en la pastelería “El Molino”.

AÑO 1971

El Grupo Bimbo decidió iniciar su participación en esta empresa y con ello incursionar en nuevos segmentos de golosinas dulces.

AÑO 1975

En 1975 se inició la fabricación y venta de palomitas de maíz acaramelado y con mantequilla con una extraordinaria aceptación por los consumidores, dando origen a un cambio de vocación empresarial, pasando de ser sólo productores de golosinas dulces, a fabricantes y distribuidores de productos tanto dulces como salados. Con este hecho tan significativo, nace una nueva compañía de botanas que finalmente absorbió para ellas la marca original Barcel, surgiendo simultáneamente la nueva marca de dulces y chocolates que actualmente se identifica como Ricolino.

AÑO 1992

En el año de 1992 se tomó la decisión de separar la administración, las instalaciones y la distribución de las líneas de Barcel y Ricolino, manteniendo Barcel sus instalaciones y distribución e iniciando Ricolino la creación de su propio camino. Al darse en la misma situación, se da vida al proyecto “RI-MA” (Ricolino-Marínela) las dos unidas en la misma distribución.

AÑO 1995

⁵ <http://www.páginaricolino.com/información>

Organización Ricolino se encuentra integrado por cuatro plantas: Ricolino México, Ricolino Puebla, Ricolino San Luis Potosí y Productos de Leche Coronado en esta misma ciudad (S.L.P).

AÑO 1997

Nace Candy Max como una marca moderna y juvenil, y es el resultado de una estrategia de mercadotecnia que tiene como objetivo alcanzar a esa parte del mercado de dulces, a partir de 1995 productos de Leche Coronado fue adquirida por Grupo Bimbo y en 1999 pasa a ser parte de la organización Ricolino.

AÑO 1998

El Grupo Industrial Bimbo adquirió los derechos de la marca Park Lane, de origen alemán, dedicada a la manufactura y comercialización internacional de productos de confitería.

AÑO 2000

En el mes de abril del 2000 se hacen dos adquisiciones en el viejo continente. Una fábrica de confitería en la ciudad de Ostrava en la República Checa, en donde se producen gomitas de dulces. Con esta planta en Europa Oriental y la marca Park Lane, el grupo piensa exportar desde allí a Asia y Rusia.

2.2.-SISTEMA CULTURAL DE BIMBO, BARCEL Y RICOLINO

En el siguiente apartado se transcribe la misión y visión de Bimbo y de Barcel, en el caso de Ricolino sólo se menciona la visión ya que la misión la comparte con Bimbo.

2.2.1.- MISIÓN Y VISIÓN DEL GRUPO BIMBO⁶

MISIÓN: “Elaborar y comercializar productos alimenticios, desarrollando el valor de nuestras marcas. Comprometiéndonos a ser una empresa: Altamente productiva y plenamente humana. Innovadora, competitiva y fuertemente orientada a la satisfacción de nuestros clientes y consumidores. Líder internacional en la industria de la panificación con visión a largo plazo”

VISIÓN 2010: “Ser una empresa líder en panificación y una de las mejores empresas del mundo”.

2.2.2.- MISIÓN Y VISIÓN DE BARCEL⁷.

MISIÓN: “Somos la mejor empresa de snacks en México, líder en confitería, la mejor opción en botanas saladas y otras líneas complementarias; logrando un crecimiento sostenido y una presencia creciente en nuestras marcas de mercado internacional. Somos reconocidos como los líderes en innovación, poseedores de marcas de prestigio y de alto valor percibido, con productos de alta rotación manteniendo la lealtad y preferencia de nuestra clientela con la más alta distribución”.

VISIÓN: “Sorprender a los consumidores con sensaciones innovadoras y divertidas”.

2.2.3.- VISIÓN DE RICOLINO⁸

“El perseguir su logro día con día y el que diariamente avancemos en Nuestros Propósitos constituye nuestra razón de ser como empresa. Nuestros Principios y Valores son los que nos dan la Personalidad, la forma de ser. Los

⁶ <http://www.bimbo.com.mx>

⁷ <http://www.barcel.com.mx>

⁸ <http://www.paginaricolin.com/información.php?s=VISION>

Valores sólo se entienden en conjunto como un complemento integral. Representamos a cada uno de los Valores con los colores primarios y secundarios. En el centro de todos, como principio fundamental, está la Persona, origen y fin de nuestra acción. Impulsar el respeto por el uso sustentable del medio ambiente. Cooperar en programas comunitarios encaminados al bienestar social. Promover el bienestar de las comunidades donde Grupo Bimbo opera. Fomentar el respeto y apoyo a la unión familiar y a las tradiciones nacionales”.

2.2.4 FILOSOFÍA DEL GRUPO BIMBO Y SUS FILIALES⁹

“Ser una empresa altamente productiva y plenamente humana”

2.2.5.- MISIÓN DEL GRUPO BIMBO Y SUS FILIALES¹⁰

- a) Es la guía de todas sus acciones.
- b) El perseguir su logro día con día y el que diariamente avancen en Nuestros Propósitos constituye nuestra razón de ser como empresa.
- c) Nuestros Principios y Valores son los que nos dan la Personalidad, la forma de ser. Los Valores sólo se entienden en conjunto como un complemento integral.
- d) Representamos a cada uno de los Valores con los colores primarios y secundarios.
- e) En el centro de todos, como principio fundamental, está la Persona, origen y fin de nuestra acción.
- f) Elaborar y comercializar productos alimenticios, desarrollando el valor de nuestras marcas. Comprometiéndonos a ser una empresa:

⁹ Grupo Bimbo. Bimbo, una historia de creer y crear.p.12

- Altamente productiva y plenamente humana.
- Innovadora, competitiva y fuertemente orientada a la satisfacción de nuestros clientes y consumidores.

g) Líder internacional en la industria de la panificación, con visión a largo plazo.

2.2.6.-VALORES DEL GRUPO BIMBO Y SUS FILIALES¹¹

Los valores son los que le dan la personalidad, la forma de ser. Los valores sólo se entienden en conjunto como un complemento integral. Representan a cada uno de los valores con los colores primarios y secundarios. En el centro de todos, como principio fundamental, está la Persona, el origen y fin de la acción.

persona

"Ver siempre al otro como persona, nunca como un instrumento."

Don Lorenzo Servitje

pasión

"Vemos nuestro trabajo como una misión, una pasión, una aventura. El compartir esto en un ambiente de participación y confianza es lo que constituye el alma de la empresa."

Don Lorenzo Servitje

rentabilidad

"Es el resultado visible de todas nuestras ideas, esfuerzos e ilusiones. Es el oxígeno que permite a nuestra empresa seguir viviendo."

Daniel Servitje

efectividad

"Lograr que las cosas sucedan: Resultados. Servir bien es nuestra razón de ser."

Don Roberto Servitje

¹⁰ <http://www.grupobimbo.com.mx/display.hph?section=1&subsection=1>

¹¹ <http://www.grupobimbo.com.mx/display.hph?section=1&subsection=1&topic=4>

trabajo en equipo

"Agiles, activos, entusiastas, con los tenis puestos. Compartir, aprender de todos."

Daniel Servitje

confianza

"Base sobre la que se construye todo. Contar con el otro para la tarea común."

Daniel Servitje

calidad

"Nuestra empresa debe ser creadora, eficiente, productiva y con un altísimo ideal de Calidad y Servicio."

Don Roberto Servitje

2.2.7.- PROPÓSITOS DEL GRUPO BIMBO Y SUS FILIALES¹²

- Hacer de nuestro negocio un negocio, ser productivos. Alcanzar los niveles de rentabilidad establecidos.
- Lograr un creciente volumen y participación de nuestras marcas. Estar cerca de nuestros consumidores y clientes, ellos son nuestra razón de ser.
- Buscar que nuestro personal se desarrolle y realice plenamente (vivir nuestra filosofía). Orientados permanentemente a aprender.
- Asegurar la operación en un adecuado ambiente de control (información, sistemas y confianza). Participación y autocontrol.

2.2.8.- CÓDIGO DE ÉTICA DE GRUPO BIMBO Y SUS FILIALES¹³

¹² <http://www.grupobimbo.com.mx/display.hph?section=1&subsection=1&topic=2>

¹³ <http://www.grupobimbo.com.mx/display.hph?section=1&subsection=1&topic=8>

Porque operamos en varias partes del mundo, con diversidad de idiomas y culturas; porque queremos una empresa con altos principios y valores, formadora de hombres y respetuosos de la sociedad a la que nos debemos; nuestro Código de Ética es la guía universal para nuestra práctica de negocios.

Nuestros compromisos con nuestros:

Colaboradores

Garantizar el respeto a su dignidad, a su individualidad y facilitar un ambiente para su bienestar y desarrollo.

Accionistas

Proporcionar una rentabilidad razonable de manera sostenida.

Proveedores

Mantener relaciones cordiales y propiciar su desarrollo.

Clientes

Brindar un servicio ejemplar; y apoyarlos en su crecimiento y desarrollo. Valor de nuestras marcas.

Competidores

Competir en el mercado de manera vigorosa y objetiva, basándonos en prácticas de Comercio leales.

Consumidores

Garantizar calidad, alimentos sanos y variedad de nuestros productos, mediante la mejora continua de los mismos.

Sociedad

Promover el fortalecimiento de los valores éticos universales. Apoyar el

crecimiento económico y social de las comunidades en donde nos encontremos.

2.2.9.- COMPROMISOS DEL GRUPO BIMBO¹⁴

- Impulsar el respeto por el uso sustentable del medio ambiente.
- Cooperar en programas comunitarios encaminados al bienestar social.
- Promover el bienestar de las comunidades donde Grupo Bimbo opera.
- Fomentar el respeto y apoyo a la unión familiar y a las tradiciones nacionales.

2.2.10 COMPROMISOS CON EL MEDIO AMBIENTE¹⁵

A raíz de los incendios de 1998 Grupo Bimbo participó en la restauración de siete áreas naturales protegidas, con una reforestación de más de un millón de árboles en dos años.

Con la finalidad de darle seguimiento a este tipo de proyectos, gracias al programa de ahorro de energía de Grupo y al interés del personal de la empresa, en el 2002 se constituye Reforestamos México, A.C. (RM) y es acreditada por la SHCP como donataria autorizada.

Desde su creación han identificado y canalizado recursos a proyectos que integran a varios sectores de la sociedad como el gobierno, empresas socialmente responsables, la sociedad civil organizada e individuos que comparten los valores de conservación del planeta Tierra.

¹⁴ <http://www.grupobimbo.com.mx/display.hph?section=1&subsection=2>

¹⁵ <http://www.grupobimbo.com.mx/display.hph?section=1&subsection=1&topic=7>

2.2.5.1.2.- COMPROMISOS CON LA SOCIEDAD¹⁶

Grupo Bimbo es pionero en México en plantear y practicar la responsabilidad social. Hoy se mantiene a la vanguardia entre las organizaciones que proponen iniciativas que refuerzan la actualidad y vigencia del concepto.

Para Grupo Bimbo la finalidad social de la empresa la compromete a contribuir solidariamente con el pleno desarrollo de sus integrantes y de la sociedad en la que se inserta, en retribución de lo que recibe, para cumplir el objetivo de generar riqueza. Esta responsabilidad conlleva a tratar a todos con justicia, afecto, respeto y confianza.

Grupo Bimbo contribuye con la comunidad mediante el sostenimiento de tres instituciones educativas mexicanas, el apoyo permanente a la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, el aporte a la Fundación Pro Empleo Productivo y DESEM para el impulso a empresas juveniles y al Instituto de Fomento e Investigación Educativa.

Grupo Bimbo también responde a peticiones fundamentadas de ayuda para llevar a cabo proyectos sustentables que permitan atender necesidades locales. Ejemplos de lo anterior son:

Un proyecto al que se destinan recursos significativos es al desarrollo de microregiones en extrema pobreza, en combinación con la Secretaría de Desarrollo Social en México. En este rubro, destaca también la contribución al proyecto de Agricultura y Manejo de Agua Sustentable en la Reserva Natural y Cultural de Huiricuta, ubicada en el desierto del estado de San Luis Potosí, México.

¹⁶ <http://www.grupobimbo.com.mx/display.hph?section=1&subsection=1&topic=28>

En materia de educación, la contribución al proyecto mexicano Únete, ha hecho posible que niños de una escuela primaria pública tengan hoy acceso a las tecnologías de la información.

Los atributos nutricionales de los productos que se ofrecen al consumidor, se revisan y mejoran constantemente, manteniendo el compromiso de brindar productos sanos y de la más alta calidad.

Además, a través del Programa Integral de Nutrición creado por Grupo Bimbo, la empresa participa activamente en la difusión de hábitos alimentarios saludables, ofreciendo una perspectiva integral que abarca tres enfoques: el de salud, el educativo y el sociológico.

Como parte de este programa en el 2001 se lanzó el boletín Nutrinotas, una publicación trimestral que ofrece al consumidor información accesible sobre orientación nutricional. De entre las actividades que se realizan, destaca también la participación en medios masivos de comunicación de un equipo de especialistas, así como el acercamiento a instituciones líderes de opinión en la materia, como la Sociedad de Nutriología y la Organización para la Agricultura y Alimentación de la Naciones Unidas (FAO).

Grupo Bimbo también colabora con la comunidad a través de las visitas escolares a plantas. Tan sólo en el año 2006, las plantas abrieron sus puertas a más de 1,064,000 personas, entre escuelas, clientes, proveedores y familiares de colaboradores.

El compromiso del Grupo con el medio ambiente nos ha llevado a apoyar la reforestación de áreas deforestadas a través de la Asociación Reforestamos México, A. C.

2.2.12 HISTORIA DE LAS VISITAS A PLANTAS DEL GRUPO BIMBO¹⁷

En el año de 1978, una escuela de educación pre-escolar realizó la primera visita a la planta de Bimbo que se encuentra en Santa María, pero en ese entonces no se contaban con los espacios ni las instalaciones para recibir grupos, por lo que no eran muy seguidas, además eran recibidas por los supervisores o administrativos.

Con el paso de los días las escuelas mostraron mayor interés en conocer como se elaboraban algunos de esos productos, pero las plantas de producción no tenían la infraestructura para recibir grupos académicos, por ello se dieron a la tarea de ofrecer un espacio dentro de las instalaciones de cada planta de producción, donde se ofreciera el servicio del recorrido para observar la elaboración, la higiene y la calidad de los productos.

Así se realizó una logística bien estructurada para la realización de visitas escolares de aquel entonces. El procedimiento para realizar una visita era el siguiente:

1. Se enviaban a las escuelas folletos donde se promovía el recorrido bajo el lema “Conoce mi casa.” Entre otros trípticos con información referente a la elaboración de los productos.
2. Al finalizar la visita se les obsequiaban los diferentes productos que se elaboraban y artículos promocionales como gomas, lápices, reglas, etc.
3. Las visitas eran restringidas a escuelas de nivel primaria, poco después se amplió el grado de escolaridad hasta el nivel universitario.

¹⁷ Información obtenida por la investigadora dentro de las instalaciones de la Fábrica Ricolino. Septiembre 2007

2.2.13 OBJETIVOS DE LAS VISITAS A PLANTA EN LA ACTUALIDAD¹⁸

Los objetivos de las vistas a las plantas se consideran como una actividad comercial con enfoque formativo e informativo que trasmite a los clientes y consumidores la imagen de las diferentes marcas para propiciar lealtad y preferencia hacia ellas, para confirmar la confianza de los clientes y consumidores, para fortalecer el mercado y el compromiso del grupo Bimbo con la comunidad en general y con el medio ambiente dependiendo de cada región en la que se encuentre.

La visita que se ofrezca a las escuelas tiene que ser tan atractiva para que como resultado se propicie la preferencia de los productos y de los servicios, para lograrlo se tiene que considerar lo siguiente:

- Llevar la visita en ambiente de confianza y diversión de acuerdo a los diferentes perfiles.
- Reflejar una imagen de una empresa sana, fresca, cercana y alegre.
- Ofrecer un trato que demuestre seguridad, cortesía y eficiencia.
- Fomentar el trabajo en equipo y la organización.
- Buena comunicación con la visita
- Tener actitud de servicio.

Las visitas que llegan a las plantas responden a diferentes perfiles:

- Pertenecen a todos los grupos sociodemográficos.
- Tienen diferente formación y educación
- Son de todas las edades
- Proviene de todas las regiones del país
- Responden a culturas diferentes.

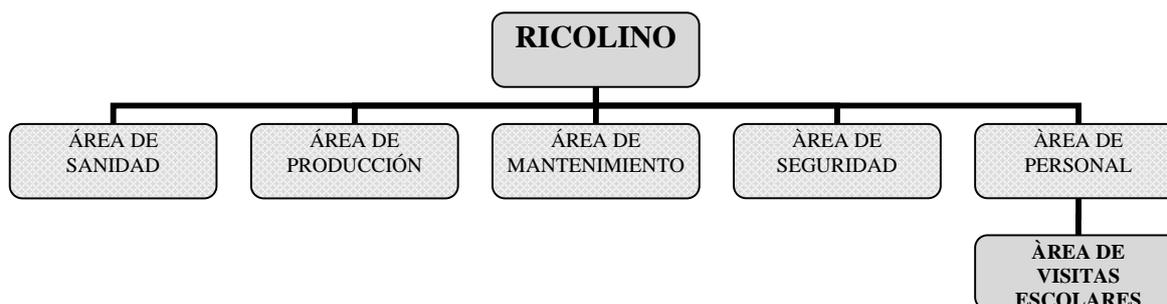
2.3.- SISTEMA SOCIAL

A continuación se presenta un organigrama general del grupo Bimbo:



A pesar de que el Grupo Bimbo tiene varias marcas bajo su respaldo, cada una se maneja de manera independiente sin olvidar la cultura organizacional en la cual está fundado el grupo.

En el caso de la Filial Ricolino los departamentos están divididos en las siguientes áreas:



En esta última es donde se localiza el área de visitas escolares, conformada por una Coordinadora y dos guías de visitas, encargadas de hacer las reservaciones de las escuelas vía telefónica.

¹⁸ Idem. Septiembre 2007

Para hacer la reservación se tiene que cumplir con el protocolo necesario, el cual es una solicitud debidamente llenada y autorizada por la escuela, se envía por correo electrónico o fax, una vez que se envió la documentación del responsable del grupo de la institución educativa, se comunica al área de visitas para que le otorguen fecha de visita.

Otra de las funciones de los guías es ofrecer los recorridos dentro de las instalaciones, explicar la elaboración de los productos que se elaboran en la planta y transmitir parte de la cultura organizacional del grupo.

Dentro del área de Visitas Escolares se reciben de 6 a 8 grupos por día y acude todo el nivel educativo: pre-escolar, primaria, secundaria, bachillerato y universidades. El nivel de información que se les proporciona es de acuerdo al nivel educativo que asista.

También se reciben grupos de la tercera edad, grupos con capacidades diferentes, colaboradores, consumidores, asociaciones, entre otros de nivel institucional.

Sin embargo el mayor número de escuelas que asisten a la visita es de nivel primaria. Por esa razón es que se decidió tomar a éstos como objeto de estudio.

En el periodo en que se apliquen los cuestionarios aproximadamente acudirán 95 escuelas, si se toma en cuenta que acude un responsable por cada grupo, ese será el número de cuestionarios que se evaluarán. Los rangos de edades, el género de los encuestados y la zona geográfica son algunas variables que se han identificado.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 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 operacionalización, los criterios de arboreación y de aplicación del cuestionario piloto, es decir, la forma en que se abordará a los encuestados para mejorar el cuestionario final.

3.1. Relación del marco teórico con la tabla de operacionalización

En el Marco Teórico, subcapítulo 1.5.1 se definió a la Opinión Pública como el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social específico con respecto a un referente público, se entiende como público a todo lo que interesa y/o afecta al grupo social en sí mismo a diferencia del público que es el grupo en sí mismo.

La definición anterior conduce a diferenciar:

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

En el mismo Marco Teórico se mencionó que los elementos del Sistema Comunicativo son:

- Los actores de la comunicación
- Los instrumentos
- Las representaciones
- Las expresiones

Así mismo se hizo la analogía entre:

- 1 Actores de la comunicación con individuos del grupo social y la investigadora
- 2 Instrumento de la comunicación con cuestionario presencial.
- 3 Las expresiones con el conjunto de respuestas de los miembros del grupo social específico, en donde se manifestarán los consensos/disensos.
- 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 actores de la comunicación.

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

- Lo que hacen (acciones ejecutivas)
- A otras expresiones (ya enunciadas o por enunciar)
- Al pensamiento (ya pensado o que se esté pensando)

En el presente trabajo, en el apartado 1.2 modelo general de los sistemas, 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:

- ❖ Lo que se hace (como acción ejecutiva)
- ❖ Lo que se dice (como acción expresiva)
- ❖ Lo que se dice que se hace (que es una expresión que tiene como referente a una acción ejecutiva)
- ❖ Lo que se hace de lo que ya se ha dicho (que es una expresión que tiene como

referente a lo simbólico)

Si se considera la definición de opinión pública se tendría que aclarar que:

- La indagación 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 género, la edad, la posición política, la posición religiosa, el nivel de escolaridad, la posición económica y la posición social.
- La indagación de la opinión 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 lo que el grupo social conoce acerca de los referentes, es decir, que se debe tener cierto grado de certeza acerca del conocimiento de la temática con la finalidad que lo expresado como opinión en el cuestionario hace diferencia a los actores que conocen o no al referente.
- La indagación de lo que se expresa sobre lo que se hace y del Sistema Referencial es lo propio de la Opinión Pública, pero hay que indicar que esta expresión (opinión) varía dependiendo de los roles que desempeña el actor de la comunicación y del grado de conocimiento sobre la temática.

Por lo antes mencionado resulta imprescindible:

- Considerar como variable de estudio de Opinión Pública a los diferentes roles de los actores de la Comunicación y que en la tabla de operacionalización se denominará bajo el concepto de sociodemográfico.
- Considerar como variable de un estudio de Opinión el grado de conocimiento de la temática por parte de los actores de la comunicación y que en la tabla de operacionalización se denominará bajo el término de concepto conocer.
- Considerar como variable de un estudio de Opinión a las valoraciones expresadas en un cuestionario (opiniones) por los actores (grupo social a

investigar) sobre la temática y que en la tabla de operacionalización se denominará bajo del concepto opinión.

3.2. El sistema hipotético

Este sistema hipotético contempla una hipótesis nula (h_0) y las hipótesis alternativas (h_1) en donde el criterio de validación de las mismas será de carácter estadístico expresado en porcentaje del grado de conocimiento sobre la temática y en frecuencia de las opiniones de acuerdo a una escala estimativa (Likert) con un rango de entre 1 y 5 donde 1 es lo mínimo y 5 es el máximo.

3.2.1 Hipótesis nula

No se conoce la opinión pública de los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

3.2.2 Hipótesis alternativas

Las hipótesis alternativas que se plantean a continuación, están enunciadas de acuerdo a las variables de conocimiento, opinión y sociodemográficas:

1. El conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen es del 80%.
2. La opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen es de 4.
3. El género determina en 20% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

4. El género determina en 2 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
5. La edad determina en 20% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
6. La edad determina en 2 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
7. El nivel de escolaridad determina en 20% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
8. El nivel de escolaridad determina en 2 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
9. El número de visitantes por grupo que asisten a Ricolino determina en 80% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
10. El número de visitantes por grupo que asisten a Ricolino determina en 4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
11. La distancia que existe entre la escuela y la Fábrica Ricolino determina en 80% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
12. La distancia que existe entre la escuela y la Fábrica Ricolino determina en 4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

13. Las escuelas que ya han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino determina en 80% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
14. Las escuelas que ya han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino determina en 4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
15. El tipo de escuela (pública o privada) determina en 70% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
16. El tipo de escuela (pública o privada) determina en 4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
17. El transporte que tienen que conseguir las escuelas (propio o rentado) determina en 70% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
18. El transporte que tienen que conseguir las escuelas (propio o rentado) determina en 4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
19. El tipo de contacto de las escuelas para reservar visita (por medio de agencia transportadora) determina en 70% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
20. El tipo de contacto de las escuelas para reservar visita (por medio de agencia transportadora) determina en 4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

3.3. Variables

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

1. con respecto a la hipótesis tres la variable independiente es el género de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
2. con respecto a la hipótesis cuatro la variable independiente es el género de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
3. con respecto a la hipótesis cinco 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 respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
4. con respecto a la hipótesis seis la variable independiente es la edad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
5. con respecto a la hipótesis siete 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 respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
6. con respecto a la hipótesis ocho la variable independiente es el nivel de escolaridad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
7. con respecto a la hipótesis nueve la variable independiente es el número de visitantes por grupo que asisten a Ricolino de los miembros del grupo

- social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
8. con respecto a la hipótesis diez la variable independiente es el número de visitantes por grupo que asisten a la fábrica Ricolino de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 9. con respecto a la hipótesis once la variable independiente es la distancia que existe entre la escuela y la fábrica Ricolino de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 10. con respecto a la hipótesis doce la variable independiente es la distancia que existe entre la escuela y la fábrica Ricolino de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 11. con respecto a la hipótesis trece la variable independiente es las escuelas que ya han visitado la fábrica Ricolino de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 12. con respecto a la hipótesis catorce la variable independiente es las escuelas que ya han visitado la fábrica Ricolino de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 13. con respecto a la hipótesis quince la variable independiente es el tipo de escuela (pública o privada) de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 14. con respecto a la hipótesis dieciséis la variable independiente es el tipo de escuela (pública o privada) de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 15. con respecto a la hipótesis diecisiete la variable independiente es el

trasporte que tienen que conseguir las escuelas (propio o rentado) de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

16. con respecto a la hipótesis dieciocho la variable independiente es el transporte que tienen que conseguir las escuelas (propio o rentado) de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

17. con respecto a la hipótesis diecinueve la variable independiente es el tipo de contacto de las escuelas para reservar visita (por medio de agencia transportadora) de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

18. con respecto a la hipótesis veinte la variable independiente es el tipo de contacto de las escuelas para reservar visita (por medio de agencia transportadora) de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tiene el grupo social con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

3.4. Tabla de operacionalización

La tabla de operacionalización es un instrumento que se utiliza para operacionalizar los conceptos que determinarán la construcción del cuestionario, considera los conceptos, las variables dependientes e independientes utilizadas en las hipótesis de esta investigación.

