



CIUDAD
CREATIVA DIGITAL®
GUADALAJARA

MTRO. MANUEL
GÁNDARA RODRÍGUEZ

Consultoría y Asesoría en Negocios
y Estudios Económicos

Mail. Cel.

Estudio de Opinión Ciudad Creativa Digital

COORDINADOR: MTRO. MANUEL GÁNDARA RODRÍGUEZ

18 DE NOVIEMBRE 2015

Orden del día

- I. Presentación del equipo consultor
- II. Aspectos metodológicos
- III. Aspectos relativos al levantamiento
- IV. Presentación de resultados
- V. Conclusiones y recomendaciones

Aspectos metodológicos

- ✓ El estudio se realizó en tres etapas:

ETAPA I	ETAPA II	ETAPA III
<p>1. Definición de variables de estudio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la literatura e identificación de las variables de estudio - Diseño del instrumento para el análisis cuantitativo - Definición de criterios para la elección de informantes. 	<p>2. Estudio cuantitativo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño muestral: obtención del tamaño de la muestra - Prueba piloto - Ajustes al instrumento y elaboración de formularios para captura - Capacitación de encuestadores - Levantamiento <i>in situ</i> - Procesamiento de datos 	<p>3. Análisis de resultados</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtención de indicadores relativos a las variables de estudio determinadas en la etapa I - Evaluación de la opinión de la población - Caracterización de la población objetivo

Aspectos metodológicos: diseño muestral

Universo de estudio

- Viviendas que se ubican dentro del polígono de la CCD.
- La población flotante en el área del mismo polígono, en un periodo de tiempo determinado
- En viviendas se preguntó por el jefe de familia, a quien se aplicó el cuestionario.
- La población flotante es definida como la población que utiliza un territorio pero cuyo lugar de residencia habitual es otro. Junto con la población residente constituye la carga de población que realmente soporta el territorio.

Tamaño de la muestra

- La muestra obtenida cuenta con representatividad estadística.
- Nivel de confianza del 95% y un error muestral máximo de +/- 4.5%.
- Se obtuvo información de 217 informantes en viviendas (381 viviendas habitadas) con lo que se consiguió un nivel de error de +/- 4.37%.
- Se encuestó a 442 personas correspondientes a la población flotante (6,000 personas totales, estimadas como población flotante) con lo que se consiguió un nivel de error de +/- 4.49%

Aspectos relativos al levantamiento



- El levantamiento se realizó del 19 al 28 de octubre en un horario de 9 am a 7 pm.
- Se contó con 8 encuestadores que aplicaron cuestionarios en viviendas de manera aleatoria y al azar a la población flotante que se encontraba en el polígono de la CCD.
- En el caso de las viviendas se encuestó a jefes de familia dentro de un área específica del polígono de la CCD.
- En el caso de la población flotante, los encuestadores estuvieron distribuidos en puntos atractores y generadores de viajes.

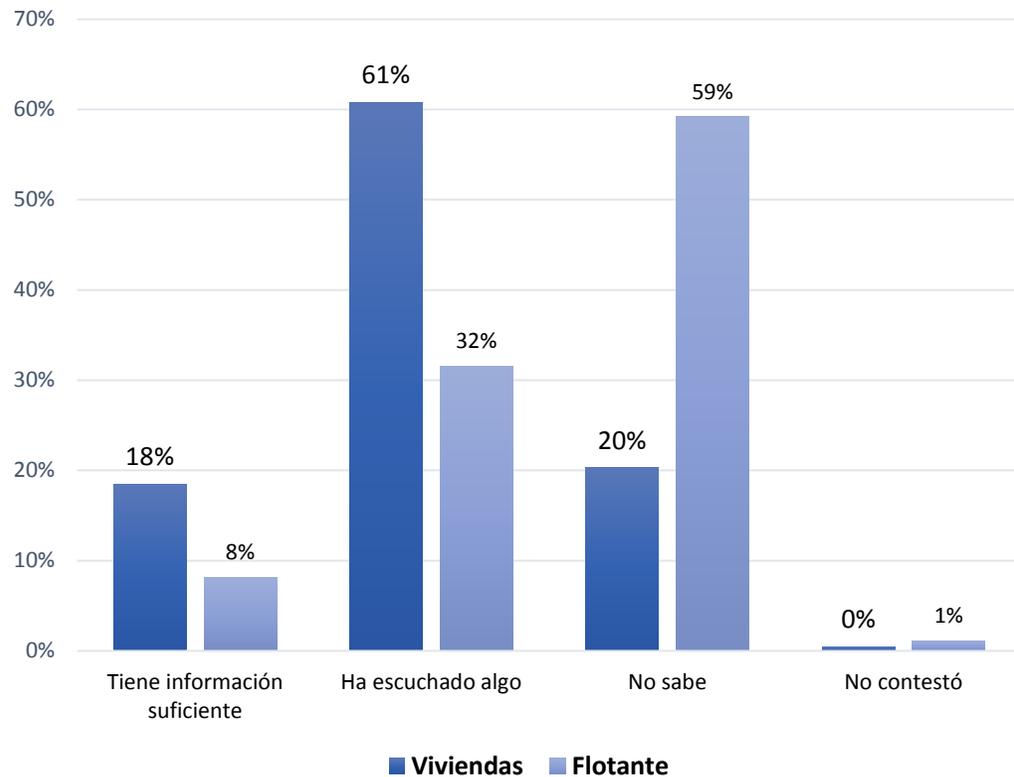
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTA DE OPINIÓN
CIUDAD CREATIVA DIGITAL