La función de la tabla de operacionalización consiste en adaptar y ubicar los conceptos empleados en el Marco Teórico en términos de indicadores empíricos, acordes al contexto de la temática particular de la que trata esta investigación.

La tabla de operacionalización contiene cuatro columnas; en la primera, se especifican los conceptos y se enumeran en orden progresivo con un numeral, en la segunda, se anotan las categorías por concepto y se enumeran en orden progresivo con dos numerales; en la tercera, se anotan los indicadores por categoría y se enumeran en orden progresivo con tres numerales; la cuarta columna contiene los reactivos, uno por cada indicador y se enumera con el mismo número del indicador correspondiente.

Así la tabla de operacionalización 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 categorías es la dimensión del concepto, son las características que asumen en la realidad (temática a estudiar) el concepto.

El término indicador es la determinación en 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 estudiar.

Se entenderá por reactivo a una pregunta (bases de reactivos) con sus respectivas opciones (posibles respuestas a la base de reactivos y de las cuales sólo una será válida).

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

1. reactivos precisos, con sujeto y verbo en la oración
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 menor a la mayor extensión
6. no deben sugerir respuestas
7. deben referirse a un solo tema y a una sola persona
8. deben ser pertinentes al tema

La tabla de operacionalización se lee en forma horizontal y de arriba hacia abajo. A continuación se presenta la tabla de operacionalización del cuestionario piloto:

3.4.1 TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DEL CUESTIONARIO PILOTO

CONCEPTOS	CATEGORIAS	INDICADORES	REACTIVOS
1.CONOCIMIENTO	1.1 LOGÍSTICA	1.1.1 Pedir informes para la reservación de una visita	1.1.1 Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: a. Las agencias trasportadoras b. La página de Internet de Ricolino c. La caseta de vigilancia de Ricolino d. El Departamento de Visitas Escolares e. El Departamento de Salidas Escolares de la Secretaría de Educación Pública
		1.1.2 Entrega de la solicitud de visita	1.1.2 ¿Por qué medio le entregan la solicitud de Visita?: a. Por Fax b. Por correo electrónico c. En la caseta de vigilancia d. Bajar el archivo de Internet e. Acudir personalmente a la fábrica
		1.1.3 Llenado solicitud de visita	1.1.3 De la solicitud de visita ¿Cuál es la hoja(as) que se tiene que llenar para que le den fecha de su visita? a. Carátula (hoja 1) b. Carátula (hoja 1) y lista de alumnos (hoja 4) c. Carátula (hoja 1) y carta responsiva (hoja 5) d. Lista de alumnos (hoja 4) y carta responsiva (hoja 5) e. Carátula (hoja 1), lista de alumnos (hoja 4) y carta responsiva (hoja 5)
		1.1.4 Envió de la solicitud llena de Visita al Depto. de Visitas Escolares	1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita llena al Depto. de Visitas Escolares? a. Por fax b. Por correo electrónico c. Por fax o correo electrónico d. Llevarla directamente a la fábrica e. Subirla a la página de Internet de Ricolino
		1.1.5 Comunicación con	1.1.5 Después de enviar la solicitud llena tiene que:

		el área de Visitas Escolares de Ricolino para verificar que recibieron la solicitud	<ul style="list-style-type: none"> a. Dar por confirmada la visita b. Revisar la página de Internet de Ricolino c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud d. Esperar que le llamen a su centro de trabajo para confirmar su solicitud. e. Esperar a que le envíen un correo electrónico donde confirman su solicitud
		1.1.6 El responsable del grupo se tiene que comunicar a Visitas Escolares para confirmar la visita	<p>1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares para confirmar la visita?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. El responsable del grupo b. El director(a) de la escuela c. La secretaria de la escuela d. El responsable de la agencia transportadora e. El responsable de la asociación de padres de familia
		1.1.7 Conocimiento de las medidas de seguridad e Higiene más importantes para que el grupo ingrese a la planta(no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras)	<p>1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no uñas pintadas b. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras c. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no botones d. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no plumas e. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no mascando chicles
		1.1.8 Por parte de Visitas Escolares se les da la fecha de visita de acuerdo a los espacios disponibles	<p>1.1.8 Después de enviar su solicitud, ¿en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Dentro de un mes b. Dependiendo del guía c. Dentro de una semana d. De acuerdo a los espacios disponibles e. Respetan la fecha de la visita que solicita
		1.1.9 Enviar las listas de	1.1.9 De la solicitud de visita ¿Qué hoja(as) se tienen que

		los alumnos y carta responsiva para confirmar la visita	<p>enviar para confirmar la visita?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Carátula (hoja 1) b. Carátula (hoja 1) y lista de alumnos (hoja 4) c. Carátula (hoja 1) y carta responsiva (hoja 5) d. Lista de alumnos (hoja 4) y carta responsiva (hoja 5) e. Carátula (hoja 1), lista de alumnos (hoja 4) y carta responsiva (hoja 5)
		1.1.10 Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron las listas de los alumnos y la carta responsiva	<p>1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita, qué tiene que hacer el responsable del grupo.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Dar por confirmada la visita b. Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva c. Esperar a que le manden un correo electrónico donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva d. Esperar a que le llamen a su centro de trabajo para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva e. Revisar la página de Internet de Ricolino donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva
		1.1.11 El día de la visita reportarse en la caseta de vigilancia para enterar a los guías de la llegada del autobús de la escuela.	<p>1.1.11 El día de la visita, qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Reportarse al Depto. de personal b. Reportarse en la caseta de Vigilancia c. Esperar afuera de la fábrica para que lo reciban d. Reportarse con la Coordinadora de Visitas Escolares e. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de aviso al área de Visitas Escolares
		1.1.12 Esperar que el guía los reciba para ingresar a la fábrica Ricolino.	<p>1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Esperar a que el guía los reciba b. Bajar a los visitantes del autobús c. Esperar indicaciones del vigilante que está afuera de la

			<p>fábrica</p> <p>d. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de instrucciones</p> <p>e. Aprovechar el tiempo para comprar en el expendio de Ricolino.</p>
		<p>1.1.13 El guía los conduce a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar.</p>	<p>1.1.13 Una vez dentro de la fábrica, el guía los tiene que conducir a:</p> <p>a. Los sanitarios</p> <p>b. La sala interactiva</p> <p>c. El túnel de Ricolino</p> <p>d. El área de producción</p> <p>e. El expendio de Ricolino</p>
		<p>1.1.14 El guía los prepara con el equipo de visitas para ingresar a líneas de producción. (Cofia, cubre boca y audífono).</p>	<p>1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es:</p> <p>a. Casco, overol y cubre boca</p> <p>b. Cofia, cubre boca y audífonos</p> <p>c. Cofia, bata y calzado industrial</p> <p>d. Calzado industrial, overol y audífonos</p> <p>e. Cubre boca, calzado industrial y casco</p>
		<p>1.1.15 El guía les explica la elaboración de los productos de esa planta de Ricolino.</p>	<p>1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en esta planta?</p> <p>a. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa</p> <p>b. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, panditas</p> <p>c. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, bubulubu</p> <p>d. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, dulcigomas</p> <p>e. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, krankys</p>
		<p>1.1.16 Después de salir de producción el guía los conduce nuevamente a la sala interactiva para</p>	<p>1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo a:</p> <p>a. La sala de juntas</p>

		retirar el equipo (cofias, cubre bocas y audífonos)	<ul style="list-style-type: none"> b. La sala interactiva c. El túnel de Ricolino d. El universo de Ricolino e. El área de materias primas
		1.1.17 antes de salir de la fábrica el guía les entrega los obsequios y los conduce al autobús	<p>1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Entregar los obsequios b. Pasar al grupo al sanitario c. Llevar al grupo al expendio de Ricolino d. Llevarlos con la botarga de Paleta Payaso e. Llevarlos nuevamente al universo de Ricolino
	1.2 CONTENIDO	1.2.1 Al llegar a la planta el guía les da la bienvenida al grupo	<p>1.2.1 Cuando llegan a la planta, el guía:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Da la bienvenida al grupo b. Baja al grupo del autobús c. Lleva al grupo al sanitario d. Revisa que el grupo cumpla con las medidas de seguridad e. Da aviso a caseta de vigilancia para reportar la llegada del grupo
		1.2.2 En sala interactiva el guía explica el proceso para elaborar el chocolate a través del lenguaje del nivel educativo de primaria	<p>1.2.2 En sala interactiva el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. El proceso de elaboración de rellenos b. El proceso de elaboración de coberturas c. El proceso de elaboración del chocolate d. El proceso de elaboración de gomas y cajeta e. El proceso de elaboración de todos los productos
		1.2.3 En líneas de producción el guía explica el proceso para elaborar la Paleta Payaso.	<p>1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. La elaboración de la envoltura b. La elaboración de las gomas de Ricolino c. Los ingredientes y cantidades para elaborar el chocolate d. Las temperaturas de los ingredientes para elaborar malvavisco e. La elaboración del malvavisco, la cobertura de

			chocolate y la colocación de las gomas
		1.2.4 En producción el guía explica el proceso para hacer las bolsas de lunetas y Chocoretas	<p>1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. El proceso de empaquetado de duvalin b. El proceso de empaquetado de Paleta Payaso c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas d. El proceso de empaquetado de todos los productos de Ricolino e. El proceso de elaboración de bolsas de plástico con logotipo de Ricolino
		1.2.5 En producción el guía explica el proceso para elaborar el Duvalin.	<p>1.2.5 En líneas de producción de Duvalin el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. La mezcla del Duvalin, los ingredientes y la colocación de la tapa b. La temperatura del chocolate, el depositado en la cajilla y el formado de la envoltura c. El depositado del Duvalin, la formación de las cajas y los canales de venta d. La elaboración de la caja, el codificado del empaque y la distribución de las cajas e. El depositado del Duvalin en la cajilla, la colocación de la tapa y el llenado de cajas
		1.2.6 En producción el guía explica el proceso para elaborar la Chocosorpresa.	<p>1.2.6 En la línea de producción de Chocosorpresa el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. El proceso de elaboración de rellenos b. El proceso de elaboración de coberturas c. El tipo de chocolate para hacer los dulces de Ricolino d. El proceso para la elaboración de tablillas de Chocolate e. El túnel de enfriamiento por donde pasan las figuras de chocolate
		1.2.7 En producción el guía explica el proceso para elaborar la luneta y la Chocoreta (confitado)	<p>1.2.7 En el área de confitado el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cómo se confitan lunetas y chocoretas b. Cómo se elabora el jarabe para confitar c. Cómo se confitan los chicles de Ricolino d. Cómo se confitan las paletas de Ricolino

			e. Cómo se elabora el colorante para confitar
		1.2.8 Cuando regresan a sala interactiva resuelve dudas	1.2.8 Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía: a. Resuelve dudas b. Explica políticas de calidad c. Da las gracias a los visitantes d. Explica misión del Grupo Bimbo e. Invita al grupo a comprar en el expendio de Ricolino
2. OPINIÓN	2.1 LOGÍSTICA	2.1.1 Pedir informes para la reservación de una visita	2.1.1 En su opinión, ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.2 Entrega de la solicitud de visita	2.1.2 En su opinión, el tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.3 Llenado solicitud de visita	2.1.3 En su opinión, con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.4 Envío de la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares	2.1.4 En su opinión, ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares? a. 1 b. 2

			<ul style="list-style-type: none"> c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.5 Comunicación con el área de Visitas Escolares de Ricolino para verificar que recibieron la solicitud	2.1.5 En su opinión, la inmediatez de comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es: <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.6 El responsable del grupo se tiene que comunicar a Visitas Escolares para confirmar la visita	2.1.6 En su opinión, el nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de: <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.7 Conocimiento de las medidas de seguridad e Higiene mas importantes para que el grupo ingrese a la planta(no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras)	2.1.7 En su opinión el nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera: <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.8 Por parte de Visitas Escolares se les da la fecha de visita de acuerdo a los espacios disponibles	2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es: <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5

		2.1.9 Enviar las listas de los alumnos y carta responsiva para confirmar la visita	2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.10 Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron las listas de los alumnos y la carta responsiva	2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.11 El día de la visita reportarse en la caseta de vigilancia para enterar a los guías de la llegada del autobús de la escuela.	2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.12 Esperar que el guía los reciba para ingresar a la fábrica Ricolino.	2.1.12 En su opinión, el tiempo de espera en que los recibe el guía es: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.13 El guía los conduce a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar.	2.1.13 En su opinión, la seguridad que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es: a. 1

			<ul style="list-style-type: none"> b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		<p>2.1.14 El guía los prepara con el equipo de visitas para ingresar a líneas de producción. (Cofia, cubre boca y audífono).</p>	<p>2.1.14 En su opinión, la oportunidad del equipo (cofia, cubre boca y audífonos) para ingresar al área de producción es:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		<p>2.1.15 En líneas de producción el guía les explica la elaboración de los productos de esa planta de Ricolino.</p>	<p>2.1.15 En su opinión, la claridad de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		<p>2.1.16 El guía los conduce nuevamente a la sala interactiva para retirar el equipo (cofias, cubrebocas y audífonos)</p>	<p>2.1.16 En su opinión, la comodidad del equipo de sonido (audífonos) para bajar a producción es de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		<p>2.1.17 El guía les entrega los obsequios y los conduce al autobús</p>	<p>2.1.17 En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4

			e. 5
	2.2 CONTENIDO	2.2.1 Al llegar a la planta el guía les da la bienvenida al grupo	2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de : a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.2 En sala interactiva el guía explica el proceso para elaborar el chocolate a través del lenguaje del nivel educativo de primaria	2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate): a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.3 En líneas de producción el guía explica el proceso para elaborar la paleta payaso.	2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.4 En producción el guía explica el proceso para hacer las bolsas de lunetas y chocoretas	2.2.4 En su opinión, el nivel de seguridad que se observa en el área de empaquetado es de: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.5 En producción el guía explica el proceso para elaborar el duvalin.	2.2.5 En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:

			<ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.6 En producción el guía explica el proceso para elaborar la chocosorpresa.	<p>2.2.6 En su opinión, el nivel de innovación de los productos de Ricolino lo considera de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.7 En producción el guía explica el proceso para elaborar la luneta y la chocoreta (confitado)	<p>2.2.7 En su opinión, la duración del recorrido lo considera de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.8 Cuando regresan a sala interactiva resuelve dudas	<p>2.2.8 En su opinión, al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
3. SOCIODEMOGRÁFICOS	3.1 GÉNERO	3.1.1 Los géneros femenino y masculino	<p>3.1.1 Género:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Femenino b. Masculino
	3.2 EDAD	3.2.1 La edad de los responsables del grupo a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino	<p>3.2.1 ¿Su edad en años cumplidos es?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 20 a 30 años b. 31 a 40 años

			<ul style="list-style-type: none"> c. 41 a 50 años d. 51 a 60 años e. 61 o más
	3.3 ESCOLARIDAD	3.3.1 Nivel de estudios	<p>3.3.1. ¿Su último grado de escolaridad con certificado o título es?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Preparatoria b. Carrera técnica en educación c. Licenciatura d. Maestría e. Otra
	3.4 VISITANTES	3.4.1 Número de visitantes por grupo	<p>3.4.1 ¿Cuál es el número de visitantes de su grupo?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 25 a 30 b. 31 a 35 c. 36 a 40 d. 41 a 45 e. 46 o más
	3.5 DISTANCIA	3.4.5 Distancia que existe entre la escuela y la fábrica Ricolino	<p>3.4.5 La distancia que existe entre su escuela y la fábrica Ricolino es de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 30 min. b. 60 min. c. 90 min. d. 120 min. e. 121 min o más.
	3.6 VISITAS ANTERIORES	3.6.1 Las escuelas que ya han visitado la fábrica	<p>3.6.1 ¿Han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Si b. No

	3.7 TIPO DE ESCUELA	3.7.1 Escuelas públicas y privadas	3.7.1 Su escuela es: a. Pública b. Privada
	3.8 AUTOBUS EN QUE LLEGAN	3.8.1 Autobús propio o rentado	3.8.1 ¿El autobús en el que llegaron a la fábrica es? a. Propio de la escuela b. Rentado en una agencia o transportadora
	3.9 AGENCIA TRANSPORTADORA	3.9.1 Contacto con agencias transportadoras	3.9.1 El trámite de reservación y la llegada a la fábrica la realizó a través de una agencia transportadora? a. Si b. No

3.5. Arboreación del cuestionario

La arboreación se refiere a la ordenación de los reactivos conforme aparecerán en el cuestionario, para ello se establecen los siguientes criterios:

1. Por tipo de reactivo:
 - a. Sociodemográfico
 - b. Conocimiento
 - c. Opinión
2. De lo más fácil a lo más difícil
3. De lo conocido a lo menos conocido
4. De lo sencillo a lo complejo

A continuación se presenta la Tabla de Arboreación: (ver Anexo 1- Tabla de arboreación del cuestionario piloto)

3.6 Tabla de Equivalencias

Ver ANEXO 2-Tabla de equivalencias de cuestionario piloto.

3.7. Cuestionario Piloto

Ver ANEXO 3- Cuestionario piloto

3.8. Reporte del levantamiento de datos

El levantamiento de los datos del cuestionario piloto se realizó el 9 de noviembre de 2007 entre las 10:30 y las 19:30 horas en las instalaciones de la fábrica Ricolino ubicada en calle 4 #320-A col. Arenal, delegación Azcapotzalco. Este cuestionario piloto fue aplicado por la investigadora.

El número de encuestados fue de 10 y se procedió de la siguiente manera:

1. Se escogieron a las personas que saben cada uno de los pasos de la reservación de la visita. A ocho de ellos se les dio el cuestionario personalmente pero por las condiciones de los tiempos del trabajo lo contestaron por partes.
2. El primero fue aplicado a la bióloga Laura Ángeles Dorantes, quien es la coordinadora del área de visitas escolares.
3. El segundo se aplicó a la Lic. Nayeli Caballero Rosas, quien es guía de visitas del área y tiene perfecto conocimiento de la logística y contenido de la visita.
4. El tercer y cuarto cuestionario se aplicaron vía correo electrónico a la Ing. Diana Rodríguez Mota y al Lic. Miguel Velázquez Reyes, quienes fueron guías de visitas y aunque actualmente ya no laboran en la fábrica saben cada uno de los pasos que implica la visita.
5. El quinto cuestionario se aplicó al Lic. Rubén Moreno Sánchez quién es encargado del área de sanidad y aunque no tiene conocimiento de la logística se requirió de su ayuda para revisar los reactivos que tienen relación con la seguridad e higiene dentro de la fábrica.
6. El sexto cuestionario se aplicó a la Sra. Herlinda Torres Ángeles quién es mamá de la investigadora, se solicitó de su ayuda pues aunque no trabaja en la fábrica tiene perfecto conocimiento de la logística y contenido de la visita, gracias a la comunicación que tiene con la investigadora.
7. El séptimo cuestionario se aplicó a la Sra. Rosa Medina Chávez quién es la encargada de la limpieza del área, sin embargo conoce paso a paso el desarrollo de la visita.
8. El octavo cuestionario se aplicó al Lic. Mario Farfán Lemus, quién es el jefe de personal de la fábrica pues está involucrado directamente con el desarrollo del área.
9. El noveno y décimo cuestionario se aplicó a la Lic. Patricia Cabrera y a la Ing. Miriam Reyes, quienes pertenecen al área de calidad total de la fábrica y su responsabilidad es identificar la satisfacción del cliente, en este caso del área de visitas escolares.

Después de la aplicación del cuestionario piloto se les pidió una replica oral para identificar los errores que causarían confusión, y las preguntas que no tenían sentido aplicarlas. Los comentarios fueron los siguientes:

1. En la introducción y la bienvenida del cuestionario la redacción no corresponde con lo que se está investigando.
2. La pregunta 15 y la 16 son muy enredadas y no le encontraron sentido a preguntar sobre ese tema.
3. El contenido de la pregunta 21 es variable, pues no siempre se dirige al mismo lugar, depende de varios factores para tomar la decisión.
4. La pregunta 23 no se entiende claramente cual es la respuesta correcta.
5. La pregunta 25 se sobre entiende lo que tiene que hacer el guía para continuar con la visita.
6. Las preguntas 30 y 31 al cliente no le interesa saber el conocimiento que tienen de las líneas de producción de Duvalin y Chocosorpresa.
7. En la pregunta 39 el término “inmediatez” no se entiende a que se refiere.
8. En la pregunta 47 sugieren cambiar el término “seguridad “ por “limpieza”
9. Sugieren eliminar las preguntas 48 y 50 pues las consideran con tendencia a que los resultados finales se queden en calificación 1.
10. En la pregunta 49 sugieren cambiar el término “claridad” por “comprensión”.
11. En la pregunta 55 sugieren definir claramente el término “seguridad”.
12. En la pregunta 57 sugieren cambiar de redacción para evaluar un indicador de calidad de preferencia hacia los productos.
13. Siete de los 10 encuestados considera que es un cuestionario largo, con preguntas muy repetitivas sobre todo las de conocimiento.

Con base en los puntos anteriores y después del siguiente razonamiento se decidió:

1. Respecto al comentario 1 se decidió cambiar la introducción del cuestionario de acuerdo al objetivo que tiene el área de visitas escolares.
2. Respecto al comentario 2 se decidió eliminar las preguntas 15 y 16 pues para el cliente no son relevantes tener esos datos.
3. Respecto al comentario 3 se decidió eliminar la pregunta 21.
4. Respecto al comentario 4 se decidió cambiar la redacción de la pregunta 23.
5. Respecto al comentario 5 se decidió eliminar la pregunta 25.
6. Respecto al comentario 6 se decidió eliminar las preguntas 30 y 31.
7. Respecto al comentario 7 se cambió el término "inmediatez" por "rápida" de la pregunta 39
8. Respecto al comentario 8 se aceptó la sugerencia y queda con el término "limpieza" de la pregunta 47.
9. Se aceptó la sugerencia 9 y se eliminaron las preguntas 48 y 50.
10. Respecto al comentario 10 se aceptó la sugerencia y queda con el término "comprensión" de la pregunta 49.
11. Respecto al comentario 11 se aceptó la sugerencia y se especifica a que se refiere el término "seguridad" de la pregunta 55.
12. Respecto al comentario 12 se aceptó la sugerencia y se evalúa el indicador de calidad en la pregunta 57
13. respecto al comentario 13 se decidió eliminar preguntas que son repetitivas y el cuestionario final queda de 51 reactivos.

Dado lo anterior, la tabla de operacionalización, de arboreación, de equivalencias y el cuestionario final queda de la siguiente manera:

3.8.1 TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN CUESTIONARIO FINAL

CONCEPTOS	CATEGORIAS	INDICADORES	REACTIVOS
1.CONOCIMIENTO	1.1 LOGÍSTICA	1.1.1 Pedir informes para la reservación de una visita	1.1.1 Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: a. Las agencias trasportadoras b. La página de Internet de Ricolino c. La caseta de vigilancia de Ricolino d. El Departamento de Visitas Escolares e. El Departamento de Salidas Escolares de la Secretaría de Educación Pública
		1.1.2 Entrega de la solicitud de visita	1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: a. Por Fax b. Por correo electrónico c. En la caseta de vigilancia d. Bajar el archivo de Internet e. Acudir personalmente a la fábrica
		1.1.3 Envió de la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares	1.1.3 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? a. Por fax b. Por correo electrónico c. Por fax o correo electrónico d. Llevarla directamente a la fábrica e. Subirla a la página de Internet de Ricolino
		1.1.4 Comunicación con el área de Visitas Escolares de Ricolino para verificar que recibieron la solicitud	1.1.4 Después de enviar la solicitud tiene que: a. Dar por confirmada la visita b. Revisar la página de Internet de Ricolino c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud d. Esperar que le llamen a su centro de trabajo para confirmar su solicitud.

			e. Esperar a que le envíen un correo electrónico donde confirman su solicitud
		1.1.5 El responsable del grupo se tiene que comunicar a Vistas Escolares para confirmar la visita	1.1.5 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares? a. El responsable del grupo b. El director(a) de la escuela c. La secretaria de la escuela d. El responsable de la agencia transportadora e. El responsable de la asociación de padres de familia
		1.1.6 Conocimiento de las medidas de seguridad e Higiene mas importantes para que el grupo ingrese a la planta(no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras)	1.1.6 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene mas importantes para ingresar a la planta? a. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no uñas pintadas b. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras c. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no botones d. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no plumas e. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no mascando chicles
		1.1.7 Por parte de Visitas Escolares se les da la fecha de visita de acuerdo a los espacios disponibles	1.1.7 ¿Después de enviar su solicitud, en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino? a. Dentro de un mes b. Dependiendo del guía c. Dentro de una semana d. De acuerdo a los espacios disponibles e. Respetan la fecha de la visita que solicita
		1.1.8 Llamar a Visitas Escolares para	1.1.8 ¿Después de enviar las hojas para confirmar la visita, qué tiene que hacer el responsable del grupo?

		confirmar que recibieron las listas de los alumnos y la carta responsiva	<ul style="list-style-type: none"> a. Dar por confirmada la visita b. Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva c. Esperar a que le manden un correo electrónico donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva d. Esperar a que le llamen a su centro de trabajo para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva e. Revisar la página de Internet de Ricolino donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva
		1.1.9 El día de la visita reportarse en la caseta de vigilancia para enterar a los guías de la llegada del autobús de la escuela.	<p>1.1.9 El día de la visita. ¿Qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Reportarse al Depto. de personal b. Reportarse en la caseta de Vigilancia c. Esperar afuera de la fábrica para que lo reciban d. Reportarse con la Coordinadora de Visitas Escolares e. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de aviso al área de Visitas Escolares
		1.1.10 Esperar que el guía los reciba para ingresar a la fábrica Ricolino.	<p>1.1.10 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Esperar a que el guía los reciba b. Bajar a los visitantes del autobús c. Esperar indicaciones del vigilante que está afuera de la fábrica d. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de instrucciones e. Aprovechar el tiempo para comprar en el

			gasto de Ricolino.
		1.1.11 El guía los prepara con el equipo de visitas para ingresar a líneas de producción. (Cofia, cubre boca y audífono).	1.1.11 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es: a. Casco, overol y cubre boca b. Cofia, cubre boca y audífonos c. Cofia, bata y calzado industrial d. Calzado industrial, overol y audífonos e. Cubre boca, calzado industrial y casco f. Calzado industrial, overol y audífonos
		1.1.12 El guía les explica la elaboración de los productos de esa planta de Ricolino.	1.1.12 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta? a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa b. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, panditas c. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, bubulubu d. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, dulcigomas e. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, krankys
		1.1.13 Después de salir de producción el guía los conduce nuevamente a la sala interactiva para retirar el equipo (cofias, cubrebocas y audífonos)	1.1.13 Después del área de producción a donde los dirige el guía para retirar el equipo a: a. La sala de juntas b. La sala interactiva c. El túnel de Ricolino d. El universo de Ricolino e. El área de materias primas
		1.1.14 antes de salir de la fábrica el guía les	1.1.14 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:

		entrega los obsequios y los conduce al autobús	<ul style="list-style-type: none"> a. Entregar los obsequios b. Pasar al grupo al sanitario c. Llevar al grupo al expendio de Ricolino d. Llevarlos con la botarga de Paleta Payaso e. Llevarlos nuevamente al universo de Ricolino
	1.2 CONTENIDO	1.2.1 En sala interactiva el guía explica el proceso para elaborar el chocolate a través del lenguaje del nivel educativo de primaria	<p>1.2.1 En sala interactiva el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. El proceso de elaboración de rellenos b. El proceso de elaboración de coberturas c. El proceso de elaboración del chocolate d. El proceso de elaboración de gomas y cajeta e. El proceso de elaboración de todos los productos
		1.2.2 En líneas de producción el guía explica el proceso para elaborar la paleta payaso.	<p>1.2.2 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. La elaboración de la envoltura b. La elaboración de las gomas de Ricolino c. Los ingredientes y cantidades para elaborar el chocolate d. Las temperaturas de los ingredientes para elaborar malvavisco e. La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas
		1.2.3 En producción el guía explica el proceso para hacer las bolsas de lunetas y chocoretas	<p>1.2.3 En la línea de envoltura o empaque el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. El proceso de empaquetado de duvalin b. El proceso de empaquetado de Paleta Payaso c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas d. El proceso de empaquetado de todos los productos de Ricolino

			e. El proceso de elaboración de bolsas de plástico con logotipo de Ricolino
		1.2.4 En producción el guía explica el proceso para elaborar la luneta y la chocoreta (confitado)	1.2.4 En el área de confitado el guía explica: a. Cómo se confitan lunetas y chocoretas b. Cómo se elabora el jarabe para confitar c. Cómo se confitan los chicles de Ricolino d. Cómo se confitan las paletas de Ricolino e. Cómo se elabora el colorante para confitar
		1.2.5 Cuando regresan a sala interactiva resuelve dudas	1.2.5 Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía: a. Resuelve dudas b. Explica políticas de calidad c. Da las gracias a los visitantes d. Explica misión del Grupo Bimbo e. Invita al grupo a comprar en el expendio de Ricolino
2. OPINIÓN	2.1 LOGÍSTICA	2.1.1 Pedir informes para la reservación de una visita	2.1.1 ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.2 Entrega de la solicitud de visita	2.1.2 El tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5

		2.1.3 Llenado solicitud de visita	2.1.3 Con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.4 Envío de la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares	2.1.4 ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.5 Comunicación con el área de Visitas Escolares de Ricolino para verificar que recibieron la solicitud	2.1.5 En su opinión, la rápida comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.6 El responsable del grupo se tiene que comunicar a Visitas Escolares para confirmar la visita	2.1.6 El nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.7 Conocimiento de	2.1.7 El nivel de exigencia de las medidas de Seguridad

		<p>las medidas de seguridad e Higiene mas importantes para que el grupo ingrese a la planta(no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras)</p>	<p>e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5</p>
		<p>2.1.8 Por parte de Visitas Escolares se les da la fecha de visita de acuerdo a los espacios disponibles</p>	<p>2.1.8 En su opinión, la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5</p>
		<p>2.1.9 Enviar las listas de los alumnos y carta responsiva para confirmar la visita</p>	<p>2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para realizar una visita la considera:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5</p>
		<p>2.1.10 Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron las listas de los alumnos y la carta responsiva</p>	<p>2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5</p>
		<p>2.1.11 El día de la</p>	<p>2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de</p>

		visita reportarse en la caseta de vigilancia para enterar a los guías de la llegada del autobús de la escuela.	vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.12 Esperar que el guía los reciba para ingresar a la fábrica Ricolino.	2.1.12 En su opinión, el tiempo de espera en que los recibe el guía es: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.13 El guía los conduce a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar.	2.1.13 En su opinión, la limpieza que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.1.14 En líneas de producción el guía les explica la elaboración de los productos de esa planta de Ricolino.	2.1.14 En su opinión, la comprensión de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4

			e. 5
		2.1.15 El guía les entrega los obsequios y los conduce al autobús	2.1.15 En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de: a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
	2.2 CONTENIDO	2.2.1 Al llegar a la planta el guía les da la bienvenida al grupo	2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de : a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.2 En sala interactiva el guía explica el proceso para elaborar el chocolate a través del lenguaje del nivel educativo de primaria	2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate): a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
		2.2.3 En líneas de producción el guía explica el proceso para elaborar la paleta payaso.	2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de: a. 1 b. 2 c. 3

			<p>d. 4 e. 5</p>
		<p>2.2.4 En producción el guía explica el proceso para hacer las bolsas de lunetas y chocoretas</p>	<p>2.2.4 En su opinión, el nivel de seguridad en las instalaciones que se observan en el área de empaquetado es de:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5</p>
		<p>2.2.5 En producción el guía explica el proceso para elaborar el duvalin.</p>	<p>2.2.5 En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5</p>
		<p>2.2.6 En producción el guía explica el proceso para elaborar la chocosorpresa.</p>	<p>2.2.6 En su opinión, de acuerdo a la visita que realizó el nivel de preferencia hacia los productos de Ricolino lo considera de:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5</p>
		<p>2.2.7 En producción el guía explica el proceso para elaborar la luneta y la chocoreta (confitado)</p>	<p>2.2.7 En su opinión, la duración del recorrido la considera de:</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3</p>

			<ul style="list-style-type: none"> d. 4 e. 5
		<p>2.2.8 Cuando regresan a sala interactiva resuelve dudas</p>	<p>2.2.8 En su opinión, al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
2. SOCIODEMOGRÁFICOS	3.1 GÉNERO	3.1.1 Los géneros femenino y masculino	<p>3.1.1 Género:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Femenino b. Masculino
	3.2 EDAD	3.2.1 La edad de los responsables del grupo a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino	<p>3.2.1 ¿Su edad en años cumplidos es?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 20 a 30 años b. 31 a 40 años c. 41 a 50 años d. 51 a 60 años e. 61 o más
	3.3 ESCOLARIDAD	3.3.1 Nivel de estudios	<p>3.3.1. ¿Su último grado de escolaridad con certificado o título es?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Preparatoria b. Carrera técnica en educación c. Licenciatura d. Maestría e. Otra
	3.4 VISITANTES	3.4.1 Número de visitantes por grupo	<p>3.4.1 ¿Cuál es el número de visitantes de su grupo?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 25 a 30 b. 31 a 35

			<ul style="list-style-type: none"> c. 36 a 40 d. 41 a 45 e. 46 o más
	3.5 DISTANCIA	3.4.5 Distancia que existe entre la escuela y la fábrica Ricolino	<p>3.4.5 La distancia que existe entre su escuela y la fábrica Ricolino es de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 30 min. b. 60 min. c. 90 min. d. 120 min. e. 121 min o más.
	3.6 VISITAS ANTERIORES	3.6.1 Las escuelas que ya han visitado la fabrica	<p>3.6.1 ¿Han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Si b. No
	3.7 TIPO DE ESCUELA	3.7.1 Escuelas públicas y privadas	<p>3.7.1 Su escuela es:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pública b. Privada
	3.8 AUTOBUS EN QUE LLEGAN	3.8.1 Autobús propio o rentado	<p>3.8.1 ¿El autobús en el que llegaron a la fabrica es?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Propio de la escuela b. Rentado en una agencia o trasportadora
	3.9 AGENCIA TRASPORTA DORA	3.9.1 Contacto con agencias trasportadoras	<p>3.9.1 El trámite de reservación y la llegaba a la fábrica la realizó a través de una agencia trasportadora?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Si b. No

3.8.2 TABLA DE ARBOREACIÓN DEL CUESTIONARIO FINAL

REACTIVOS	NÚMERO DE CUESTIONARIO
1.1.1 Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: <ul style="list-style-type: none"> f. Las agencias trasportadoras g. La página de Internet de Ricolino h. La caseta de vigilancia de Ricolino i. El Departamento de Visitas Escolares j. El Departamento de Salidas Escolares de la Secretaría de Educación Pública 	10
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: <ul style="list-style-type: none"> f. Por Fax g. Por correo electrónico h. En la caseta de vigilancia i. Bajar el archivo de Internet j. Acudir personalmente a la fábrica 	11
1.1.3 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? <ul style="list-style-type: none"> f. Por fax g. Por correo electrónico h. Por fax o correo electrónico i. Llevarla directamente a la fábrica j. Subirla a la página de Internet de Ricolino 	12
1.1.4 Después de enviar la solicitud tiene que: <ul style="list-style-type: none"> f. Dar por confirmada la visita g. Revisar la página de Internet de Ricolino h. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud i. Esperar que le llamen a su centro de trabajo para confirmar su solicitud. j. Esperar a que le envíen un correo electrónico donde confirman su solicitud 	13
1.1.5 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares? <ul style="list-style-type: none"> f. El responsable del grupo g. El director(a) de la escuela h. La secretaria de la escuela i. El responsable de la agencia trasportadora j. El responsable de la asociación de padres de familia 	15
1.1.6 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene mas importantes para ingresar a la planta? <ul style="list-style-type: none"> f. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no uñas pintadas g. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no 	20

<p>celulares, no cámaras</p> <p>h. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no botones</p> <p>i. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no plumas</p> <p>j. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no mascando chicles</p>	
<p>1.1.7 Después de enviar su solicitud, en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino.</p> <p>f. Dentro de un mes</p> <p>g. Dependiendo del guía</p> <p>h. Dentro de una semana</p> <p>i. De acuerdo a los espacios disponibles</p> <p>j. Respetan la fecha de la visita que solicita</p>	14
<p>1.1.8 Después de enviar las hojas para confirmar la visita. ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo?</p> <p>f. Dar por confirmada la visita</p> <p>g. Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva</p> <p>h. Esperar a que le manden un correo electrónico donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva</p> <p>i. Esperar a que le llamen a su centro de trabajo para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva</p> <p>j. Revisar la página de Internet de Ricolino donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva</p>	16
<p>1.1.9 ¿El día de la visita, qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica?</p> <p>f. Reportarse al Depto. de personal</p> <p>g. Reportarse en la caseta de Vigilancia</p> <p>h. Esperar afuera de la fábrica para que lo reciban</p> <p>i. Reportarse con la Coordinadora de Visitas Escolares</p> <p>j. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de aviso al área de Visitas Escolares</p>	17
<p>1.1.10 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica?</p> <p>f. Esperar a que el guía los reciba</p> <p>g. Bajar a los visitantes del autobús</p> <p>h. Esperar indicaciones del vigilante que está afuera de la fábrica</p> <p>i. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de instrucciones</p> <p>j. Aprovechar el tiempo para comprar en el expendio de Ricolino.</p>	18

<p>1.1.11 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es:</p> <ul style="list-style-type: none"> g. Casco, overol y cubre boca h. Cofia, cubre boca y audífonos i. Cofia, bata y calzado industrial j. Calzado industrial, overol y audífonos k. Cubre boca, calzado industrial y casco l. Calzado industrial, overol y audífonos 	23
<p>1.1.12 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta?</p> <ul style="list-style-type: none"> f. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa g. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, panditas h. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, bubulubu i. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, dulcigomas j. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, krankys 	21
<p>1.1.13 Después del área de producción a donde los dirige el guía para retirar el equipo a:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. La sala de juntas g. La sala interactiva h. El túnel de Ricolino i. El universo de Ricolino j. El área de materias primas 	27
<p>1.1.14 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. Entregar los obsequios g. Pasar al grupo al sanitario h. Llevar al grupo al expendio de Ricolino i. Llevarlos con la botarga de Paleta Payaso j. Llevarlos nuevamente al universo de Ricolino 	19
<p>1.2.1 En sala interactiva el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. El proceso de elaboración de rellenos g. El proceso de elaboración de coberturas h. El proceso de elaboración del chocolate i. El proceso de elaboración de gomas y cajeta j. El proceso de elaboración de todos los productos 	22
<p>1.2.2 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. La elaboración de la envoltura g. La elaboración de las gomas de Ricolino 	24

<ul style="list-style-type: none"> h. Los ingredientes y cantidades para elaborar el chocolate i. Las temperaturas de los ingredientes para elaborar malvavisco j. La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas 	
<p>1.2.3 En la línea de envoltura o empaque el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. El proceso de empaquetado de duvalin g. El proceso de empaquetado de Paleta Payaso h. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas i. El proceso de empaquetado de todos los productos de Ricolino j. El proceso de elaboración de bolsas de plástico con logotipo de Ricolino 	25
<p>1.2.4 En el área de confitado el guía explica:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. Cómo se confitan lunetas y chocoretas g. Cómo se elabora el jarabe para confitar h. Cómo se confitan los chicles de Ricolino i. Cómo se confitan las paletas de Ricolino j. Cómo se elabora el colorante para confitar 	26
<p>1.2.5 Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. Resuelve dudas g. Explica políticas de calidad h. Da las gracias a los visitantes i. Explica misión del Grupo Bimbo j. Invita al grupo a comprar en el expendio de Ricolino 	28
<p>2.1.1 ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?</p> <ul style="list-style-type: none"> f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5 	29
<p>2.1.2 El tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5 	30
<p>2.1.3 Con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. 1 	31

<p>g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	
<p>2.1.4 ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	32
<p>2.1.5 En su opinión, la rápida comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	33
<p>2.1.6 El nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	34
<p>2.1.7 El nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	35
<p>2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	36
<p>2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para realizar una visita la considera:</p>	37

f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	
2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue: f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	38
2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de: f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	39
2.1.12 En su opinión, el tiempo de espera en que los recibe el guía es: f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	40
2.1.13 En su opinión, la limpieza que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es: f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	41
2.1.14 En su opinión, la comprensión de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de: f. 1 g. 2 h. 3 i. j. 5	42
2.1.15 En su opinión, el nivel de organización del equipo de	43

<p>Visitas Escolares es de:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	
<p>2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de :</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	44
<p>2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	45
<p>2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	46
<p>2.2.4 En su opinión, el nivel de seguridad en las instalaciones que se observan en el área de empaquetado es de:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5</p>	47
<p>2.2.5 En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:</p> <p>f. 1 g. 2 h. 3 i. 4</p>	48

j. 5	
2.2.6 En su opinión, de acuerdo a la visita que realizó el nivel de preferencia hacia los productos de Ricolino lo considera de: f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	49
2.2.7 En su opinión, la duración del recorrido la considera de: f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	50
2.2.8 En su opinión, al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera: f. 1 g. 2 h. 3 i. 4 j. 5	51
3.1.1 Género: c. Femenino d. Masculino	1
3.2.1 ¿Su edad en años cumplidos es? f. 20 a 30 años g. 31 a 40 años h. 41 a 50 años i. 51 a 60 años j. 61 o más	2
3.3.1. ¿Su último grado de escolaridad con certificado o título es? f. Preparatoria g. Carrera técnica en educación h. Licenciatura i. Maestría j. Otra	3
3.4.1 ¿Cuál es el número de visitantes de su grupo? f. 25 a 30 g. 31 a 35 h. 36 a 40	4

i. 41 a 45 j. 46 o más	
3.4.5 La distancia que existe entre su escuela y la fabrica Ricolino es de: f. 30 min. g. 60 min. h. 90 min. i. 120 min. j. 121 min. o más.	5
3.6.1 ¿Han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino? c. Si d. No	6
3.7.1 Su escuela es: c. Pública d. Privada	7
3.8.1 ¿El autobús en el que llegaron a la fábrica es? c. Propio de la escuela d. Rentado en una agencia o transportadora	8
3.9.1 El trámite de reservación y la llegaba a la fábrica la realizó a través de una agencia transportadora? c. Si d. No	9

3.8.3 Tabla de equivalencias del cuestionario final.

TABLA DE EQUIVALENCIAS DEL CUESTIONARIO FINAL	
REACTIVOS	NUM. CUESTIONARIO
INSTRUCCIONES	
3.1.1	1
3.2.1	2
3.3.1	3
3.4.1	4
3.5.1	5
3.6.1	6
3.7.1	7
3.8.1	8
3.9.1	9
INSTRUCCIONES	
1.1.1	10
1.1.2	11
1.1.3	12
1.1.4	13

1.1.7	14
1.1.5	15
1.1.8	16
1.1.9	17
1.1.10	18
1.1.14	19
1.1.6	20
1.1.12	21
INSTRUCCIONES	
1.2.1	22
1.1.11	23
1.2.2	24
1.2.3	25
1.2.4	26
1.1.13	27
1.2.5	28
INSTRUCCIONES	
2.1.1	29
2.1.2	30
2.1.3	31
2.1.4	32
2.1.5	33
2.1.6	34
2.1.7	35
2.1.8	36
2.1.9	37
2.1.10	38
2.1.11	39
2.1.12	40
2.1.13	41
2.1.14	42
2.1.15	43
2.2.1	44
2.2.2	45
2.2.3	46
2.2.4	47
2.2.5	48
2.2.6	49
2.2.7	50
2.2.8	51

3.8.4 Cuestionario final

NOMBRE DE LA ESCUELA: _____

FECHA: _____ HORA DE LA VISITA: _____ FOLIO _____



RICOLINO: UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE CON LA EDUCACIÓN

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer y evaluar la opinión que tiene respecto a los servicios que se ofrecen en la visita. Gracias a su participación, nos permitirá ofrecerle una atención de más calidad. Los datos recabados son meramente estadísticos, le agradeceré conteste lo más honesto posible.

Las preguntas están formuladas en dos bloques, el primero es de la 1 a la 21, este bloque se contestará antes de ingresar a la fábrica. El segundo bloque es de la 25 a la 51 y se contestará al finalizar la visita.

I.- INSTRUCCIONES PRIMER BLOQUE. Marque con una “X” los datos que se piden a continuación:

1.- Género:

Femenino

Masculino

2.- ¿Su edad en años cumplidos es?

<input type="checkbox"/>	a. 20 a 30 años
<input type="checkbox"/>	b. 31 a 40 años
<input type="checkbox"/>	c. 41 a 50 años
<input type="checkbox"/>	d. 51 a 60 años
<input type="checkbox"/>	e. 61 o más

3.- ¿Su último grado de escolaridad con certificado o título es?

<input type="checkbox"/>	a. Preparatoria
<input type="checkbox"/>	b. Carrera técnica en educación
<input type="checkbox"/>	c. Licenciatura
<input type="checkbox"/>	d. Maestría
<input type="checkbox"/>	e. Otra

4.- ¿Cuál es el número de visitantes de su grupo?

<input type="checkbox"/>	a. 25 a 30
<input type="checkbox"/>	b. 31 a 35
<input type="checkbox"/>	c. 36 a 40
<input type="checkbox"/>	d. 41 a 45
<input type="checkbox"/>	e. 46 o más

5.- La distancia que existe entre su escuela y la fábrica Ricolino es de:

<input type="checkbox"/>	a. 30 min.
<input type="checkbox"/>	b. 60 min.
<input type="checkbox"/>	c. 90 min.
<input type="checkbox"/>	d. 120 min.
<input type="checkbox"/>	e. 121 min. o más

6.- ¿Han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino?

<input type="checkbox"/>	a. Si
<input type="checkbox"/>	b. No

7.- Su escuela es:

<input type="checkbox"/>	a. Pública
<input type="checkbox"/>	b. Privada

8.- El autobús en el que llegaron a la fábrica es:

<input type="checkbox"/>	a. Propio de la escuela
<input type="checkbox"/>	b. Rentado en una agencia o transportadora

9.- ¿El trámite de reservación y la llegada a la fábrica la realizó a través de una agencia transportadora?

<input type="checkbox"/>	a. Si
<input type="checkbox"/>	b. No

II. INSTRUCCIONES: Si usted fue el responsable que hizo el trámite para la reservación de la visita conteste las siguientes preguntas, sino pase a la pregunta 17. Coloque en el paréntesis la opción que considere válida. *No responda en caso de no encontrar una opción o respuesta a la pregunta planteada.*

10.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: ()

- a. Las agencias transportadoras
- b. La página de Internet de Ricolino
- c. La caseta de vigilancia de Ricolino
- d. El Departamento de Visitas Escolares
- e. El Departamento de Salidas Escolares de la Secretaría de Educación Pública

11.- ¿Por qué medio le entregan la solicitud de Visita?: ()

- a. Por Fax
- b. Por correo electrónico
- c. En la caseta de vigilancia

- d. Bajar el archivo de Internet
- e. Acudir personalmente a la fábrica

12.- ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita Llena al Depto. de Visita Escolares? ()

- a. Por fax
- b. Por correo electrónico
- c. Por fax o correo electrónico
- d. Llevarla directamente a la fábrica
- e. Subirla a la página de Internet de Ricolino

13.- Después de enviar la solicitud Llena tiene que: ()

- a. Dar por confirmada la visita
- b. Revisar la página de Internet de Ricolino
- c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud
- d. Esperar que le llamen a su centro de trabajo para confirmar su solicitud
- e. Esperar a que le envíen un correo electrónico donde confirman su solicitud

14.- Después de enviar su solicitud, en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino? ()

- a. Dentro de un mes
- b. Dependiendo del guía
- c. Dentro de una semana
- d. De acuerdo a los espacios disponibles
- e. Respetan la fecha de la visita que solicita

15.- ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares para confirmar la visita?()

- a. El responsable del grupo
- b. El director(a) de la escuela
- c. La secretaria de la escuela
- d. El responsable de la agencia transportadora
- e. El responsable de la asociación de padres de familia

16.- Después de enviar las hojas para confirmar la visita, qué tiene que hacer el responsable del grupo: ()

- a. Dar por confirmada la visita
- b. Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva
- c. Esperar a que le manden un correo electrónico donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva
- d. Esperar a que le llamen a su centro de trabajo para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva
- e. Revisar la página de Internet de Ricolino donde confirman que recibieron sus listas y su carta responsiva

El día de la visita:

17.- El día de la visita, qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica: ()

- a. Reportarse al Depto. de personal
- b. Reportarse en la caseta de Vigilancia
- c. Esperar afuera de la fábrica para que lo reciban
- d. Reportarse con la Coordinadora de Visitas Escolares
- e. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de aviso al área de Visitas Escolares

18.- ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica? ()

- a. Esperar a que el guía los reciba
- b. Bajar a los visitantes del autobús
- c. Esperar indicaciones del vigilante que está afuera de la fábrica
- d. Esperar que el responsable de la agencia transportadora de instrucciones
- e. Aprovechar el tiempo para comprar en el expendio de Ricolino

19.- Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que: ()

- a. Entregar los obsequios
- b. Pasar al grupo al sanitario
- c. Llevar al grupo al expendio de Ricolino
- d. Llevarlos con la botarga de Paleta Payaso
- e. Llevarlos nuevamente al universo de Ricolino

20.- ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta? ()

- a. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no uñas pintadas
- b. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras
- c. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no botones
- d. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no plumas
- e. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras, no mascando chicles

21.- ¿Cuáles son los productos que se elaboran en esta planta? ()

- a. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa
- b. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, panditas
- c. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, bubulubu
- d. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, dulcigomas
- e. Luneta, chcoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, krankys

III.- INSTRUCCIONES SEGUNDO BLOQUE: Coloque en el paréntesis la opción que considere válida. *No responda en caso de no encontrar una opción o respuesta a la pregunta planteada.*

- 22.- En sala interactiva el guía explica: ()
- a. El proceso de elaboración de rellenos
 - b. El proceso de elaboración de coberturas
 - c. El proceso de elaboración del chocolate
 - d. El proceso de elaboración de gomas y cajeta
 - e. El proceso de elaboración de todos los productos
- 23.- El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es: ()
- a. Casco, overol y cubre boca
 - b. Cofia, cubre boca y audífonos
 - c. Cofia, bata y calzado industrial
 - d. Calzado industrial, overol y audífonos
 - e. Cubre boca, calzado industrial y casco
- 24.- En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica: ()
- a. La elaboración de la envoltura
 - b. La elaboración de las gomas de Ricolino
 - c. Los ingredientes y cantidades para elaborar el chocolate
 - d. Las temperaturas de los ingredientes para elaborar malvavisco
 - e. La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas
- 25.- En la línea de envoltura o empaque el guía explica: ()
- a. El proceso de empaquetado de duvalin
 - b. El proceso de empaquetado de Paleta Payaso
 - c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas
 - d. El proceso de empaquetado de todos los productos de Ricolino
 - e. El proceso de elaboración de bolsas de plástico con logotipo de Ricolino
- 26.- En el área de confitado el guía explica: ()
- a. Como se confitan lunetas y chocoretas
 - b. Como se elabora el jarabe para confitar
 - c. Como se confitan los chicles de Ricolino
 - d. Como se confitan las paletas de Ricolino
 - e. Como se elabora el colorante para confitar
- 27.- Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo a:
()
- a. La sala de juntas
 - b. La sala interactiva
 - c. El túnel de Ricolino
 - d. El universo de Ricolino
 - e. El área de materias primas

28.- Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía: ()

- a. Resuelve dudas
- b. Explica políticas de calidad
- c. Da las gracias a los visitantes
- d. Explica misión del Grupo Bimbo
- e. Invita al grupo a comprar en el expendio de Ricolino

IV.- INSTRUCCIONES.- Coloque una “X” en la opción que más se acerque a su juicio, considere que 1 es la menor calificación y 5 la más alta.

NUM		1	2	3	4	5
29	¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?					
30	El tiempo de espera para recibir la solicitud de visita lo considera de:					
31	Con qué facilidad considera el llenado de la solicitud de visita:					
32	¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?					
33	En su opinión, la rápida comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:					
34	El nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:					
35	El nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:					
36	En su opinión, la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:					
37	En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera:					
38	En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:					
39	En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de:					
40	En su opinión, el tiempo de espera en que los recibe el guía es:					
41	En su opinión, la limpieza que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:					
42	En su opinión la comprensión de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de:					
43	En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:					
44	En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de :					
45	En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):					
46	En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de:					

47	En su opinión, el nivel de seguridad en las instalaciones que se observa en el área de empaquetado es de:					
48	En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:					
49	En su opinión, de acuerdo a la visita que realizó el nivel de preferencia hacia los productos de Ricolino lo considera de:					
50	En su opinión, la duración del recorrido lo considera de:					
51	En su opinión al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:					

¡GRACIAS POR SU COOPERACIÓN!



3.9 RESULTADOS DE PILOTEO

A continuación se presentan resultados de la prueba piloto.

- ❖ El 70% de los encuestados son de género femenino, mientras que el 30% son de género masculino. (Ver Anexo 4 Tabla 1)
- ❖ El 40% de los encuestados tienen una edad que se distribuye entre los 31 y 40 años, mientras que el 30% se distribuye entre los 41 y 50 años, un 20% se encuentra entre los 20 y 30 años y sólo el 10% entre los 51 a 60 años. (Ver Anexo 4 Tabla 2)
- ❖ El 40% de los encuestados tiene una escolaridad a nivel licenciatura, el 30% tiene una carrera técnica en educación, el 10% tiene la preparatoria, el 10 % tiene una maestría y el último 10% tiene otro nivel de escolaridad. (Ver Anexo 4 Tabla 3)
- ❖ El 30% lleva un aproximado de 41 a 45 invitados, el 30% lleva un aproximado de 46 invitados o más, el 20% lleva entre 36 y 40 invitados, el 10% lleva entre 31 y 35 invitados y el otro 10% lleva entre 25 y 30 invitados. (Ver Anexo 4 Tabla 4)
- ❖ El 30% hace aproximadamente 90 minutos de su escuela a la fábrica, el 20% hace 120 minutos, el 20% hace más de 120 minutos, el 20% hace 60 minutos y

- el otro 10% hace 30 minutos aproximadamente. (Ver Anexo 4 Tabla 5)
- ❖ El 50% de las escuelas ya ha visitado con anterioridad la fábrica y el otro 50% no había realizado ninguna visita. (Ver Anexo 4 Tabla 6)
 - ❖ El 60% de las escuelas que visitan la fábrica son de escuelas públicas mientras que el 40% son de escuelas privadas. (Ver Anexo 4 Tabla 7)
 - ❖ El 60% de las escuelas que visitan la fábrica llegan en un autobús que no es de la escuela, mientras que el otro 40 % llevan un autobús propio de la escuela. (Ver Anexo 4 Tabla 8)
 - ❖ El 70% de los grupos que visitan la fábrica hacen el contacto con una transportadora, mientras que el 30% hacen el contacto directo con la fábrica. (Ver Anexo 4 Tabla 9)
 - ❖ Sólo el 20% si tiene conocimiento donde se tiene que pedir informes para la reservación de una visita, 20% tiene la idea que se tiene que pedir en el Departamento de salidas escolares de la Secretaría de Educación Pública, 10% piensa que se tiene que pedir en la caseta de vigilancia de Ricolino, 10% piensa que se tiene que pedir en una agencia transportadora y 10% piensa que se tiene que consultar la página de Internet. (ver Anexo- Tabla 10)
 - ❖ El 40% si conoce por que me dio se le entrega la solicitud de visita, y el 30% restante piensa que tiene que bajarse el archivo por Internet. (ver Anexo- Tabla 11)
 - ❖ El 40% si conoce que se tiene que mandar la solicitud a Visitas Escolares por fax o correo electrónico, el 30% piensa que tiene que subir el archivo por Internet y el otro 10% cree que se tiene que enviar por fax. (ver Anexo 4- Tabla 12)

- ❖ El 40% si conoce que después de enviar la solicitud al área de vistas escolares se tiene que comunicar con esa área para confirmar que recibieron la solicitud. El 10% piensa que se tiene dar por confirmada la visita, 10% piensa que le tienen que llamar para confirmar la solicitud, 10% piensa que tiene que esperar un correo electrónico donde se dice que tienen la solicitud. (ver Anexo 4- Tabla 13)
- ❖ El 40% si conoce que la fecha de la visita se otorga de acuerdo a los espacios disponibles, el 20% piensa que le respetan la fecha de la visita, y el 10% piensa que la fecha se la dan dependiendo del guía. (ver Anexo 4- Tabla 14)
- ❖ El 40% si conoce que con llenar la hoja 1 y 5 se le da la fecha de la visita, el 20% piensa que es con la hoja 1, 4 y 5 y 10% piensa que es con la hoja 1. (ver Anexo 4- Tabla 15)
- ❖ El 20% si conoce que es con la hoja 1 y 4 para dar por confirmada la fecha de la visita, el 20% piensa que es con la hoja 1, 4 y 5, el 10% piensa que es con la hoja 1, el 10% piensa que es con la hoja 1 y 4 y el otro 10% piensa que es con la hoja 1 y 5. (ver Anexo 4- Tabla 16)
- ❖ El 40% si conoce que e responsable del grupo se tiene que comunicar con el área de vistas escolares para confirmar la visita, el 10% piensa que es la secretaria de la escuela, el 10% piensa que es la agencia trasportadora y el 10% piensa que es el responsable de la asociación de padres de familia. (ver Anexo 4- Tabla 17)
- ❖ El 40% si conoce que el responsable del grupo tiene que llamar a visitas escolares para confirmar que recibieron las listas y la carta responsiva, el 20% piensa que se tiene que dar por confirmada la visita, y el 10% piensa que tiene que esperar a que le llamen para confirmarla. (ver Anexo 4- Tabla 18)

- ❖ El 40% si conoce que el día de la visita el responsable del grupo se tiene que reportar en la caseta de vigilancia, el 20% piensa que tiene que esperar afuera de la fábrica hasta que los reciban, el 20% piensa que tiene que reportarse con la coordinadora de vistas escolares, el 10% piensa que tiene que reportarse al departamento de personal y el otro 10% piensa que el responsable de la agencia transportadora es quien tiene que reportar al grupo. (ver Anexo 4- Tabla 19)
- ❖ El 50% si conoce que el responsable tiene que esperar a que el guía los reciba para ingresar a la fábrica, el 20% piensa que tiene que aprovechar el tiempo para ir a comprar al expendio de Ricolino, el 10% piensa que tiene que bajar al grupo del autobús, el 10% piensa que tiene que esperar indicaciones del vigilante que está afuera de la fábrica y el otro 10% piensa que tiene que esperar que el responsable de la agencia transportadora de instrucciones. (ver Anexo 4- Tabla 20)
- ❖ El 50% si conoce que el guía los tiene que llevar a la sala interactiva, el 20% piensa que los llevan al expendio de Ricolino, el 10% piensa que los llevan a los sanitarios, el 10% piensa que los llevan al túnel de Ricolino, y el 10% piensa que los llevan al área de producción. (ver Anexo 4- Tabla 21)
- ❖ El 50% si conoce que les tienen que entregar los obsequios para salir de la fábrica, el 20% piensa que los llevan nuevamente al universo de Ricolino, el 10% piensa que pasan al sanitario, el 10% piensa que los llevan al expendio de Ricolino, y el 10% piensa que los llevan con la botarga del payasito de Paleta Payaso. (ver Anexo 4- Tabla 22)
- ❖ El 40% si conoce las medidas de seguridad para ingresar a la planta, el 20% piensa que tampoco se puede ingresar con las uñas pintadas, el 20% piensa que tampoco se puede ingresar con botones, el 10% piensa que tampoco se

- puede ingresar con plumas y el otro 10% piensa que tampoco se puede ingresar con cámaras. (ver Anexo 4- Tabla 23)
- ❖ Solo el 20% si conoce cuáles son los productos que se elaboran en esa planta, el 30% piensa que también se elaboran los krankys, el 20% piensa que también se elaboran el bubulubu, el 20% piensa que también se elaboran las dulcigomas y el 10% piensa que también se elaboran los panditas. (ver Anexo 4- Tabla 24)
 - ❖ El 40% si conoce que cuando llegan a la planta el guía tiene que darles la bienvenida, el 20% piensa que los tiene que llevar la sanitario, el 20% piensa que da aviso a la caseta de vigilancia, el 10% piensa que tiene que bajar al grupo del autobús, el 10% piensa que tiene que revisar que el grupo cumpla con la medidas de seguridad. (ver Anexo 4- Tabla 25)
 - ❖ El 50% si conoce que en sala interactiva el guía tiene que explicar el proceso para elaborar el chocolate, el 20% piensa que se explica la elaboración de coberturas, el 10% piensa que se explica la elaboración de rellenos, el 10% piensa que se explica la elaboración de gomas y cajeta, el 10% piensa que se explica la elaboración de todos los productos. (ver Anexo 4- Tabla 26)
 - ❖ El 60% si conoce el equipo que se necesita para bajar al área de producción, el 20% piensa que se necesita un calzado industrial, el 10% piensa que se necesita un casco y el otro 10% piensa que se necesita un overol. (ver Anexo 4- Tabla 27)
 - ❖ El 70% si conoce que en línea de producción de paleta payaso el guía explica la elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas, el 20% piensa que explica la elaboración de la envoltura y el 10% piensa que se explica la temperatura del malvavisco. (ver Anexo 4- Tabla 28)

- ❖ El 70% si conoce que en el área de empaquetado el guía explica el proceso de empaquetado de las bolsas de lunetas y chocoretas, el 20% piensa que se explica la elaboración de la envoltura, el 10% piensa que se explica el empaquetado de todos los productos de Ricolino. (ver Anexo 4- Tabla 29)

- ❖ El 50% si conoce que en el área de duvalin el guía explica el depositado del duvalin en la cajilla, la colocación de la tapa y el llenado de cajas, el 30% piensa que también se explican los canales de venta, y el 20% piensa que se explica la temperatura del chocolate. (ver Anexo 4- Tabla 30)

- ❖ El 60% si conoce que en líneas de producción de chocosorpresa el guía explica el túnel de enfriamiento por donde pasan las figuras del chocolate, el 20% piensa que se explica el tipo de chocolate para hacer los dulces de Ricolino, el 20% piensa que se explica el proceso para hacer las tablillas de chocolate. (ver Anexo 4- Tabla 31)

- ❖ El 70% si conoce que en línea de luneta el guía explica el proceso para confitar lunetas y chocoretas, el 20% piensa que se explica cómo se elabora el jarabe para confitar, el 10% piensa que se explica cómo se confitan los chicles de Ricolino. (ver Anexo 4- Tabla 32)

- ❖ El 70% si conoce que el guía los tiene que conducir nuevamente a la sala interactiva, el 20% piensa que los llevan a la sala de juntas, el 10% piensa que les dan las gracias a los visitantes. (ver Anexo 4- Tabla 33)

- ❖ El 50% si conoce que en la sala interactiva el guía resuelve dudas, el 30% piensa que el guía da las gracias a los visitantes, el 20% piensa que el guía invita al grupo a comprar en el expendio de Ricolino. (ver Anexo 4- Tabla 34)

- ❖ El 70% opina en 5 que es rápido pedir informes para una visita, el 20% opina en 3 y el 10% opina en 2. (ver Anexo 4- Tabla 35)

- ❖ El 60% opina en 5 el tiempo de espera para recibir la solicitud de vista, el 30% opina en 2 y el 10% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 36)
- ❖ El 50% opina en 5 la facilidad de llenado de la solicitud de vista, el 30% opina en 4, el 10% opina en 3 y el otro 10% opina en 1. (ver Anexo 4- Tabla 37)
- ❖ El 80% opina en 5 que es rápido enviar la solicitud de vista al Depto. de vistas escolares, el 10% opina en 3 y el 10% opina en 1. (ver Anexo 4- Tabla 38)
- ❖ El 70% opina en 5 que es rápida la comunicación con el área de vistas escolares, 20% opina en 4 y el 10% opina en 2. (ver Anexo 4- Tabla 39)
- ❖ El 80% opina en 5 el nivel de participación que se le exige al responsable del grupo durante la vista, el 10% opina en 4, y el 10% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 40)
- ❖ El 70% opina en 5 el nivel de exigencia de las medidas de seguridad para ingresar a la planta, el 30% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 41)
- ❖ El 60% opina en 5 el nivel de eficacia para dar una fecha de visita, el 30% opina en 4 y el 10% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 42)
- ❖ El 60% opina en 5 el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita, el 30% opina en 4 y el 10% opina en 1. (ver Anexo 4- Tabla 43)
- ❖ El 70% opina en 5 la calidad de la atención ofrecida por el Depto. de visitas escolares durante el proceso de reservación, el 20% opina en 4 y el 10% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 44)
- ❖ El 70% opina en 5 la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la

- fábrica, el 30% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 45)

- ❖ El 70% opina en 5 el tiempo de espera para ingresar a la fábrica, el 30% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 46)

- ❖ El 60% opina en 5 sobre la seguridad que ofrecen las instalaciones al dirigirse a la sala interactiva, el 40% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 47)

- ❖ El 80% opina en 5 la oportunidad del equipo que se necesita para bajar al área de producción, el 20% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 48)

- ❖ El 80% opina en 5 la claridad de la explicación ofrecida por el guía, el 20% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 49)

- ❖ El 70% opina en 5 la comodidad del equipo de sonido, el 30% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 50)

- ❖ El 60% opina en 5 el nivel de organización del equipo de vistas escolares, el 30% opina en 4 y el 10% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 51)

- ❖ El 70% opina en 5 el nivel de confianza presentada por el guía cuando les dio la bienvenida, el 30% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 52)

- ❖ El 90% opina en 5 el lenguaje utilizado por el guía para explicar la elaboración del chocolate, el 10% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 53)

- ❖ El 70% opina en 5 el nivel de higiene en la elaboración de la paleta payaso, el 30% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 54)

- ❖ El 70% opina en 5 el nivel de seguridad que se observa en el área de empaquetado, el 20% opina en 4 y el 10% opina en 3. (ver Anexo 4- Tabla 55)

- ❖ El 70% opina en 5 la atención y conducción ofrecida por el guía, el 30% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 56)
- ❖ El 70% opina en 5 el nivel de innovación de los productos de Ricolino, el 30% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 57)
- ❖ El 80% opina en 5 la duración del recorrido, el 20% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 58)
- ❖ El 90% opina en 5 el nivel de aprendizaje otorgado al grupo al finalizar la visita, el 10% opina en 4. (ver Anexo 4- Tabla 59)

1.9.1. Resultados por cruces de variables sociodemográficas del cuestionario piloto (conocimiento)

- ❖ El 70% de la población son mujeres mientras que el 30% son hombres. Del 70% de la población de mujeres registró un conocimiento del 28%, mientras que el 30% de hombres registró un conocimiento del 10%. La diferencia es del 18% entre hombres y mujeres lo que establece que el género determina el grado de conocimiento. (ver anexo 5- tabla 1 de conocimiento por género).
- ❖ El rango de edad entre los 31 y 40 años es el que presentó mayor grado de conocimiento con un 18.01%, mientras que el rango de edad entre los 41 y 50 años registró un 10.40%, el rango que le sigue es el de los 20-30 años con un 6.40% y el que menor grado de conocimiento presentó fue el rango de edad entre los 51 y 60 años con un 4.80%. La diferencia entre el mayor grado y el menor es de 13.21% lo que determina que la edad si determina el grado de conocimiento. (ver anexo 5- tabla 2 de conocimiento por edad)

- ❖ El rango de carrera técnica en educación presentó mayor grado de conocimiento con un 19.60%, le sigue el rango de licenciatura con un 18%, el de en medio es el rango maestría con un 6%, el penúltimo cayó en el rango de preparatoria con un 5.20% y el último lugar lo ocupó el rango de otro nivel académico con un 3.06%, la diferencia del mayor y el menor valor da 16% lo que establece que la escolaridad determina el grado de conocimiento. (ver anexo 5- tabla 3 de conocimiento por escolaridad)
- ❖ El rango de número de visitantes entre 25 y 30 tiene un conocimiento del 12%, mientras que el rango entre 31 a 35 presentó un conocimiento del 10%, el que mayor grado de conocimiento presentó fue el rango entre los 36 a 40 con un 18%, el rango entre 41 y 45 obtuvo un 7.22 y el que menor grado de conocimiento presentó fue el de los 46 o más con un 3.60%.(ver anexo 5- tabla 4 de conocimiento por número de visitantes por grupo)
- ❖ Las escuelas que hacen 30 min, a la fábrica presentaron un conocimiento del 24%, las que quedan a 60 min, el 12%, las que llegan en 90 min. tienen un 4.80% de conocimiento, las que hacen 120 min, el 7.20% y por último las que hacen 121 min. o más su grado de conocimiento es del 4.40%, la diferencia entre el menor y el mayor es de 19.60% lo que determina que la distancia de la escuela a la fábrica sí influye en el grado de conocimiento. (ver anexo 5- tabla 5 de conocimiento por distancia)
- ❖ Las escuelas que si han visitado con anterioridad la fábrica tienen un

- conocimiento del 32%, y las que no han visitado antes la fábrica tienen un 12%, la diferencia entre ambos valores es de 20% lo que establece que las visitas anteriores sí determina el grado de conocimiento. (ver anexo 5- tabla 6 de conocimiento por visita anterior)
- ❖ Las escuelas públicas tienen un conocimiento del 14%, mientras que las escuelas privadas tienen un conocimiento del 25%, la diferencia entre una y otra es de 12% lo que estipula que el tipo de escuela sí afecta el grado de conocimiento(ver anexo 5- tabla 7 de conocimiento por tipo de escuela)
 - ❖ Las escuelas que llegan a la planta en autobús propio tienen un grado de conocimiento del 20%, y las que llegan en un autobús rentado tienen un grado de conocimiento del 18%, la diferencia del 2% dice que el tipo de autobús en el que llegan a la planta casi no determina el grado de opinión. (ver anexo 5- tabla 8 de conocimiento por tipo de autobús)
 - ❖ Las escuelas que hacen la reservación sin ninguna agencia conocen en un 26%, y las que llegan por medio de una agencia transportadora conocen en un 10%, la diferencia del 16% establece que el contacto por medio de una agencia transportadora sí afecta el grado de conocimiento. (ver anexo 5- tabla 9 de conocimiento por contacto de agencia transportadora)

3.9.2 Resultados por cruces de variables sociodemográficas del cuestionario piloto (opinión)

1. De la población de mujeres opinan en 5 la calidad respecto a la logística y contenido que se ofrecen en la visita en un 52%, y de manera dispersa entre el 1 con un 0.40%, en 2 en un 1.20%, en 3 en un 6.80% y en 4 en un 9.76%. mientras que los hombres opinan en 5 en un 21.20%, 4 en un 7.60%, en 3 y en 2 en un promedio bajo menor a uno.(ver anexo 6- tabla 1- Género)

2. De los dos sujetos que están en el rango de edad de los 21 a los 30 opinan en 5 en un 13.60%, en 4 en un 5.36% y en 3 y en 2 con menos de 1%, no tienen opinión en 1.

De los 3 sujetos que hay en el rango entre los 31 a los 40 años opina en 5 en un 29.60% en un 6% en 4, en 3 e un 2.80% y en 2 en un 1.60%, tampoco tienen opinión en 1.

De los otros 3 sujetos que están entre los 41 a los 50 opina en 5 en 23.20%, en 4 en un 5.36% y en 1, 2 y 3 con valores abajo del 1%.

El rango entre los 51 a los 60 solo tiene un sujeto y opina en 5 en un 8% en 4 en 1.60% y 2 y 3 en valores debajo del 1%.

El rango de los 61 años o más solo tiene un sujeto y opina en un 5.60% en 5 y en 3.60% en 4, en 1, 2 y 3 nuevamente con valores menor a 1%.(ver anexo 6- tabla 2- edad)

3. Solo hay un sujeto con preparatoria y opina en 5 en un 7.20%, en 2.56% en 4, en 0.40% en 3 y en 2 y 1 no tiene opinión.

De los tres sujetos con carrera técnica en educación opinan en un 23.20% en

5, en 4 opinan en 6.40, en 0.40% en 3 y en 2 y 1 no tiene opinión.

De los 4 sujetos con licenciatura presentaron un 31.20% en 5, y en 8.16% en 4, en 1, 2 y 3 no presentaron grado de opinión.

De la persona que tiene maestría registró un 7.20% el grado de opinión en 5, en 2% en 4 y en 0.80% en 3.

La persona que tiene otro nivel de escolaridad registró un 6.40% en grado de opinión 5, en 3.20% en 4 y en 0.40% en 3. (Ver anexo 6- tabla 3- escolaridad)

4. Del rango de 25 a 30 visitantes se registró un sujeto y dio un 6.40% en opinión de 5, en 4 en un 4.16%, y en 3 sólo con el 0.80%

Del rango de 30 a 35 visitantes también solo hay un sujeto y reporta un 6% su grado de opinión en 5, en 2. 40 su opinión en 4 y en 3 en 0.80%

Del rango de 36 a 40 se reportaron dos sujeto y opinan en 5 en un 12%, en 4 en 6.56 % y en 3 en 1.60%.

Del rango de 41 a 45 opinan en 5 en un 22.80% los 3 sujetos reportados, en 4 en un 6.0% y en 3 en un 1.20%,

Del rango de 46 o mas visitantes se registraron 3 sujetos y tienen un 24% de grado de opinión en 5, mientras que en 4 en un 5.60%, y en 3 en un 0.40%, no registraron grado de opinión en 1 y 2. (Ver anexo 6- tabla 4-número de visitantes por grupo)

5. De las escuelas que hacen 30 min. a la fábrica se registró un sujeto y tiene 7.60% de grado de opinión en 5, en 4 en 2.56%, y no reportó valores en los niveles 1, 2 y 3.

Los sujetos que hace 60min. a la fábrica tiene el 8% en su grado de opinión de 5, en 4 registró 2% y no registró valores en los niveles 1, 2 y 3.

Se reportaron 2 sujetos que hacen 90 min. de distancia y opinan en 5 en un 14%, en 4 en un 5.76% y en 3 en 1.20%, tampoco registró valores en los niveles 1, 2 y 3.

Hay 3 sujetos que hacen 120 min, y opinaron en 5 en un 20.80%, en 4 en 8.40% y en 0.80% en 3; en los niveles 1 y 2 no hay registro.

De los últimos 3 sujetos opinan en 5 en un 23.20%, en 4 en un 6.40%, en 3 en 0.40% y en los niveles 1 y 2 no hay registro. (Ver anexo 6- tabla 5-distancia entre la escuela y la fábrica Ricolino)

6. La mitad de los sujetos ya había visitado con anterioridad la fábrica y registró un 34.40% en su grado de opinión de 5, en el nivel 4 registró un 13.36% y en nivel 3 sólo con 2.40%, en nivel 1 y 2 no hubo registro.

La otra mitad que no habían visitado la fábrica registraron un 41.20% de opinión en 5 respecto a la calidad de la visita, en nivel 4 con un 7.20% y en nivel 3 con un 1.60%(ver anexo 6- tabla 6-si ya han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino)

7. Las escuelas públicas que han visitado la fábrica Ricolino opinan en 5 en un 42.80%, en 4 en 14.16%, y en 3 en un 2.40%. Mientras que las escuelas privadas opinan en 5 en un 34.80%, en 4 en un 6.40% y en 3 en un 1.20%(ver anexo 6- tabla 7-por tipo de escuela)
8. 4 sujetos son los que acudieron con autobús propio a la fábrica y reportaron su grado de opinión en 5 en un 34.80%, en 4 en un 6.56% y en 3 con un valor menor a 1%, no registraron en valor 1 y 2.

De los 6 sujetos que llegan a la fábrica con un autobús rentado registraron 42.80% su grado de opinión en 5, en 4 en un 14%, y en 3 en un 2.40%, tampoco registró grado de opinión en 1 y 2. (Ver anexo 6- tabla 8-por tipo de autobús)

9. De los 9 sujetos que hacen contacto con la agencia transportadora presentaron un grado de opinión en 5 en un 53.60%, en 4 en 14.16% y en 3 en 1.20%, en las categorías 1 y 2 no presentaron porcentajes.

Y de los tres sujetos que no tienen contacto con la agencia transportadora registraron un 23.20% de opinión en 5, en 6.40% en 4, en 0.40% en 3 al igual que la categoría anterior no reportó porcentajes en 1 y 2. (ver anexo 6- tabla 9- contacto con una agencia transportadora)

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 4

LEVANTAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

LEVANTAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

LEVANTAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

CAPÍTULO 4. LEVANTAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se realizará el levantamiento de datos mediante la técnica de encuesta y el instrumento en la presente investigación será el cuestionario presencial para conocer la opinión de la población o universo. También se tomarán en cuenta

1. Definición de población
2. Selección de la muestra
3. Capacitación de investigadores de campo
4. Criterios de verificación del levantamiento de datos
5. Reporte de levantamiento de datos
6. Vaciado de datos
7. Lectura de datos

4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

La población es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación.

El objetivo de la investigación es conocer la opinión pública de los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino respecto a la logística y contenido que se ofrecen.

Como responsable de la institución educativa a nivel primaria se considera a la persona mayor de 18 años que acompaña al grupo escolar a la visita y que previamente firma una carta responsiva de la solicitud de visita que se maneja en la fábrica Ricolino. No importa si es el profesor o padre de familia o el responsable de la agencia transportadora, el único requisito para ser responsable es la edad y la

firma de la carta, para que también se considere responsable de la institución educativa tiene que acompañar al grupo durante todo el recorrido dentro de la fábrica por lo que no puede separarse de él bajo ninguna circunstancia.

4.2. TIPO DE LEVANTAMIENTO DE DATOS

Existen dos tipos de levantamientos de datos:

1. Por censo. Es decir el conteo completo de los elementos de una población.
2. Por muestra. Es un subgrupo de los elementos que se selecciona para participar en el estudio. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se denomina: población. Puede ser probabilística o no probabilística.

4.2.1 Muestra probabilística

Se trata de muestras representativas de lo que serán las características de la población. Permiten medir el tamaño de error en las predicciones y por ello, dependen de dos cosas: del tamaño de la muestra y del procedimiento de selección (los elementos muestrales se eligen siempre aleatoriamente utilizando los siguientes procedimientos: tómbola, números rándom o números aleatorios o selección sistemática de elementos muestrales).

La determinación del tamaño de la muestra es por la vía de la fórmula para seleccionar a los elementos muestrales de manera que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos.

La muestra probabilística está conformada por tres tipos: simple, estratificada y racimos (conglomerados). Se obtiene al aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\left[\frac{ME^2}{NC^2} (N-1) \right] + PQ}$$

n = tamaño de la población
ME= margen error
NC= niveles de confianza
p= que puede pasar
q =que no puede pasar

El nivel de confianza está determinado por el nivel de sigma que se aplique:

- 1 Sigma 3= 99%
- 2 Sigma 2= 95%
- 3 Sigma 1= 68%

En la muestra probabilística estratificada, se divide a la población en sub poblaciones o estratos y se selecciona una muestra para cada estrato.

En la muestra probabilística por racimos, se parte de que los sujetos de la población se encuentran encapsulados o encerrados en determinados lugares físicos o geográficos a los que se denominan racimos. Por ejemplo:

Sujetos	Posibles racimos (unidad muestral)
Adolescentes	Preparatorias
Obreros	Industrias
Niños	Colegios

4.2.3 Muestra no probabilística

Muestras no representativas, conocidas también como no probabilísticas, intencionales o de criterio (no podemos calcular el grado de error). Este tipo de muestras no necesariamente guardan características de la población de donde fueron obtenidas y se utilizan con fines exploratorios cuando no se pretende inferir los resultados al universo, y no tienen representatividad.

Está conformada por cuatro tipos: sujetos voluntarios, expertos, sujetos tipo y cuotas.

1. Por sujetos voluntarios (los que quieran participar).
2. Expertos (personas especializadas).
3. Sujetos tipo (con características particulares de las personas a quienes se aplicará la encuesta como diabéticos o adictos, que son personas difíciles de encontrar). El objetivo es profundizar en la riqueza. Se busca recuperar la riqueza de vida.
4. De cuota (por características de la población se busca representatividad como edad, sexo, carrera, turno, por región, por área). Es la que más se acerca a la probabilística.

4.2.3 Criterios a considerar para decidir el tipo de levantamiento de datos

- Tamaño de la población.
- Marcos muestrales (documentos en donde se establezcan las características de los miembros de la población, ejemplo: base de datos, registro de asistencia, listas, directorio o guía telefónica).
- Presupuesto.
- Recursos.
- Tiempo disponible.

Para la siguiente investigación se aplicó la muestra no probabilística, pues aunque se tenía una lista de nombres de los responsables de las instituciones educativas, no se sabía con certeza el número de responsables que asistieron a la visita, por ello se descartó el censo y la muestra probabilista. Se aplicó la muestra no probabilística a sujetos voluntarios.

De acuerdo con los registros que se obtuvieron en el área de visitas escolares de la fábrica Ricolino se registró una población de 45 escuelas de nivel primaria que visitarían las instalaciones en el mes de diciembre.

Aunque sí se contaron con marcos muestrales, sí existió una variación entre el nombre de la persona que se registró y la que finalmente asistió con el grupo, por ello no se consideró.

El presupuesto económico que se necesitó fueron hojas blancas para la impresión del cuestionario, plumas para contestarlo y tablas para recargarse. Los gastos de papelería los sustentó el área de visitas escolares.

Los recursos humanos que se necesitaron fueron tres personas para la aplicación de los cuestionarios que en este caso participaron los dos guías de visitas y la coordinadora del área de Visitas Escolares ya que ellos tienen el contacto directo con los responsables de las instituciones educativas.

El tiempo de aplicación que se estimó fue del 5 al 19 de diciembre del 2007. Se determinó hasta esa fecha porque las escuelas salen de vacaciones por la temporada de fiestas de diciembre.

4.3. ESTRATEGIA DEL LEVANTAMIENTO DE DATOS

Para el levantamiento de datos se tenían los cuestionarios ya impresos con el nombre de la escuela a la que corresponden y el número de folio dependiendo de la hora y el día en que asistieron.

El personal que ayudó para el levantamiento de datos es la Bióloga Laura Ángeles Dorantes quién es la coordinadora del Área de Visitas Escolares, la Lic. Nallely Caballero Rosas, quién es guía de visitas y es la que da los recorridos dentro de las instalaciones y la autora de esta investigación quien también funge como guía dentro de la fábrica.

La capacitación se realizó el lunes 3 de diciembre de 2007, se les dio a

resolver el cuestionario para resolver dudas del contenido y se les explicó el objetivo de cada reactivo. Se les indicó a los encuestadores que al momento de entregar el cuestionario al responsable le expliquen las instrucciones y se les trasladó a la oficina de visitas escolares para que se bloquearan de cualquier distracción que pudiera llevarlos a no contestar alguna pregunta.

Una vez que los responsables concluyeron el cuestionario se les dio las gracias y se les llevó nuevamente con el grupo.

El cuestionario se estructuró en dos partes, la primera se contestó antes de que el grupo ingresara a la fábrica para saber que tanto conocían de la fábrica y explorar las expectativas con las que llegan a la visita, la segunda parte se contestó al finalizar la visita para evaluar la calidad del servicio que se ofreció tanto en el contenido como en la logística.

Para llevar un registro completo de las escuelas que asistieron y para tener la seguridad que se aplicó el cuestionario se presenta la siguiente tabla con el nombre de las escuelas que se tuvieron programadas.

ESCUELAS QUE ASISTEN DEL 05 AL 19 DE DICIEMBRE DEL 2007		
1	ESCUELA CARMEN SERDAN	
2	ESCUELA CARMEN SERDAN	
3	DELEGACIÓN VENUSTIANO CARRANZA	05-Dic-07
4	ARQUELES VELA	
5	SEP INSURGENTE PEDRO MORENO	
6	ESCUELA CARMEN SERDAN	
7	ESCUELA CARMEN SERDAN	
8	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	
9	SEP MI PATRIA ES PRIMERO T.V.	
10	SEP NIÑOS HEROES T.V.	06-Dic-07
11	COLEGIO MONTESORI	
12	COLEGIO MONTESORI	
13	CENTRO ESCOLAR ANGLO MEXICANO	
14	CENTRO ESCOLAR ANGLO MEXICANO	07-Dic-07
15	HEROES DE 1914	
16	HEROES DE 1914	10-Dic-07
17	JOSE VASCONCELOS	
18	JOSE VASCONCELOS	
19	JOSE VASCONCELOS	

20	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	
21	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	11-Dic-07
22	BENITO JUÁREZ	
23	BENITO JUÁREZ	
24	SEP FCO. SANTOYO MALDONADO	
25	SEP FCO. SANTOYO MALDONADO	13-Dic-07
26	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	
27	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	14-DIC-07
28	SEP JULIO DIBELLA BARRAGAN	
29	REP. DE PARAGUAY	17-Dic-07
30	REP. DE PARAGUAY	
31	REP. DE PARAGUAY	18-Dic-07
32	COLEGIO RODOLFO NERI VELA	
33	COLEGIO RODOLFO NERI VELA	19-Dic-07

4.4. REPORTE DEL LEVANTAMIENTO DE DATOS

El levantamiento de datos se realizó de acuerdo al calendario de las escuelas que se tenían programadas, sin embargo sí tuvieron una variación en el registro final. Los encuestadores dieron un cuestionario antes de ingresar a la fábrica a cada uno de los responsables que asistieron con la escuela, y la otra parte la contestaron antes de salir de la fábrica.

El problema que se presentó con el levantamiento de datos fue que 10 escuelas de las que se tenían programadas no llegaron o cancelaron la visita, lo que afectó el número de cuestionarios aplicados al final del periodo estimado, por ello sólo se levantaron 23 cuestionarios.

En la siguiente tabla se presenta una relación de las escuelas que asistieron y las que no llegaron o cancelaron la visita. Se marca la fecha y la hora en que se aplicó.

	N.FOLIO	ESCUELA DEL 5 AL 19 DIC.	HORA	ASISTIÓ
	1	ESCUELA CARMEN SERDAN		canceló
	2	ESCUELA CARMEN SERDAN		canceló
05-Dic-07	3	DELEGACION VENUSTIANO CARRANZA	10:00 a.m.	SI
	4	ARQUELES VELA	8:30 a.m.	SI

	5	SEP INSURGENTE PEDRO MORENO	10:00 a.m.	SI
	6	ESCUELA CARMEN SERDAN	canceló	
	7	ESCUELA CARMEN SERDAN	canceló	
	8	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	11:00 a.m.	SI
	9	SEP MI PATRIA ES PRIMERO T.V.	no llegó	
06-Dic-07	10	SEP NIÑOS HEROES T.V.	no llegó	
	11	COLEGIO MONTESORI	no llegó	
	12	COLEGIO MONTESORI	no llegó	
	13	CENTRO ESCOLAR ANGLO MEXICANO	11:00 a.m.	SI
07-Dic-07	14	CENTRO ESCOLAR ANGLO MEXICANO	12:00 a.m.	SI
	15	HEROES DE 1914	08:30 a.m.	SI
10-Dic-07	16	HEROES DE 1914	09:00 a.m.	SI
	17	JOSE VASCONCELOS	08:30 a.m.	SI
	18	JOSE VASCONCELOS	9:00 a.m.	SI
	19	JOSE VASCONCELOS	no llegó	
	20	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	11:00 a.m.	SI
11-Dic-07	21	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	no llegó	
	22	BENITO JUAREZ	12:00 a.m.	SI
	23	BENITO JUAREZ	12:30 a.m.	SI
	24	SEP FCO. SANTOYO MALDONADO	15:00 a.m.	SI
13-Dic-07	25	SEP FCO. SANTOYO MALDONADO	15:30 a.m.	SI
	26	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	08:30 a.m.	SI
14-DIC-07	27	PRIMARIA NEZAHUALCOYOTL	09:00 a.m.	SI
	28	SEP JULIO DIBELLA BARRAGAN	10:00 a.m.	SI
17-Dic-07	29	REP. DE PARAGUAY	10:00 a.m.	SI
	30	REP. DE PARAGUAY	11:00 a.m.	SI
18-Dic-07	31	REP. DE PARAGUAY	12:00 a.m.	SI
	32	COLEGIO RODOLFO NERI VELA	8:30 a.m.	SI
19-Dic-07	33	COLEGIO RODOLFO NERI VELA	09:00 a.m.	SI

4.5. MÉTODO PARA EL VACIADO DE DATOS

Para el vaciado de datos se siguió el siguiente esquema:

Numeración y creación de tabla

1. Numerar los cuestionarios con el número de folio correspondiente al sujeto para facilitar la identificación y captura de los mismos.
2. Crear en el programa Excel una tabla con una columna por cada pregunta con sus respectivas opciones de respuesta, así como filas correspondientes con el número de cuestionario.
3. Rellenar con ceros el total de celdas para vaciado de datos.

Vaciado de datos

1. Vaciar los resultados de cada cuestionario en la coordenada de fila asignada y columnas correspondientes a cada una de las preguntas que lo conforman.
2. Cada respuesta del cuestionario debe de ser representada en las celdas de Excel con el número 1 a fin de facilitar la sumatoria de opciones contestadas en cada cuestionario.

Sumatorias

1. Sumar por pregunta (y columna) la frecuencia en cada una de las opciones de respuesta.
2. Sumar el total de respuestas por pregunta.
3. Dividir la suma de respuestas de cada opción, por el total de respuestas por pregunta (inciso F/inciso G).

Resultados por indicador

- Obtención de porcentajes
1. En el caso de cada pregunta dividir el resultado de cada opción de respuesta entre el total de respuestas por pregunta. Es decir, el resultado obtenido con las indicaciones del inciso f entre el resultado obtenido en el inciso G nos permitirá obtener el porcentaje total que representa cada opción de respuesta.
 2. Tabular en Word los resultados obtenidos por frecuencia y porcentaje de cada pregunta.
 3. Titular cada una de las tablas de acuerdo a la pregunta que se analizó.
 4. Realizar la lectura de cada una de las tablas por frecuencia y porcentaje.

➤ **Resultados por cruce**

1. Dependiendo de cada caso, aislar el indicador sociodemográfico con el que se va a trabajar con sus respectivas respuestas de conocimiento y opinión, por ejemplo: hombres y mujeres.
2. Realizar el mismo procedimiento de sumatoria y obtención de porcentajes arriba mencionados por cada uno de los indicadores sociodemográficos.
3. Tabular el resultado de cada indicador sociodemográfico en Word.
4. En el caso de las preguntas de la categoría conocimiento, tomar en cuenta sólo la respuesta correcta para sacar los porcentajes correspondientes.
5. En el caso de las preguntas de opinión se toman en cuenta todas las respuestas para sacar la frecuencia de las calificaciones más altas; y los porcentajes por variable sociodemográfica.
6. Titular cada tabla de acuerdo al cruce sociodemográfico que se realizó.
7. Hacer el comparativo de resultados por los rangos de cada una de las variables, por ejemplo: hombre-mujer, las diferentes edades y niveles de escolaridad.
8. Realizar la lectura de los resultados obtenidos en cada una de las tablas.

4.6. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Después de levantar los 23 cuestionarios y de hacer el vaciado de datos se presentan los resultados por indicador, por variables sociodemográficas tanto de conocimiento como de opinión.

4.6.1. RESULTADOS POR INDICADOR

3.1.1 GENERO (1)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
masculino	3	13.04%
femenino	20	86.96%
TOTAL	23	100%

El 86.96% de los encuestados son de género femenino, mientras que el 13.04% son de género masculino.

3.1.2 EDAD (2)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30 años	4	17.39%
31- 40 años	11	47.83%
41- 50 años	5	21.74%
51a 60 años	3	13.04%
61 o más	0	0%
TOTAL	23	100%

El 47.83% de los encuestados tienen una edad que se distribuye entre los 31 y 40 años, mientras que el 21.74% se distribuye entre los 41 y 50 años, un 17.39% se encuentra entre los 20 y 30 años y solo el 13.04% entre los 51 a 60 años. No se registraron sujetos de más de 61 años.

3.1.3 ESCOLARIDAD (3)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. preparatoria	0	0%
b. técnica en educación	1	4.35%
c. licenciatura	19	82.61%
d. maestría	1	4.35%
e. otra	2	8.70%
TOTAL	23	100%

El 82.61% de los encuestados tiene una escolaridad a nivel licenciatura, 8.70% tiene otro nivel de escolaridad, el 4.35% tiene una carrera técnica en educación, y el 8.70% tiene una maestría. No se registraron sujetos con escolaridad preparatoria.

3.1.4 NUM. VISITANTES POR GRUPO (4)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.25 a30	7	30.43%
b.31 35	1	4.35%
c.36 a40	7	30.43%
d.41 a 45	2	8.70%
e.46 o más	6	26.09%
TOTAL	23	100%

El 30.43% lleva entre 36 y 40 invitados, el 30.43% lleva entre 25y 30 invitados, el 26.09% lleva más de 46 invitados, el 8.70% lleva entre 41 y 45 años, y sólo el 4.35% lleva entre 31 y 35.

3.1.5 DISTANCIA QUE EXISTE ENTRE LA ESCUELA Y LA FÁBRICA (5)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.30 min	5	21.75%
b.60 min	8	34.78%
c.90 min	6	26.09%
d.120 min	1	4.35%
e.121 min. o más	3	13.04%
TOTAL	23	100%

El 34.78% hace aproximadamente 60 minutos de su escuela a la fábrica, el 4.35% hace 120 minutos, el 13.04% hace más de 120 minutos, el 26.09% hace 90 minutos y el otro 21.75% hace 30 min. aproximadamente.

3.1.6 VISITAS CON ANTERIORIDAD (6)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. si	11	47.83%
b. no	12	52.17%
TOTAL	23	100%

El 47.83% ya ha visitado la fábrica con anterioridad y el otro 52.17% no había realizado ninguna visita.

3.1.7 TIPO DE ESCUELA (7)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. pública	18	78.26%
b. privada	5	21.74%
TOTAL	23	100%

El 78.26% que visitan la fábrica son de escuelas públicas mientras que el 21.74% son de escuelas privadas.

3.1.8 EL AUTOBÚS EN QUE LLEGARON A LA PLANTA (8)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. propio	1	4.35%
b. rentado	22	95.65%
TOTAL	23	100%

El 95.65% de las escuelas que visitan la fábrica llegan en un autobús que no es de la escuela, mientras que el otro 4.35% llevan un autobús propio de la escuela.

3.1.9 CONTACTO CON UNA AGENCIA TRASPORTADORA (9)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. si	8	34.78%
b. no	15	65.22%
TOTAL	23	100%

El 65.22% de los grupos que visitan la fábrica no hacen el contacto con una transportadora, mientras que el 34.78% sí hacen el contacto directo con la transportadora.

RESULTADOS POR INDICADOR DE CONOCIMIENTO

1.1.1 DE PEDIR INFORMES PARA LA RESERVACIÓN DE UNA VISITA (10)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. agencias transportadoras	2	16.77%
b. la página de Internet de Ricolino	2	16.77%
c. la caseta de vigilancia	1	8.33%
d. depto. visitas escolares	7	58.33%
e. depto. de la SEP	0	0%
TOTAL	12	100%

De los doce sujetos que contestaron la pregunta sólo el 58.33% sí conoce dónde se tiene que pedir informes para la reservación de una visita, 16.77% piensa que se tiene que consultar la página de Internet, 16.77% piensa que se tiene que pedir en una agencia transportadora y 4.35% piensa que se tiene que pedir en la caseta de vigilancia de Ricolino. No se registraron sujetos que contestaran en la opción e.

1.1.2 DE ENTREGA DE SOLICITUD DE VISITA (11)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. por fax	2	20.00%
b. por correo electrónico	6	60.00%
c. caseta de vigilancia	2	20.00%
d. bajar archivo	0	0%
e. acudir personalmente	0	0%
TOTAL	10	100%

De los diez sujetos que contestaron la pregunta el 60.00% conoce que por correo electrónico se le entrega la solicitud de visita, el 20.00% piensa que tiene que bajarse el archivo por Internet y el otro 20.00% piensa que se entrega por fax. No se registraron sujetos en las opciones d y e.

1.1.4 DE ENVIO DE SOLICITUD DE VISITA AL DEPTO. DE VISITAS (12)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. por fax	7	70.00%
b. por correo electrónico	0	0%
c. por fax y/o correo electrónico	2	20.00%
d. llevarla directamente a la fábrica	1	10.00%
e. subirla a la página de Internet	0	0%
TOTAL	10	100%

De los diez sujetos que contestaron la pregunta sólo el 20.00% sí conoce el medio por el cual se tiene que mandar la solicitud a Visitas Escolares ya sea por fax o correo electrónico, el 70.00% piensa que se envía por fax, y el 10.00% piensa que se tiene que llevar directamente a la fábrica. No se registraron respuestas en las opciones b y e.

1.1.5 DE COMUNICACIÓN CON EL ÁREA DE VISITAS ESCOLARES (13)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. dar por confirmada la visita	1	10.00%
b. revisar la página de Internet	0	0%
c. llamar a visitas escolares para confirmar su solicitud	7	70.00%
d. esperar a que le llamen a su centro de trabajo	2	20.00%
e. esperar que le manden un correo electrónico	0	0%
TOTAL	10	100%

De los diez sujetos que contestaron la pregunta el 70.00% sí conoce que después de enviar la solicitud al área de vistas escolares se tiene que comunicar con esa área para confirmar que recibieron la solicitud. 20.00% piensa que le tienen que llamar a su centro de trabajo para confirmar la solicitud. El 10.00% piensa que se tiene dar por confirmada la visita. No se registraron respuestas en las opciones b y e.

1.1.8 POR PARTE DE VISITAS SE DA FECHA DE VISITA (14)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. en un mes	1	10.00%
b. dependiendo del guía	1	10.00%
c. en una semana	1	10.00%
d. de acuerdo a los espacios disponibles	6	60.00%
e. respetan la fecha	1	10.00%
TOTAL	10	100.00%

De los diez sujetos que contestaron el reactivo el 60.00% si conoce que la fecha de la visita se otorga de acuerdo a los espacios disponibles, el 10.00% piensa que la fecha se la dan dentro de un mes, el 10.00% piensa que le respetan la fecha de la visita, el 10.00% piensa que la fecha se la dan dependiendo del guía y el 10.00% piensa que se la dan dentro de una semana.

1.1.6 QUIEN SE TIENE QUE COMUNICAR PARA CONFIRMAR VISITA (15)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. responsable del grupo	9	81.82%
b. el director de escuela	2	18.08%
c. la secretaría	0	0%
d. el responsable de la agencia transportadora	0	0%
e. el padre de familia	0	0%
TOTAL	11	100%

Once sujetos contestaron la pregunta y el 81.82% si conoce que el responsable del grupo se tiene que comunicar con el área de vistas escolares para confirmar la visita, el 18.08% piensa que el director de la escuela es quien se tiene que comunicar. No se registraron respuestas en las opciones c, d y e.

1.1.10 POR PARTE DEL RESPONSABLE LLAMAR A VISITAS PARA CONFIRMAR VISITA (16)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. dar por confirmada	3	23.27%
b. llamar a vistas escolares	7	63.64%
c. esperar un correo	0	0%
d. esperar llamada de confirmación	1	9.09%
e. revisar la página	0	0%
TOTAL	11	100%

Se registraron once respuestas y sólo el 63.64% conoce que el responsable del grupo tiene que llamar a visitas escolares para confirmar que recibieron las listas y la carta responsiva, el 23.27% piensa que se tiene que dar por confirmada la visita, el 9.09% piensa que tiene que esperar a que le llamen para confirmarla. No se registraron respuestas en las opciones c y e.

1.1.11 A DONDE SE TIENE QUE COMUNICAR EL DIA DE LA VISITA(17)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. al depto. De personal	0	0%
b. a la caseta de vigilancia	7	46.67%
c. esperar afuera	1	6.67%
d. reportarse con la coordinadora	7	46.67%
e. esperar que el responsable de la agencia lo reporte	0	0%
TOTAL	15	100%

Sólo 15 encuestados contestaron el reactivo, el 46.67% sí conoce que el día de la visita el responsable del grupo se tiene que reportar en la caseta de vigilancia, el 46.67% piensa que tiene que reportarse con la coordinadora de vistas escolares el 6.67% piensa que tiene que esperar afuera de la fábrica hasta que los reciban. No se registraron respuestas en las opciones a y e.

1.1.12 ESPERAR QUE EL GUÍA LOS RECIBA PARA INGRESAR A LA FÁBRICA (18)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. esperar al guía	13	86.67%
b. bajar a los visitantes	1	6.67%
c. esperar indicaciones del policía	0	0%
d. esperar indicaciones del responsable de la agencia	1	6.67%
e. aprovechar a comprar en el expendio	0	0%
TOTAL	15	100%

Se registraron 15 respuestas y el 86.67% si conoce que el responsable tiene que esperar a que el guía los reciba para ingresar a la fábrica, el 6.67% piensa que tiene que bajar al grupo del autobús y el otro 6.67% piensa que tiene que esperar que el responsable de la agencia transportadora de instrucciones. No se registraron respuestas en las opciones c y e.

1.1.17 PARA SALIR DE LA FÁBRICA EL GUIA TIENE QUE (19)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. entregar obsequios	16	76.19%
b. pasar al sanitario	1	4.76%
c. llevarlos al expendio	1	4.76%
d. llevarlos con la botarga	1	4.76%
e. llevarlos al universo de ricolino	2	9.52%
TOTAL	21	100%

De los 21 sujetos que respondieron el 76.19% si conoce que el guía les tienen que entregar los obsequios para salir de la fábrica, el 9.52% piensa que los llevan nuevamente al universo de Ricolino, el 4.76% piensa que pasan al sanitario, el 4.76% piensa que los llevan al expendio de Ricolino, y el 4.76% piensa que los llevan con la botarga del payasito de paleta payaso.

1.1.7 CONOCIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA INGRESAR A LA PLANTA (20)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. no tenis, tacones, maquillaje, uñas pintadas	1	4.76%
b. no tenis, tacones, maquillaje, cámara	2	9.52%
c. no tenis, tacones, maquillaje, botones	9	42.86%
d. no tenis, tacones, maquillaje, plumas	0	0%
e. no tenis, tacones, maquillaje, mascando	9	42.86%
TOTAL	21	100%

De los 21 sujetos que respondieron el reactivo sólo el 8.70% sí conoce las medidas de seguridad para ingresar a la planta, el 4.76% piensa que tampoco se puede ingresar con las uñas pintadas, el 42.86% piensa que tampoco se puede ingresar con botones y el otro 42.86% piensa que tampoco se puede ingresar mascando chicle. No se registraron respuestas en la opción d.

1.1.15 DEL CONOCIMIENTO DE LA ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN ESA PLANTA(21)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. luneta, chocoreta, paleta, duvalin, chocosorpresa,	6	28.57%
b. luneta, chocoreta, paleta, duvalin, panditas	6	28.57%
c. luneta, chocoreta, paleta, duvalin, bubulubu	7	33.33%
d. luneta, chocoreta, paleta, duvalin, gomilocas	1	4.76%
e. luneta, chocoreta, paleta, duvalin, krankys	1	4.76%
TOTAL	21	100%

De las 21 respuestas sólo el 28.57% sí conocen cuáles son los productos que se elaboran en esa planta, contrasta con el 33.33% piensa que también se elabora el bubulubu, el 28.57% piensa que también se elaboran los panditas, el 4.76% piensa que también se elaboran las dulcigomas, el 4.76% piensa que también se elaboran los krankys.

1.2.2 EN SALA EL GUIA EXPLICA ELABORACION DEL CHOCOLATE A NIVEL PRIMARIA (22)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. elaboración de rellenos	0	0%
b. elaboración coberturas	1	4.35%
c. elaboración chocolate	12	52.17%
d. elaboración de gomas y cajeta	0	0%
e. elaboración de todos los productos	10	43.48%
TOTAL	23	100%

El 52.17% si conoce que en sala interactiva el guía tiene que explicar el proceso para elaborar el chocolate, el 43.48% piensa que se explica la elaboración de todos los productos y el 4.35% piensa que se explica la elaboración de coberturas. No se registraron respuestas en las opciones a y d.

1.1.14 EL GUIA LOS PREPARA CON EQUIPO PARA IR A PRODUCCIÓN (23)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. casco, overol y cubre boca	1	5.00%
b. cofia, cubre boca, audífonos	14	70.00%
c. cofia, bata , calzado industrial	2	10.00%
d. calzado, overol audífonos	1	5.00%
e. cubre boca, calzado y casco	2	10.00%
TOTAL	20	100%

De los 20 sujetos que contestaron la pregunta el 69.57% si conoce que se necesita cofia, cubre boca y audífonos para bajar al área de producción, el 10.00% piensa que se necesita un casco, el 10.00% piensa que se necesita un calzado industrial, el 5.00% piensa que se necesita calzado, overol y audífonos y el otro 5.00% piensa que se necesita un overol.

1.2.3 EN LINEAS DE PRODUCCIÓN EL GUÍA EXPLICA PALETA PAYASO (24)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. elaboración de envoltura	0	0%
b. elaboración de gomas	0	0%
c. ingredientes chocolate	1	4.76%
d. temperatura del malvavisco	1	4.76%
e. elaboración malvavisco, cobertura y colocación de gomas	19	90.84%
TOTAL	21	100%

El 90.84% si conoce que en línea de producción de paleta payaso el guía explica la elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas, el 4.76% piensa que se explica la temperatura del malvavisco y el 4.76% piensa que se explica la elaboración del chocolate. No se registraron respuestas en las opciones a y b.

1.2.4 EN PRODUCCIÓN EL GUIA EXPLICA EL EMPAQUETADO (25)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. empaquetado de duvalin	0	0%
b. empaquetado de paleta payaso	10	43.48%
c. empaquetado de lunetas y chocoretas	9	39.13%
d. empaquetado de todos los productos	4	17.39%
e. de todas las bolsas con logotipo de Ricolino	0	0%
TOTAL	23	100%

De los 23 encuestados sólo el 39.13% sí conoce que en el área de empaquetado el guía explica el proceso de empaquetado de las bolsas de lunetas y chocoretas, el 43.13% piensa que se explica el empaquetado de paleta payaso, el 17.39% piensa que se explica el empaquetado de todos los productos de Ricolino. No se registraron respuestas en las opciones a y e.

1.2.7 EN PRODUCCIÓN EL GUÍA EXPLICA EL PROCESO DE CONFITADO DE LUNETAS Y CHOCORETA (26)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. como se confitan lunetas y chocoretas	19	90.84%
b. como se elabora el jarabe para confitar	1	4.76%
c. como se confitan chicles	0	0%
d. como se confitan paletas	1	4.76%
e. como se elabora el jarabe	0	0%
TOTAL	21	100%

De los 21 sujetos que contestaron el 90.84% sí conoce que en línea de luneta el guía explica el proceso para confitar lunetas y chocoretas, el 4.76% piensa que se explica cómo se elabora el jarabe para confitar y el 4.76% piensa que se explica como se confitan las paletas. No se registraron respuestas en las opciones c y e.

1.1.16 DESPUÉS DE PRODUCCIÓN EL GUIA LOS CONDUCE NUEVAMENTE A LA SALA INTERACTIVA (27)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. la sala de juntas	0	0%
b. la sala interactiva	14	63.64%
c. túnel de ricolino	5	22.73%
d. el universo de ricolino	2	9.09%
e. el área de materias primas	1	4.76%
TOTAL	22	100%

El 63.64% sí conoce que el guía los tiene que conducir nuevamente a la sala interactiva, el 22.73% piensa que los llevan al túnel de Ricolino, el 9.09% piensa que los llevan al universo de Ricolino y el 4.76% piensa que los llevan al área de materias primas. No se registraron respuestas en la opción a.

1.2.8 CUANDO REGRESAN A SALA INTERACTIVA RESUELVEN DUDAS (28)		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. resuelve dudas	5	22.73%
b. explica políticas de calidad	3	13.64%
c. da las gracias a los visitantes	9	40.91%
d. explica la misión del grupo Bimbo	5	22.73%
e. invita al grupo a comprar	0	0%
TOTAL	22	95.65%

De los 22 sujetos que contestaron la pregunta el 22.73% sí conoce que en la sala interactiva el guía resuelve dudas, el 40.91% piensa que el guía da las gracias a los visitantes, el 22.73% piensa que el guía explica la misión del grupo Bimbo y el 13.64% piensa que se explican las políticas de calidad. No se registraron respuestas en la opción e.

RESULTADOS POR INDICADOR DE OPINIÓN

2.1.1 DE PEDIR INFORMES PARA LA RESERVACIÓN DE UNA VISITA (tan rápido) (29)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	0	0%
3	1	5.00%
4	5	25.00%
5	14	70.00%
TOTAL	20	100%

Veinte sujetos contestaron la pregunta y el 70.00% opina en 5 que es rápido pedir informes para una visita, el 25.00% opina en 4 y el 5.00% opina en 3. No se registró opinión en 1 y 2.

2.1.2 DE ENTREGA DE SOLICITUD DE VISITA (tiempo de espera) (30)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	1	4.35%
3	2	8.70%
4	6	26.09%
5	14	60.87%
TOTAL	20	100%

De los 20 sujetos que contestaron la pregunta el 60.87% opina en 5 el tiempo de espera para recibir la solicitud de vista, el 26.09% opina en 4, el 8.70% opina en 3 y el 4.35% opina en 2. No se registró opinión en 1.

2.1.3 DE LLENADO DE LA SOLICITUD DE VISITA (facilidad)(31)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.76%
2	0	0%
3	3	14.29%
4	4	19.05%
5	13	61.90%
TOTAL	21	100%

El 61.90% opina en 5 la facilidad de llenado de la solicitud de vista, el 19.05% opina en 4, el 14.29% opina en 3 y el otro 4.76% opina en 1. No se registraron en 1.

2.1.4 DE ENVIO DE SOLICITUD DE VISITA AL DEPTO. DE VISITAS (tan rápido) (32)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	1	5.00%
3	3	15.00%
4	5	25.00%
5	11	55.00%
TOTAL	20	100%

De los 20 sujetos que contestaron el 55.00% opina en 5 que es rápido enviar la solicitud de visita al depto. de vistas escolares, el 25.00% opina en 4, el 15.00% opina en 3 y el 5.00% opina en 2. No se registró nivel de opinión en 1.

2.1.5 DE COMUNICACIÓN CON EL ÁREA DE VISITAS ESCOLARES (rápida)((33)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	1	5.26%
3	2	10.53%
4	7	36.84%
5	9	47.37%
TOTAL	19	100%

Sólo 19 sujetos contestaron la pregunta y el 47.37% opina en 5 que es rápida la comunicación con el área de vistas escolares, 36.84% opina en 4, el 10.53% opina en 3 y el 5.26% opina en 2. No se registraron en opinión 1.

2.1.6 EL RESPONSABLE SE TIENE QUE COMUNICAR PARA CONFIRMAR VISITA (nivel de participación)(34)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	1	5.00%
3	1	5.00%
4	5	25.00%
5	13	65.00%
TOTAL	20	100%

De las 20 respuestas el 65.22% opina en 5 el nivel de participación que se le exige al responsable del grupo durante la vista, el 25.00% opina en 4, el 5.00% opina en 3 y el 5.00% opina en 2. No se registraron en 1.

2.1.7 CONOCIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA INGRESAR A LA PLANTA(nivel de exigencia (35)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	1	4.55%
4	3	13.64%
5	17	77.27%
TOTAL	22	100%

El 77.27% opina en 5 el nivel de exigencia de las medidas de seguridad para ingresar a la planta, el 13.64% opina en 4, el 4.55% opina en 3 y el 4.55% opina en 1. No se registraron grados de opinión en 2.

2.1.8 POR PARTE DE VISITAS SE DA FECHA DE VISITA (eficacia)(36)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	1	4.76%
3	0	0%
4	4	19.05%
5	16	76.19%
TOTAL	21	100%

El 76.19% opina en 5 el nivel de eficacia para dar una fecha de visita, el 19.05% opina en 4 y el 4.76% opina en 2. No se registraron grados de opinión en 1 y 3.

2.1.9 ENVIAR LISTAS DE ALUMNOS Y CARTA PARA CONFIRMAR(nivel de exigencia) (37)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	1	5.00%
3	1	5.00%
4	5	25.00%
5	13	65.00%
TOTAL	20	100%

De los 20 sujetos que contestaron el 65.00% opina en 5 el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita, el 25.00% opina en 4, el 5.00% opina en 3 y el 5.00% opina en 2. No se registraron en 1.

2.1.10 LLAMAR A VISITAS PARA CONFIRMAR VISITA(calidad de atención) (38)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.35%
2	0	0%
3	0	0%
4	2	8.70%
5	20	86.96%
TOTAL	23	100%

El 86.96% opina en 5 la calidad de la atención ofrecida por el Depto. De vistas escolares durante el proceso de reservación, el 8.70% opina en 4 y el 4.35% opina en 1.

2.1.11 EL DIA DE LA VISITA REPORTARSE EN CASETA DE VIGILANCIA(calidad de atención) (39)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.35%
2	0	0%
3	1	4.35%
4	2	8.70%
5	19	82.61%
TOTAL	23	100%

El 82.61% opina en 5 la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica, el 8.70% opina en 4, el 4.35% opina en 3 y el 4.35 opina en 1. No se registraron en nivel 2.

2.1.12 ESPERAR QUE EL GUÍA LOS RECIBA PARA INGRESAR A LA FÁBRICA(tiempo de espera) (40)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.35%
2	0	0%
3	3	13.04%
4	5	21.74%
5	14	60.87%
TOTAL	23	100%

El 60.87% opina en 5 el tiempo de espera para ingresar a la fábrica, el 21.74% opina en 4, el 13.04% opina en 3 y el 4.35% opina en 1. No se registraron en 2.

2.1.13 EL GUIA LOS CONDUCE A LA SALA INTERACTIVA(limpieza) (41)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.35%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	22	95.65%
TOTAL	23	100%

El 95.65% opina en 5 sobre la limpieza que ofrecen las instalaciones al dirigirse a la sala interactiva, el 4.35% opina en 1. No se registraron en nivel 2, 3 y 4.

2.1.15 EL GUIA LES EXPLICA LA ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS(comprensión de la explicación) (42)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	0	0%
3	1	4.35%
4	2	28.70%
5	20	86.96%
TOTAL	23	100%

El 86.96% opina en 5 la claridad de la explicación ofrecida por el guía, el 28.70% opina en 4, y el 4.35 opina en 3. No se registraron en nivel 1 y 2.

2.1.17 ANTES DE SALIR EL GUIA ENTREGA LOS OBSEQUIOS Y LOS CONDUCE AL AUTOBUS(nivel de organización) (43)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	0	0%
3	1	4.55%
4	3	13.64%
5	18	81.82%
TOTAL	22	100%

El 81.82% opina en 5 el nivel de organización del equipo de vistas escolares, el 13.64% opina en 4 y el 4.55% opina en 3. No se registraron en 1 y 2.

2.2.1 AL LLEGAR A LA PLANTA EL GUIA LES DA LA BIENVENIDA AL GRUPO(nivel de confianza) (44)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	0	0%
4	2	9.09%
5	19	86.36%
TOTAL	22	100%

El 86.36% opina en 5 el nivel de confianza presentada por el guía cuando les dio la bienvenida, el 9.09% opina en 4 y el 4.55% opina en 1. No se registraron grados de opinión en 2 y 3.

2.2.2 EN SALA EL GUIA EXPLICA ELABORACION DEL CHOCOLATE A NIVEL PRIMARIA(lenguaje utilizado) (45)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	1	4.55%
4	1	4.55%
5	19	86.36%
TOTAL	22	100%

El 86.36% opina en 5 el lenguaje utilizado por el guía para explicar la elaboración del chocolate, el 4.55% opina en 4, el 4.55% opina en 3 y el 4.55% opina en 1. No se registraron respuestas en nivel 2.

2.2.3 EN LINEAS DE PRODUCCIÓN EL GUÍA EXPLICA PALETA PAYASO (higiene)(46)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	0	0%
4	1	4.55%
5	20	90.91%
TOTAL	22	100%

El 90.91% opina en 5 el nivel de higiene en la elaboración de la paleta payaso, el 4.55% opina en 4 y el 4.55% opina en 1. No se registraron en 2 y 3.

2.2.4 EN PRODUCCIÓN EL GUÍA EXPLICA EL EMPAQUETADO(seguridad) (47)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	21	95.45%
TOTAL	22	100%

El 95.45% opina en 5 el nivel de seguridad en las instalaciones que se observa en el área de empaquetado, el 4.55% opina en 1. No se registraron niveles de opinión en 2, 3 y 4.

2.2.5 EN PRODUCCIÓN EL GUÍA EXPLICA EL PROCESO DE DUVALIN (atención y conducción)(48)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	0	0%
4	2	9.09%
5	19	86.36%
TOTAL	22	100%

El 86.36% opina en 5 la atención y conducción ofrecida por el guía, el 9.09% opina en 4 y el 4.55% opina en 1. No se registraron en 2 y 3.

2.2.6 EN PRODUCCIÓN EL GUÍA EXPLICA EL PROCESO DE CHOCOSORPRESA(nivel de preferencia) (49)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	0	0%
4	2	9.09%
5	19	86.36%
TOTAL	22	100%

El 86.36% opina en 5 el nivel de preferencia hacia los productos de Ricolino al concluir la visita, el 9.09% opina en 4 y el 4.55% opina en 1. No se registraron respuestas en 2 y 3.

2.2.7 EN PRODUCCIÓN EL GUÍA EXPLICA EL PROCESO DE LUNETAS Y CHOCORETA (duración del recorrido)(50)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	1	4.55%
4	6	27.27%
5	14	63.64%
TOTAL	22	100%

El 63.64% opina en 5 la duración del recorrido, el 27.27% opina en 4, el 4.55% opina en 3 y el 4.55% opina en 1. No se registraron en 2.

2.2.8 CUANDO REGRESAN A SALA INTERACTIVA RESUELVEN DUDAS (aprendizaje)(51)		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	1	4.55%
2	0	0%
3	1	4.55%
4	2	9.09%
5	18	81.82%
TOTAL	22	100%

El 81.82% opina en 5 el nivel de aprendizaje otorgado al grupo al finalizar la visita, el 9.09% opina en 4, el 4.55% opina en 3 y el 4.55% opina en 1. No se registraron niveles de opinión en 2.

4.6.2. RESULTADOS DE CONOCIMIENTO POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

En la investigación se realizó el cruce de cada una de las variables socio demográficas y los resultados se presentan a continuación.

TABLA DE CONOCIMIENTO POR GÉNERO				
	GÉNERO			
	a. MUJERES		b. HOMBRES	
	SÍ CONOCE %	NO CONOCE %	SÍ CONOCE %	NO CONOCE %
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: d. El Departamento de Visitas Escolares	30	70	33	67
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: a. Por correo electrónico	25	75	33	67
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? c. Por fax o correo electrónico	10	90	0	100
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que: c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud	30	70	33	67
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino: d. De acuerdo a los espacios disponibles	25	75	33	67
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares? a.El responsable del grupo	45	55	0	100
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita qué tiene que hacer el responsable del grupo: b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva	30	70	33	67

1.1.11 El día de la visita qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica: b.Reportarse en la caseta de Vigilancia	35	65	0	100
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica? a.Esperar a que el guía los reciba	55	45	67	33
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que: a.Entregar los obsequios	75	25	33	67
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta? c. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras	10	90	0	100
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta? a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa	30	70	0	100
1.2.2 En sala interactiva el guía explica: c.El proceso de elaboración del chocolate	50	50	67	33
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es: b. Cofia, cubre boca y audífonos	65	35	33	67
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica: e.La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas	80	20	100	0
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica: c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas	40	60	33	67
1.2.7 En el área de confitado el guía explica: o. Cómo se confitan lunetas y chocoretas	80	20	100	0
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo : b. La sala interactiva	65	35	33	67
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:	25	75	0	100

a. resuelve dudas.				
SUMA	805	1095	631	1269
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	42.37	57.63	33.21	66.79

Respecto al grado de conocimiento por género, el mayor corresponde al femenino con un 42.37%, mientras que los hombres registraron un 33.21%, la diferencia entre géneros es de 9.16% lo que el género determina el grado de conocimiento. En cuanto al grado de lo que no conocen los hombres registraron el mayor porcentaje con un 66.79%, mientras que las mujeres registraron un 57.63%.

TABLA DE CONOCIMIENTO POR EDAD					
REACTIVOS	EDAD SÍ CONOCEN				
	a. 20-30 años %	b. 31-40 Años %	c. 41-50 años %	d. 51-60 años %	e. 61- más años
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: d. El Departamento de Visitas Escolares	25	36	20	33	-
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: a. Por correo electrónico	50	36	0	0	-
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? c. Por fax o correo electrónico	0	18	0	0	-
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que: c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud	50	36	20	0	-
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino: d. De acuerdo a los espacios disponibles	25	36	20	0	-
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares?	50	45	20	33	-

a.El responsable del grupo					
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita qué tiene que hacer el responsable del grupo: b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva	25	45	20	0	-
1.1.11 El día de la visita qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica: b.Reportarse en la caseta de Vigilancia	75	27	0	33	-
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica? a.Esperar a que el guía los reciba	50	73	20	67	-
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que: a.Entregar los obsequios	75	64	100	33	-
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta? b.no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras	0	9	20	0	-
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta? a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa	25	27	40	0	-
1.2.2 En sala interactiva el guía explica: c.El proceso de elaboración del chocolate	50	45	100	0	-
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es: b.Cofia, cubre boca y audífonos	100	64	40	33	-
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica: e.La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas	75	91	80	67	-
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica: c. El proceso de empaquetado de bolsas	25	45	60	0	-

de lunetas y chocoretas					
1.2.7 En el área de confitado el guía explica:					
p. Cómo se confitan lunetas y chocoretas	75	100	60	67	-
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo :					
b. La sala interactiva	25	73	80	33	-
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:					
a. resuelve dudas.	25	18	40	0	-
SUMA	825	888	740	399	-
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	43.42	46.74	38.95	21.00	-

El rango de edad entre los 31 y 40 años fue el que presentó mayor grado de conocimiento con un 46.74%, el segundo lugar lo ocupó el rango de edad entre los 20 y 30 años, el tercer lugar recayó entre el rango de edad de los 41 a 50, el cuarto lugar lo ocupó el rango entre los 51 a 60 años; no se registró ningún sujeto de más de 61 años. La diferencia entre el mayor y el menor porcentaje es de 25.74% por ello la edad sí determina el grado de conocimiento.

<u>TABLA DE CONOCIMIENTO POR ESCOLARIDAD</u>					
REACTIVOS	<u>GRADO ESCOLAR SÍ CONOCEN</u>				
	a. preparatoria %	b. técnica en educación %	c. licenciatura %	d. maestría %	e. otra %
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en:					
d. El Departamento de Visitas Escolares	-	0	26	100	50
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita:					
a. Por correo electrónico	-	0	21	100	50
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas					
	-	0	11	0	0

Escolares?					
c. Por fax o correo electrónico					
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que:	-	0	26	100	50
c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud					
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino:	-	0	26	100	0
d. De acuerdo a los espacios disponibles					
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares?	--	0	42	0	50
a.El responsable del grupo					
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita qué tiene que hacer el responsable del grupo:	--	0	26	100	50
b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva					
1.1.11 El día de la visita qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica?	-	0	32	0	50
b.Reportarse en la caseta de Vigilancia					
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica?	-	0	58	100	50
a.Esperar a que el guía los reciba					
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:	-	100	68	0	100
a.Entregar los obsequios					
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta?	-	0	11	0	0
b.no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras					
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta?	-	0	26	0	50
a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa					
1.2.2 En sala interactiva el guía explica:	-	100	42	100	100

c.El proceso de elaboración del chocolate					
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es:	-	100	58	100	50
b.Cofia, cubre boca y audífonos					
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica:					
e.La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas	-	100	84	100	50
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica:					
c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas	-	100	37	0	50
1.2.7 En el área de confitado el guía explica:					
q. Cómo se confitan lunetas y chocoretas	-	100	84	100	50
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo :					
b. La sala interactiva	-	100	58	100	50
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:					
a. resuelve dudas.	-	100	16	0	50
SUMA	-	800	752	1100	900
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	-	42.11	39.58	57.89	47.37

El rango que presentó mayor grado de conocimiento fue el de maestría con un 57.89%, le sigue el rango de otro nivel de escolaridad con un 47.37%, el tercer lugar de conocimiento lo registró el nivel de técnico en educación con un 42.11% y el cuarto lugar lo ocupó el nivel de licenciatura con un 39.58%, no se registró ningún sujeto de nivel preparatoria. La diferencia entre el mayor grado y el menor grado de conocimiento es de 18.31%. Por lo que el grado escolar determina el grado de conocimiento.

<u>TABLA DE CONOCIMIENTO POR NUM. DE VISITANTES POR GRUPO</u>					
REACTIVOS	<u>VISITANTES POR GRUPO</u> SÍ CONOCEN				
	a. 25/30 %	b.31/35 %	c.36/40 %	d. 41/45 %	e. 46 o más %
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: d. El Departamento de Visitas Escolares	57	0	14	0	33
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: a. Por correo electrónico	29	0	14	0	50
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? c. Por fax o correo electrónico	14	0	0	0	17
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que: c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud	43	100	14	0	33
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino: d. De acuerdo a los espacios disponibles	29	100	0	0	50
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares? a.El responsable del grupo	43	100	14	0	67
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita qué tiene que hacer el responsable del grupo: b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva	43	100	14	0	33
1.1.11 El día de la visita ¿Qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica? b.Reportarse en la caseta de Vigilancia	43	0	29	0	33
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica?	86	100	29	0	67

a. Esperar a que el guía los reciba					
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:	86	0	57	50	83
a. Entregar los obsequios					
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta?	29	0	0	0	0
b. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras					
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta?	29	100	14	50	17
a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa					
1.2.2 En sala interactiva el guía explica:	57	100	43	100	33
c. El proceso de elaboración del chocolate					
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es:	71	0	57	50	67
b. Cofia, cubre boca y audífonos					
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica:	86	100	86	100	67
e. La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas					
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica:	29	100	29	100	33
c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas					
1.2.7 En el área de confitado el guía explica:	100	100	71	50	83
b. Cómo se confitan lunetas y chocoretas					
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo :	71	100	43	50	67
b. La sala interactiva					
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:	14	0	29	0	33
a. resuelve dudas.					

SUMA	959	1100	557	550	866
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	50.47	57.89	29.32	28.95	45.58

El rango de número de visitantes entre 31 y 35 presentó un mayor grado de conocimiento con un 57.89%, en segundo lugar le siguió el nivel de grupo que está entre los 25 y 30 invitados con un 50.47%, el tercer lugar lo ocupó el rango de más de 46 invitados con un 45.58%, le sigue el nivel de grupo que lleva entre 36 a 40 invitados con un 29.32% y en último lugar se posicionó el nivel de grupo que lleva entre 41 y 45 invitados con un 28.95%. La diferencia entre el mayor y el menor porcentaje es de 28.94%. Lo que el número de visitantes por grupo determina el grado de conocimiento.

<u>TABLA DE CONOCIMIENTO POR DISTANCIA</u>					
REACTIVOS	<u>DISTANCIA DE LA ESCUELA A LA FÁBRICA RICOLINO</u>				
	SÍ CONOCEN				
	a. 30 min. %	b.60 min %	c.90 min. %	d. 120min. %	e.121 o más %
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: d. El Departamento de Visitas Escolares	40	38	0	100	33
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: a. Por correo electrónico	40	13	17	100	33
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? c. Por fax o correo electrónico	20	13	0	0	0
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que: c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud	20	38	17	100	33
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino: d. De acuerdo a los espacios disponibles	40	25	17	100	33
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a	60	25	17	100	67

Visitas Escolares?					
a.El responsable del grupo					
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita qué tiene que hacer el responsable del grupo:	40	38	0	100	33
b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva					
1.1.11 El día de la visita ¿Qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica?	20	25	17	100	67
b.Reportarse en la caseta de Vigilancia					
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica?	80	63	17	100	67
a.Esperar a que el guía los reciba					
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:	80	63	83	100	33
a.Entregar los obsequios					
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta?	0	25	0	0	0
b.no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras					
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta?	40	25	17	100	0
a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa					
1.2.2 En sala interactiva el guía explica:	40	63	67	100	0
c.El proceso de elaboración del chocolate					
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es:	60	38	83	100	67
b.Cofia, cubre boca y audífonos					
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica:	80	88	100	0	67
e.La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas					
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica:	40	50	33	100	0

c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas					
1.2.7 En el área de confitado el guía explica:					
a. Cómo se confitan lunetas y chocoretas	100	100	50	100	67
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo :	80	50	67	0	67
b. La sala interactiva					
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:	20	13	50	0	0
a. resuelve dudas.					
SUMA	900	793	652	1400	667
TOTALES DE ACIERTOS DIVIDIDOS ENTRE EL NUMERO DE REACTIVOS QUE SON 19	47.37	41.74	34.32	73.68	35.11

Las escuelas que hacen 120 min, a la fábrica presentaron un conocimiento del 73.68%, las que quedan a 30 min el 47.37%, las que llegan en 60 min tienen un 41.74% de conocimiento, las que hacen más de 120 min. 35.11% y por ultimo las que hacen 90 min. su grado de conocimiento es del 34.32% la diferencia entre el menor y el mayor es del 39.36%.

<u>TABLA DE CONOCIMIENTO POR VISITA ANTERIOR</u>		
	<u>VISITA ANTERIOR</u>	
	<u>SÍ CONOCE</u>	
	a. SI	b. NO
	%	%
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en:		
d. El Departamento de Visitas Escolares	36	25
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita:		
a. Por correo electrónico	36	17
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares?		
c. Por fax o correo electrónico	9	8
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que:		
c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud	45	17

1.1.8 Después de enviar su solicitud ¿En qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino? d. De acuerdo a los espacios disponibles	45	8
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares? a.El responsable del grupo	55	25
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita, ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo? b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva	55	8
1.1.11 El día de la visita ¿Qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica? b.Reportarse en la caseta de Vigilancia	18	42
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica? a.Esperar a que el guía los reciba	73	42
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que: a.Entregar los obsequios	82	58
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta? b.no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras	9	8
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta? a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa	45	8
1.2.2 En sala interactiva el guía explica: c.El proceso de elaboración del chocolate	73	33
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es: b.Cofia, cubre boca y audífonos	73	50
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica: e.La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas	82	83
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica: c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas	45	33
1.2.7 En el área de confitado el guía explica:	100	67

t. Cómo se confitan lunetas y chocoretas		
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo :	73	50
b. La sala interactiva		
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:	9	33
a. resuelve dudas.		
SUMA	963	615
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	50.68	32.37

Las escuelas que si han visitado con anterioridad la fábrica tienen un conocimiento del 50.68%, y las que no han visitado antes la fábrica tienen un 32.37%, la diferencia entre ambos valores es de 18.31% lo que establece que las visitas anteriores si determina el grado de conocimiento.

<u>TABLA DE CONOCIMIENTO POR TIPO DE ESCUELA</u>		
	<u>TIPO DE ESCUELA SI CONOCE</u>	
	a. PUBLICA %	b. PRIVADA %
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en:	22	60
d. El Departamento de Visitas Escolares		
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita:	17	60
a. Por correo electrónico		
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares?	6	20
c. Por fax o correo electrónico		
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que:	28	40
c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud		
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino:	22	40
d. De acuerdo a los espacios disponibles		
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares?	28	80
a.El responsable del grupo		
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita,	28	40

¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo? b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva		
1.1.11 El día de la visita qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica: b.Reportarse en la caseta de Vigilancia	22	60
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica? a.Esperar a que el guía los reciba	50	80
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que: a.Entregar los obsequios	67	80
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta? b.no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras	11	0
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta? a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa	22	40
1.2.2 En sala interactiva el guía explica: c.El proceso de elaboración del chocolate	56	40
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es: b.Cofia, cubre boca y audífonos	56	80
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica: e.La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas	89	60
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica: c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas	33	60
1.2.7 En el área de confitado el guía explica: a. Cómo se confitan lunetas y chocoretas	83	80
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo : b. La sala interactiva	67	40
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía: a. resuelve dudas.	17	40

SUMA	724	1000
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	38.11	52.63

Las escuelas privadas presentaron el mayor porcentaje de conocimiento con un 52.63%, mientras que las escuelas públicas tuvieron un conocimiento del 38.11%, la diferencia entre una y otra es de 14.52% lo que estipula que el tipo de escuela sí afecta el grado de conocimiento.

<u>TABLA DE CONOCIMIENTO POR RENTA DEL TRASPORTE O PROPIO DE LA ESCUELA</u>		
	<u>TRASPORTE SÍ CONOCEN</u>	
	a. PROPIO %	b. RENTADO %
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: d. El Departamento de Visitas Escolares	100	27
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: a. Por correo electrónico	100	27
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? c. Por fax o correo electrónico	0	9
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que: c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud	100	27
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino: d. De acuerdo a los espacios disponibles	100	23
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares? a.El responsable del grupo	100	36
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita, ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo? b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva	100	27
1.1.11 El día de la visita qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica:	0	32

b.Reportarse en la caseta de Vigilancia		
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica?	100	55
a.Esperar a que el guía los reciba		
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:	100	68
a.Entregar los obsequios		
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta?	100	5
b.no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras		
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta?	100	23
a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa		
1.2.2 En sala interactiva el guía explica:	100	50
c.El proceso de elaboración del chocolate		
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es:	0	64
b.Cofia, cubre boca y audífonos		
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica:	100	82
e.La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas		
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica:	100	36
c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas		
1.2.7 En el área de confitado el guía explica:	100	82
v. Cómo se confitan lunetas y chocoretas		
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo :	0	64
b. La sala interactiva		
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía:	0	23
a. resuelve dudas.		
SUMA	1400	760
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	73.68	40.00

Las escuelas que llegan a la planta en autobús propio tienen un grado de

conocimiento del 73.68%, y las que llegan en un autobús rentado tienen un grado de conocimiento del 40.00% la diferencia es del 33.68%. Por lo que el llegar con un autobús rentado sí determina el grado de conocimiento.

<u>TABLA DE CONOCIMIENTO POR CONTACTO CON AGENCIA TRASPORTADORA</u>		
	<u>CONTACTO CON AGENCIA SÍ CONOCEN</u>	
	a. SÍ %	b. NO %
1.1.1.- Se tiene que pedir informes para la reservación de una visita en: d. El Departamento de Visitas Escolares	25	33
1.1.2 Por qué medio le entregan la solicitud de Visita: a. Por correo electrónico	25	27
1.1.4 ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita al Depto. de Visitas Escolares? c. Por fax o correo electrónico	13	7
1.1.5 Después de enviar la solicitud tiene que: c. Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud	25	33
1.1.8 Después de enviar su solicitud en qué tiempo se le da la fecha de la visita a Ricolino? d. De acuerdo a los espacios disponibles	13	33
1.1.6 ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares? a.El responsable del grupo	25	47
1.1.10 Después de enviar las hojas para confirmar la visita, qué tiene que hacer el responsable del grupo: b.Llamar a Visitas Escolares para confirmar que recibieron sus listas y su carta responsiva	13	40
1.1.11 El día de la visita qué tiene que hacer el responsable al momento de llegar a la fábrica: b.Reportarse en la caseta de Vigilancia	63	13
1.1.12 ¿Qué tiene que hacer el responsable del grupo para ingresar a la fábrica? a.Esperar a que el guía los reciba	50	60
1.1.17 Para que el grupo salga de la fábrica de Ricolino el guía tiene que:	88	60

a. Entregar los obsequios		
1.1.7 ¿Cuáles son las medidas de seguridad e higiene más importantes para ingresar a la planta? b. no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras	13	7
1.1.15 ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta? a. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa	25	27
1.2.2 En sala interactiva el guía explica: c. El proceso de elaboración del chocolate	50	53
1.1.14 El equipo que se requiere para ingresar a líneas de producción es: b. Cofia, cubre boca y audífonos	75	53
1.2.3 En la línea de producción de Paleta Payaso el guía explica: e. La elaboración del malvavisco, la cobertura de chocolate y la colocación de las gomas	75	87
1.2.4 En la línea de envoltura o empaque el guía explica: c. El proceso de empaquetado de bolsas de lunetas y chocoretas	25	47
1.2.7 En el área de confitado el guía explica: a. Cómo se confitan lunetas y chocoretas	75	87
1.1.16 Después del área de producción a dónde los dirige el guía para retirar el equipo : b. La sala interactiva	63	60
Cuando el grupo regresa a la sala interactiva el guía: a. resuelve dudas.	25	20
SUMA	766	794
TOTAL RESPUESTAS ENTRE EL NÚMERO DE REACTIVOS CONOCIMIENTO QUE SON 19	40.32	41.79

Las escuelas que hacen la reservación sin ninguna agencia transportadora conocen en un 41.79%, y las que llegan por medio de una agencia transportadora conocen en un 40.38%, la diferencia entre el mayor y el menor es del 1.47%. Por lo que el hacer el contacto con una agencia transportadora no afecta el grado de conocimiento.

4.6.3. RESULTADOS DE CONOCIMIENTO POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS (Tablas de opinión)

1.- TABLA DE OPINIÓN POR GÉNERO

REACTIVO	NUM PREGUNTA	MUJERES						HOMBRES					
		1	2	3	4	5	n/c	1	2	3	4	5	n/c
2.1.1 En su opinión, ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?	29			5	25	65	5					33	67
2.1.2 En su opinión, el tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es:	30		5	10	30	50	5					33	67
2.1.3 En su opinión, con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita:	31		5	15	20	60						33	67
2.1.4 En su opinión, ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?	32		5	15	25	50	5					33	67
2.1.5 En su opinión la rápida comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:	33		5	10	35	40	10					33	67
2.1.6 En su opinión, el nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:	34		5	5	25	55	10					67	33
2.1.7 En su opinión el nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:	35	5		5	15	75						67	33
2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:	36		5		20	70	5					67	33
2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera:	37		5	5	25	60	5					33	67
2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:	38	5			10	85						100	
2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de:	39	5		5	10	80						100	
2.1.12 En su opinión el tiempo de espera en que los recibe el guía es:	40	5		15	20	60					33	67	
2.1.13 En su opinión la limpieza que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:	41	5				95						100	
2.1.15 En su opinión la comprensión de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de:	42	5			10	85						100	

4.-TABLA DE OPINIÓN POR NÚMERO DE VISITANTES

REACTIVO	NUM PREGUNTA	25/30					31/35					36/40					41/45					46/+				
		1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	N/C	
2.1.1 En su opinión, ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?	29			14	14	71					100															
2.1.2 En su opinión, el tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es:	30			14	43	43					100			14												
2.1.3 En su opinión, con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita:	31			29	14	57					100		14													
2.1.4 En su opinión, ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?	32			29	14	57					100			14												
2.1.5 En su opinión la inmediatez de comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:	33			14	57	29					100				14											
2.1.6 En su opinión, el nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:	34			14		86					100			14								17				
2.1.7 En su opinión el nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:	35				29	71					100		14													
2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:	36				43	57					100			14												
2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera:	37			14	29	57					100			14												
2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:	38				14	86					100		14													
2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de:	39				14	86					100		14									17				
2.1.12 En su opinión el tiempo de espera en que los recibe el guía es:	40			29	29	43					100			14												
2.1.13 En su opinión la seguridad que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:	41					100					100			14												
2.1.15 En su opinión la claridad de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de:	42				14	86					100			14												
2.1.17 En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:	43				14	86					100				14											
2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de:	44				14	86					100			14												
2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):	45				14	86					100			14								17				
2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de:	46				14	86					100			14												
2.2.4 En su opinión el nivel de seguridad que se observa en el área de empaquetado es de:	47					100					100			14												

6.- TABLA DE OPINIÓN POR VISITA ANTERIOR

REACTIVO	NUM PREGUNTA	SI						NO					
		1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	N/C
2.1.1 En su opinión, ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?	29			9	27	55	9				17	67	17
2.1.2 En su opinión, el tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es:	30		9	9	24	45	9			8	25	50	17
2.1.3 En su opinión, con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita:	31	9		27	9	55					25	58	17
2.1.4 En su opinión, ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?	32		9	27	18	45					25	50	25
2.1.5 En su opinión la inmediatez de comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:	33		9	18	36	27	9				25	50	25
2.1.6 En su opinión, el nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:	34		9	9	18	55	9				25	58	17
2.1.7 En su opinión el nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:	35	9		9	27	55	9					92	8
2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:	36		9		36	45	9					92	8
2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera:	37		9	9	36	36	9				8	75	17
2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:	38	9			18	73						100	
2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de:	39	9		9	9	73						100	
2.1.12 En su opinión el tiempo de espera en que los recibe el guía es:	40	9		27	9	55					33	67	
2.1.13 En su opinión la seguridad que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:	41	9				91						100	
2.1.15 En su opinión la claridad de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de:	42	9			9	82					8	92	
2.1.17 En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:	43			9	18	64						92	8
2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de :	44	9			18	73						92	8
2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):	45	9		9	9	73						92	8
2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de:	46	9			9	82						92	8
2.2.4 En su opinión el nivel de seguridad que se observa en el área de empaquetado es de:	47	9				91						92	8
2.2.5 En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:	48	9			9	82						8	83
2.2.6 En su opinión el nivel de innovación de los productos de Ricolino lo considera de:	49	9			9	82					8	83	8
2.2.7 En su opinión, la duración del recorrido lo considera de:	50	9		9	27	55					25	67	8
2.2.8 En su opinión al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:	51	9			18	73					8	83	8
TOTAL DE RESPUESTAS		135	54	180	402	1467	63	0	0	8	232	1752	298
PROMEDIO DE RESPUESTAS ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS DE OPINIÓN QUE SON 23		5.87	2.35	7.83	17.48	63.78	2.74	0.00	0.00	0.35	10.09	76.17	12.96

Las escuelas que no han visitado la fábrica obtuvieron el mayor porcentaje, opinaron en 5 en un 76.17%, mientras que las escuelas que ya han visitado la fábrica opinaron en 5 en un 63.78%.

7. TABLA DE OPINIÓN POR TIPO DE ESCUELA

REACTIVO	NUM PREGUNTA	PUBLICA					PRIVADA						
		1	2	3	4	5	n/c	1	2	3	4	5	n/c
2.1.1 En su opinión, ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?	29			6	17	44	61				40	60	
2.1.2 En su opinión, el tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es:	30			11	28	44	17		20		20	60	
2.1.3 En su opinión, con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita:	31			17	17	56	11	20			20	60	
2.1.4 En su opinión, ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?	32			17	17	50	17		20		40	40	
2.1.5 En su opinión la inmediatez de comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:	33			6	28	44	22		20		40	20	
2.1.6 En su opinión, el nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:	34			6	11	67	17		20		60	20	
2.1.7 En su opinión el nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:	35			6	11	78	6	20			20	60	
2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:	36				17	72	11		20		20	60	
2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera:	37			6	22	56	17		20		20	60	
2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:	#				#	#		#				#	
de:	39			6	11	83		20				80	
2.1.12 En su opinión el tiempo de espera en que los recibe el guía es:	#			#	#	#		#				#	
2.1.13 En su opinión la seguridad que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:	41					100		20				80	
2.1.15 En su opinión la claridad de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de:	42				11	89		20				80	
2.1.17 En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:	43				11	83	6		20		20	60	
2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de :	44				11	83	6	20				80	
2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):	45			6	6	83	6	20				80	
2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de:	46				6	89		20				80	
2.2.4 En su opinión el nivel de seguridad que se observa en el área de empaquetado es de:	47					94	6	20				80	
2.2.5 En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:	48				11	83	6	20				80	
2.2.6 En su opinión el nivel de innovación de los productos de Ricolino lo considera de:	49				11	83	6	20				80	
2.2.7 En su opinión, la duración del recorrido lo considera de:	50			6	33	56	6	20				80	
2.2.8 En su opinión al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:	51			6	11	78	5	20				80	
TOTAL DE RESPUESTAS		0	0	116	329	1677	182	300	120	40	300	1540	0
PROMEDIO DE RESPUESTAS ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS DE OPINIÓN QUE SON 23		0.00	0.00	5.04	14.30	72.91	7.91	13.04	5.22	1.74	13.04	66.96	0.00

Las escuelas públicas obtuvieron el mayor porcentaje, opinaron en 5 en un 72.91%, mientras que las escuelas privadas opinaron en 5 en un 66.96%.

8.- TABLA DE OPINIÓN POR TIPO DE AUTOBÚS- PROPIO O RENTADO

REACTIVO	NUM. PREGUNTA	PROPIO						RENTADO					
		1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	4	N/C
2.1.1 En su opinión, ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?	29					100				5	23	59	14
2.1.2 En su opinión, el tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es:	30				100				5	9	23	50	14
2.1.3 En su opinión, con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita:	31			100				5		9	18	59	9
2.1.4 En su opinión, ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?	32			100					5	9	23	50	14
2.1.5 En su opinión la inmediatez de comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:	33				100				5	9	27	41	18
2.1.6 En su opinión, el nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:	34					100			5	5	23	55	14
2.1.7 En su opinión el nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:	35				100			5		5	9	77	5
2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:	36				100				5		14	73	9
2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera:	37				100				5	5	18	59	14
2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:	38					100		5			9	86	
2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de:	39					100		5		5	9	82	
2.1.12 En su opinión el tiempo de espera en que los recibe el guía es:	40			100				5		9	23	64	
2.1.13 En su opinión la seguridad que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:	41					100		5				95	
2.1.15 En su opinión la claridad de la explicación que dio el guía para la elaboración de los productos de esta fábrica fue de:	42					100		5			9	86	
2.1.17 En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:	43					100				5	14	77	5
2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de :	44					100		5			9	82	5
2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):	45					100		5		5	5	82	5
2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de:	46				100			5				91	5
2.2.4 En su opinión el nivel de seguridad que se observa en el área de empaquetado es de:	47					100		5				91	5
2.2.5 En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:	48					100		5			9	82	5
2.2.6 En su opinión el nivel de innovación de los productos de Ricolino lo considera de:	49					100		5			9	82	5
2.2.7 En su opinión, la duración del recorrido lo considera de:	50			100				5			27	64	5
2.2.8 En su opinión al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:	51					100		5		5	9	77	5
TOTAL DE RESPUESTAS		0	0	400	600	1300	0	75	30	85	310	1664	156
PROMEDIO DE RESPUESTAS ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS DE OPINIÓN QUE SON 23		0.00	0.00	17.39	26.09	56.52	0.00	3.26	1.30	3.70	13.48	72.35	6.78

Las escuelas que visitan la fábrica con un autobús rentado en una agencia transportadora obtuvieron el mayor porcentaje, opinaron en 5 en un 72.35%, mientras que los que visitaron la fábrica con un autobús propio opinaron en 5 en un 56.52%.

9.- TABLA DE OPINIÓN POR AGENCIA TRASPOTADORA

REACTIVO	NUM PREGUNTA	SI						NO					
		1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	4	N/C
2.1.1 En su opinión, ¿Qué tan rápido le dan los informes para la reservación de una visita?	29				25	63	13			7	20	60	13
2.1.2 En su opinión, el tiempo de espera para recibir la solicitud de visita es:	30			13	25	50	13		7	7	27	47	13
2.1.3 En su opinión, con qué facilidad es el llenado de la solicitud de visita:	31			25	13	63		7		7	20	53	
2.1.4 En su opinión, ¿Qué tan rápido puede enviar la solicitud de visita al Depto. de visitas escolares?	32			13	38	50			7	13	13	47	20
2.1.5 En su opinión la inmediatez de comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:	33			38	50	13			7	13	27	33	20
2.1.6 En su opinión, el nivel de participación que se le pide al responsable durante el tiempo de la visita es de:	34			13	13	63	13		7		27	53	13
2.1.7 En su opinión el nivel de exigencia de las medidas de Seguridad e Higiene (no tenis, no tacones, no alhajas, no maquillaje, no celulares, no cámaras) para ingresar a la Planta las considera:	35			13	13	75		7			13	73	7
2.1.8 En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:	36				13	75	13		7		20	67	7
2.1.9 En su opinión, el nivel de exigencia de los trámites para reservar una visita la considera:	37				13	75	13		7	7	27	47	13
2.1.10 En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:	38				25	75		7				93	
2.1.11 En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de:	39			13	25	63		7				93	
2.1.12 En su opinión el tiempo de espera en que los recibe el guía es:	40				25	75		7		20	20	53	
2.1.13 En su opinión la seguridad que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:	41					100		7				93	
de:	42				13	88		7			7	87	
2.1.17 En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:	43				25	75				7	7	80	7
2.2.1 En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de :	44				25	75		7				87	7
2.2.2 En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):	45			13	13	75		7				87	7
2.2.3 En su opinión, el nivel de higiene que se observa en la elaboración de la Paleta Payaso es de:	46					100		7			7	80	7
2.2.4 En su opinión el nivel de seguridad que se observa en el área de empaquetado es de:	47					100		7				87	7
2.2.5 En su opinión, el nivel de atención y conducción ofrecido por el guía lo considera de:	48				13	88		7			7	80	7
2.2.6 En su opinión el nivel de innovación de los productos de Ricolino lo considera de:	49				13	88		7			7	80	7
2.2.7 En su opinión, la duración del recorrido lo considera de:	50				25	75		7		7	27	53	7
2.2.8 En su opinión al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:	51			13	25	63		7				87	7
TOTAL DE RESPUESTAS		0	0	154	430	1667	65	105	42	88	276	1620	169
PROMEDIO DE RESPUESTAS ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS DE OPINIÓN QUE SON 23		0.00	0.00	6.70	18.70	72.48	2.83	4.57	1.83	3.83	12.00	70.43	7.35

Las escuelas que hacen la reservación por medio de una agencia transportadora opinaron en 5 con un porcentaje de 67.09%, mientras que las que hacen la reservación sin agencia transportadora opinaron en 5 con un porcentaje de 70.91%

4.6.4 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El análisis de los resultados de un estudio puede llevarse desde unas cuantas horas hasta años. Todo depende del tipo de investigación que se está llevando a cabo y de la profundidad que se quiere lograr.

En la investigación cuantitativa, el dato es importante en si mismo y la interpretación de datos está de acuerdo a la complejidad de las variables manejadas. Recuérdese que en este trabajo se manejaron las siguientes variables sociodemográficas que fueron cruzadas con los conceptos de conocimiento y opinión:

- 1 SEXO
 - a) Femenino
 - b) Masculino
- 2 EDAD
 - a) 20 a 30 años
 - b) 31 a 40 años
 - c) 41 a 50 años
 - d) 51 a 60 años
 - e) 61 o más
- 3 GRADO DE ESCOLARIDAD
 - a) Preparatoria
 - b) Carrera técnica en educación
 - c) Licenciatura
 - d) Maestría
 - e) Otra
- 4 NÚMERO DE VISITANTES POR GRUPO
 - a) 25 a 30
 - b) 31 a 35
 - c) 36 a 40

- d) 41 a 45
 - e) 46 o más
- 5 DISTANCIA QUE EXISTE ENTRE LA FÁBRICA RICOLINO Y LA ESCUELA
- a) 30 min.
 - b) 60 min.
 - c) 90 min.
 - d) 120 min.
 - e) 121 min. o más
- 6 SI HAN VISITADO CON ANTERIORIDAD LA FÁBRICA RICOLINO
- a) SI
 - b) NO
- 7 EL TIPO DE ESCUELA
- a) Pública
 - b) Privada
- 8 EL AUTOBÚS EN EL QUE LLEGARON A LA FÁBRICA
- a) Propio de la escuela
 - b) Rentado
- 9 EL TRÁMITE DE RESERVACIÓN Y LA LLEGADA A LA FÁBRICA LA REALIZÓ A TRAVÉS DE UNA AGENCIA TRASPORTADORA
- a) SI
 - b) NO

Además, en este trabajo se empleó un cuestionario de 51 reactivos. Con lo anterior se obtuvo un total de 1530 datos simples que se dan cuenta en la lectura de datos y analizan la información de manera descriptiva.

Pero para la explicación de estos, es necesario priorizar o jerarquizar aquellos datos relevantes y relacionarlos con mi experiencia y conocimiento del área de visitas escolares y los datos se analizarán de acuerdo a los siguientes aspectos, contenidos a lo largo de los capítulos de esta investigación:

- a) Datos que responden directamente a la justificación que motivó la investigación.
- b) Datos que soportan la misión, visión y objetivos de la institución mediadora.
- c) Datos más relevantes del referente de estudio. En este caso criterios de logística y contenido en cuanto a opinión de aquéllos que conocen.
- d) Para concluir con la comprobación o disprobación del sistema hipotético.

4.6.4.1. DATOS QUE RESPONDEN A LA JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- ❖ Al considerar al área de visitas escolares como un subsistema del grupo Bimbo el cual está regido por normas y valores con los principales objetivos de satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a eficacia y tomando en cuenta que uno de los beneficios que reporta la investigación al grupo en cuanto a la calidad que se ofrece en la logística y el contenido de la visita dentro de la planta Ricolino, al concluir la investigación se obtuvieron los datos que responden directamente a este punto como es el caso de la pregunta 36 del cuestionario.

36	En su opinión la eficacia del Depto. de Visitas Escolares para dar la fecha de la visita es:	1	2	3	4	5
----	--	---	---	---	---	---

La cual esta directamente ligada a la eficacia que tiene el área de visitas escolares al momento de dar los informes que se necesitan para realizar una visita. En cuanto a la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria alcanzó en 4.7, lo que determina que la eficacia está en un término cercano al cinco por lo cual está cumpliendo con el objetivo arriba mencionado.

- ❖ Para resolver el tópico que corresponde a la calidad de servicio que se ofrece, se tomará la pregunta 38 en la cual se evalúa la calidad de atención ofrecida por los guías al momento de hacer la reservación.

38	En su opinión, la calidad de la atención ofrecida por los guías durante el proceso de reservación fue:	1	2	3	4	5
----	--	---	---	---	---	---

Los responsables que hacen la reservación opinan en 4.7 la calidad de los guías el cual también queda claro que este punto también está cumpliendo con los estándares de calidad que maneja el grupo Bimbo.

- ❖ Para resolver el punto respecto a la higiene y limpieza tanto de las instalaciones como de los productos se tomará la pregunta 41 que cuestiona sobre este punto.

41	En su opinión la limpieza que ofrecen las instalaciones de la planta al dirigirse a la sala interactiva para recibir una plática de lo que van a observar es:	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

Al final de la investigación los responsables opinan en 4.8, por lo que la investigadora considera que están cumpliendo con los objetivos que plantea el grupo en cuanto a sus normas.

- ❖ Otro aspecto que se plantea en la justificación es la organización que debe de tener un área para que funcione adecuadamente, además se especificó que se necesitan identificar áreas de oportunidad, en base a eso y a la experiencia de la investigadora, se redactó la pregunta referente a esta cuestión, la cual corresponde directamente a la pregunta 43 del cuestionario.

43	En su opinión, el nivel de organización del equipo de Visitas Escolares es de:	1	2	3	4	5
----	--	---	---	---	---	---

El resultado que se obtuvo al finalizar la investigación es que los responsables de las instituciones opinaron en 4.8, lo que se considera que sí esta cumpliendo con el objetivo de tener una organización adecuada para garantizar la calidad del servicio.

4.6.4.2. DATOS QUE DAN CUENTA DE: MISIÓN, POLÍTICA DE CALIDAD Y OBJETIVOS DE LA INSTITUCIÓN MEDIADORA

Uno de los objetivos dentro de la misión que maneja el grupo Bimbo y sus filiales, en este caso Ricolino, es mantener la lealtad y preferencia de la clientela con la más alta distribución, por lo que la presente investigación abordó acerca de la preferencia que tienen los responsables de las instituciones que visitan la fábrica al finalizar el recorrido dentro de las instalaciones donde tuvieron la oportunidad de observar cada uno de los procesos de algunos productos que maneja la marca, el resultado que se obtuvo es que opinaron en 4.7 el nivel de preferencia lo cual cumple con el objetivo arriba planteado. La pregunta que se asignó fue la 49.

49	En su opinión, de acuerdo a la visita que realizó el nivel de preferencia hacia los productos de Ricolino lo considera de:	1	2	3	4	5
----	--	---	---	---	---	---

❖ Otro de los valores por lo cual se rige el grupo Bimbo y sus filiales es la confianza descrita como “la base sobre la que se construye todo. Contar con el otro para la tarea común”. En este punto la investigadora evaluó esta parte en la pregunta 44.

44	En su opinión, cuando el guía les dio la bienvenida el nivel de confianza que presentó fue de :	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

El resultado final es que los responsables de las instituciones opinaron en 4.7 el nivel de confianza que presentó el guía para una vez más cumplir con el objetivo.

- ❖ Dentro de los propósitos del grupo Bimbo es estar cerca de los consumidores y los clientes para lograr un creciente volumen y participación de las marcas, esta conexión se evaluó en la pregunta 21, pues para cumplir con el objetivo es importante rescatar el grado de conocimiento que tienen los responsables de las instituciones respecto a los productos que se elaboran en la planta de Ricolino México.

21.- ¿Cuáles son los productos que se elaboran en ésta planta? ()
a. <u>Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa</u>
b. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, panditas
c. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, bubulubu
d. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, dulcigomas
e. Luneta, chocoreta, paleta payaso, duvalin, chocosorpresa, krankys

El resultado arroja que los responsables conocen en un 26% únicamente, lo que se considera que es un nivel muy por dejado de los estándares de calidad de Ricolino y no se está cumpliendo con el propósito del grupo, por lo que la investigadora propone organizar una campaña donde se fomente el nombre de los productos que se elaboran dentro de la planta por medio de productos comunicativos presenciales y/o electrónicos a las escuelas que van a visitar la planta Ricolino.

- ❖ Otro aspecto que plantea el grupo es tener una responsabilidad social acercando al consumidor con las costumbres y la educación. En referente a esto se planteó la pregunta 51 respecto al nivel de aprendizaje que se llevan al concluir la visita.

51	En su opinión al concluir la visita el nivel de aprendizaje otorgado al grupo lo considera:	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

El resultado final es la opinión en 4.5, esto permite observar que los contenidos que se están manejando dentro del recorrido sí quedan presentes en los visitantes sin embargo se tiene que mejorar esta parte para lograr la más alta calificación. Por parte de la investigadora se propone revisar los contenidos y capacitar más a los guías.

- ❖ Pero no sólo se necesita tener la información adecuada, también se requiere que se exprese un lenguaje adecuado capaz de ser recibido por los visitantes que en esta ocasión concierne a los grupos de nivel primaria, para ello se investigó a través de la pregunta 45.

45	En su opinión, que tan adecuado fue el lenguaje utilizado por el guía para la explicación que dio en la sala interactiva (ingredientes para elaborar el chocolate):	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

El resultado que se obtuvo es que los responsables tienen una opinión de 4.6, por lo que la investigadora considera que se puede mejorar este aspecto a través de una dinámica más interactiva con el grupo por medio de la capacitación de los guías.

4.6.4.3 DATOS RELEVANTES AL REFERENTE DE ESTUDIO

- ❖ Además de identificar los resultados de la justificación, misión y sistema cultural también se encontraron otros puntos que responden directamente a las funciones que tiene el área de visitas escolares, entre ellos se presentó el caso de que la mayoría de las escuelas dan por confirmada la visita después de mandar la solicitud al depto. de visitas y se evaluó en la pregunta 13 del cuestionario.

13.- Después de enviar la solicitud llena tiene que:	()
a. Dar por confirmada la visita b. Revisar la página de Internet de Ricolino c. <u>Llamar a Visitas Escolares para confirmar su solicitud</u> d. Esperar que le llamen a su centro de trabajo para confirmar su solicitud e. Esperar a que le envíen un correo electrónico donde confirman su solicitud	

El resultado que arrojó la investigación es que sólo el 30% de los sujetos saben que después de enviar la solicitud tienen que llamar para confirmar que la recibieron y no dar por confirmada la visita o esperar a que le llamen. Esta situación crea conflictos con los responsables de las escuelas, por lo que se recomienda mejorar el sistema de reservación de las visitas.

❖ Respecto al grado de opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas relacionada a la pregunta anterior se evaluó en la pregunta 33 del cuestionario de la siguiente manera:

33	En su opinión, la rápida comunicación con el área de Visitas Escolares para verificar que recibieron su solicitud es:	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

El resultado final es que los responsables opinan en 4.6, lo que se considera un nivel bajo, y se identifica como un área de oportunidad que se tiene que mejorar, por lo que la investigadora propone revisar el método de reservación y de ser posible se cambie la forma de respuesta de manera electrónica automáticamente.

❖ Otro punto del funcionamiento del área y que tiene relación con el dato anterior es sobre el conocimiento que tienen las escuelas acerca de quién es la persona que hace la reservación, se abordó en la pregunta 15 del cuestionario:

15.- ¿Quién se tiene que comunicar a Visitas Escolares para confirmar la visita?()

- a. El responsable del grupo
- b. El director(a) de la escuela
- c. La secretaria de la escuela
- d. El responsable de la agencia transportadora
- e. El responsable de la asociación de padres de familia

El resultado que arrojó la investigación es que sólo el 39% tiene conocimiento de que el responsable que va a asistir con el grupo es quién tiene que confirmar la visita, es un porcentaje bajo, por lo que se recomienda hacer hincapié en esta observación y reforzar la información con las escuelas para que no exista confusión con la reservación.

- ❖ El siguiente punto que se evaluó es por el medio que se tiene que enviar la solicitud de visita, el cual se pregunta en el reactivo 12 del cuestionario:

12.- ¿Por qué medio se tiene que enviar la solicitud de Visita llena al Depto. de Visitas Escolares? ()

- a. Por fax
- b. Por correo electrónico
- c. Por fax o correo electrónico
- d. Llevarla directamente a la fábrica
- e. Subirla a la página de Internet de Ricolino

El resultado final de la investigación es que sólo el 9% de los encuestados sabe que la solicitud se puede enviar por fax o correo electrónico, lo que indica que el nivel de desconocimiento es muy alto y es una de las causas que genera problemas dentro del área, por lo que se recomienda reafirmar este punto al momento de brindar la información para hacer la reservación.

- ❖ El siguiente punto aborda sobre la rapidez con que se les hace llegar la solicitud a las escuelas, se planteó en la pregunta 30 del cuestionario:

30	El tiempo de espera para recibir la solicitud de visita lo considera de:	1	2	3	4	5
----	--	---	---	---	---	---

El resultado de la investigación arrojó que los responsables opinan en 4.4, lo que se considera como un resultado bajo dentro de la eficacia del

departamento de visitas escolares, lo que ocasiona conflictos con las escuelas que quieren asistir a la planta, por lo que la investigadora propone que la solicitud se suba a la página Web de Ricolino o del Grupo Bimbo para optimizar los tiempos tanto del área como de las escuelas.

- ❖ En el siguiente punto que se evaluó se han presentado problemas entre la caseta de vigilancia y las escuelas por los problemas de estacionamiento, el descenso de los grupos y la recepción de los mismos, por ello, se evaluó en la pregunta 39 del cuestionario:

39	En su opinión, al reportar al grupo en caseta de vigilancia la calidad de la atención ofrecida por los vigilantes de la fábrica es de:	1	2	3	4	5
----	--	---	---	---	---	---

El resultado que se obtuvo es que los responsables opinan en 4.5 la calidad de atención por parte de la caseta de vigilancia, se considera bajo por lo que se recomienda reforzar los valores de la empresa a los vigilantes en turno por medio de folletos o pláticas.

- ❖ Sin embargo la recepción de los grupos no corresponde sólo a la caseta de vigilancia sino también a los guías de visita, por lo que también se investigó la opinión respecto al tiempo de espera se describe en la pregunta 40 del cuestionario:

40	En su opinión el tiempo de espera en que los recibe el guía es:	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

El resultado final es que los responsables opinan en 4.8 el tiempo de espera, por lo que está muy próxima a la calificación más alta contrastando con el resultado anterior.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Después de haber aplicado el procedimiento metodológico y efectuado el levantamiento de datos es posible exponer las conclusiones derivadas de la investigación, se presentan a continuación desde la perspectiva conceptual, metodológica y temática.

a) CONCLUSIONES CONCEPTUALES

1. La Teoría General de Sistemas se considera como una entidad real y organizada, lo que permitió tomarla como método de análisis. La teoría sirvió para definir, conocer la organización y funcionamiento del sistema.

A partir de la Teoría General de Sistemas sabemos que los elementos de un sistema se relacionan, distinguen y seleccionan entre sí y que comparte sus elementos con el Sistema Comunicativo, estos elementos estructurantes son:

- actores
- instrumentos
- expresiones
- representaciones

Los cuales están representados en el Modelo Dialéctico de Comunicación.

La Teoría General de Sistemas se tomó como base para el análisis de los elementos que componen el Sistema del área de visitas escolares de la fábrica Ricolino.

2. Con base en lo anterior se facilitó explicar a la Opinión Pública como objeto de estudio al ser un subsistema del Sistema Comunicativo al compartir sus elementos estructurantes (actores, instrumentos, expresiones y representaciones).

En este trabajo se definió a la Opinión Pública como: el conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección ni intensidad) producida por los actores (miembros de un grupo social específico) a través de instrumentos de comunicación para generar representaciones sobre un referente público.

3. En esta investigación se encontraron como elementos del Sistema de Opinión Pública a:

- a. El grupo social formado por los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria
- b. El instrumento que, en este caso fue un cuestionario aplicado de forma presencial al grupo social.
- c. Las representaciones fueron los datos obtenidos a partir del cuestionario aplicado.
- d. Las expresiones fueron las respuestas brindadas por los miembros del grupo social.

4. La Teoría de la Mediación Social nos dice que la comunicación es una acción mediadora; una actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden.

La Teoría de la Mediación Social es considerada un paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de los elementos que se

constituyen al interior de un proceso social, lo cual permitió ordenar la realidad del sistema que se estudió.

5. Los planos de la mediación, enunciados en la Teoría de la Mediación Social, permitieron dar orden, interpretar y sistematizar los elementos que integran el sistema social estudiado.

Se identificó que entre el plano de los principios y el de la mediación se encuentra la ideología. Entre el plano de la mediación y el de la situación están las funciones; y entre el plano de la situación y el de los principios, las representaciones.

b) CONCLUSIONES METODOLÓGICAS

1. La tabla de operacionalización se utilizó como instrumento metodológico. A través de ésta se sistematizaron los conceptos que determinaron el diseño del cuestionario. Su función consistió en adaptar y ubicar los conceptos empleados en el Marco Teórico en términos de indicadores, acordes al contexto del tema particular que trata esta investigación.

La tabla de operacionalización contiene cuatro columnas; en la primera se especificaron los conceptos y se numeraron en orden progresivo con un numeral. En la segunda se anotaron las categorías por concepto y se numeraron en orden progresivo con dos numerales; en la tercera se anotaron los indicadores por categoría y se numeraron en orden progresivo con tres numerales. La cuarta

columna contiene los reactivos, uno por cada indicador; se numeró con el mismo número de indicador correspondiente.

Así, la tabla de operacionalización contiene a los conceptos que se refieren a una representación literaria que expresó un rasgo característico del fenómeno que se estudió y que para el tema que nos ocupa son:

- ✓ conocimiento (plano de los principios)
- ✓ opinión (plano de la mediación o expresión)
- ✓ datos sociodemográficos (plano de la situación) del grupo social a estudiar

2. La arboreación permitió ordenar los reactivos conforme aparecieron en el cuestionario. Para ello se establecieron los siguientes criterios:

- ✓ Se tomó como primer criterio los datos sociodemográficos
- ✓ se tomó como segundo criterio lo más conocido a lo menos conocido
- ✓ el tercer criterio es de lo más fácil a lo más complicado

Posteriormente se elaboró una tabla de equivalencias (de dos columnas) que permitió relacionar el número de reactivo en el cuestionario con el de la tabla de operacionalización.

3. La aplicación de la prueba piloto permitió detectar las irregularidades en el instrumento; así se identificaron y corrigieron para obtener el cuestionario final.

4. Para la aplicación del cuestionario final se definió a la población como: el conjunto de todos los elementos que comparte un grupo común de características y forma el universo para el propósito del problema de investigación. Para esta investigación la población se conformó por los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino.

En el levantamiento de datos se utilizó una muestra no probabilística a 23 sujetos miembros de la población.

5. Se empleó la técnica de la encuesta por ser un proceso metodológico que registra márgenes de precisión y confianza suficientes para cuantificar preferencias públicas con base en lo dicho por el encuestado.

El instrumento para levantar la encuesta fue un cuestionario presencial a los sujetos que conformaron la muestra de la población. El instrumento se formuló considerando un marco teórico conceptual, una hipótesis nula e hipótesis alternativas. Por tanto, el cuestionario requirió de método, el cual validó los resultados mediante: la operacionalización de variables, selección de la muestra, levantamiento de datos, sistematización e interpretación de resultados.

4. Para el vaciado de información se creó una base de datos en Excel. Con esta base se obtuvieron los resultados de las tablas generales, así como de los cruces de las variables sociodemográficas.

C) CONCLUSIONES TEMÁTICAS

Con base en el sistema hipotético planteado en el capítulo 3, referente a la hipótesis nula ahora se sabe que la opinión pública que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino respecto a la logística y el contenido que se ofrecen es de 4.5.

Respecto a las hipótesis alternativas y de acuerdo a los resultados arrojados en la presente investigación ahora se sabe el grado de conocimiento y opinión que tienen los sujetos de la investigación por ello se concluye de la siguiente manera:

1. El conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen es del 57.37%.
2. La opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen es de 4.6.
3. El género determina en 38% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
4. El género determina en 4.8 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
5. La edad determina en 38% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
6. La edad determina en 4.6 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
7. El nivel de escolaridad determina en 47% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la

- fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
8. El nivel de escolaridad determina en 4.4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 9. El número de visitantes por grupo que asisten a Ricolino determina en 4.2% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 10. El número de visitantes por grupo que asisten a Ricolino determina en 4.7 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 11. La distancia que existe entre la escuela y la Fábrica Ricolino determina en 4.6% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 12. La distancia que existe entre la escuela y la Fábrica Ricolino determina en 4.1 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 13. Las escuelas que ya han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino determina en 4.2% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 14. Las escuelas que ya han visitado con anterioridad la fábrica Ricolino determina en 4.6 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
 15. El tipo de escuela (pública o privada) determina en 4.5% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se

ofrecen.

16. El tipo de escuela (pública o privada) determina en 4 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
17. El transporte que tienen que conseguir las escuelas (propio o rentado) determina en 70% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
18. El transporte que tienen que conseguir las escuelas (propio o rentado) determina en 4.5 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
19. El tipo de contacto de las escuelas para reservar visita (por medio de agencia transportadora) determina en 41% el conocimiento que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.
20. El tipo de contacto de las escuelas para reservar visita (por medio de agencia transportadora) determina en 4.6 la opinión que tienen los responsables de las instituciones educativas a nivel primaria que visitan la fábrica Ricolino con respecto a la logística y el contenido que se ofrecen.

FUENTES DE
**FUENTES DE
CONSULTA:**

BIBLIOGRAFÍA
BIBLIOGRAFÍA

CIBERGRAFÍA
CIBERGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA:

- Berlo, David k. Introducción a la teoría y práctica de la comunicación. Buenos Aires, Ateneo, 1969.
- Fernández Escalante, Fernando M. Ciencia de la información y relaciones públicas: comunicaciones teoría de la opinión pública. Buenos Aires, Macchi, 1993.
- Grupo Bimbo. Bimbo, una historia de creer y crear. Grupo Bimbo, México, 1995
- Habermas, Jurgen. Historia y crítica de la opinión pública, la transformación estructural de la vida pública. México, G. gilli, 1981.
- Lazerfield, Paul. Metodología de la investigación social
- Martín Serrano, Manuel. Teoría de la comunicación. Madrid. A corazón. 1982
- Martín Serrano, Manuel. Teoría de la mediación. Madrid. Akal, 1977
- Moles, Abraham. Teoría estructural de la comunicación y sociedad. México. Trillas, 1983.
- Ochoa González, Oscar. Comunicación política y opinión pública. México. Mac Graw-Hill, 2000.
- Rivadeneira Prada, Raúl. La opinión pública análisis de la estructura. México Trillas, 1984.
- Rojas, Rafael. La escritura de la independencia del surgimiento de la opinión pública en México. México, Taurus, 2003.

CIBERGRAFÍA

- ❖ <http://www.bimbo.com.mx>:
 - a. www.grupobimbo.com.mx/index.php?hour=23&min=58
 - b. www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=1&subsection=1
 - c. www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=1&subsection=1&topic=4
 - d. www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=1&subsection=1&topic=2
 - e. www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=1&subsection=1&topic=8
 - f. www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=1&subsection=2
 - g. www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=1&subsection=2&topic=7
 - h. www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=1&subsection=1&topic=28

- ❖ <http://www.barcel.com.mx>

- ❖ <http://www.paginaricolino.com/informacion>:
 - a. www.paginaricolino.com/informacion.php?s=VISION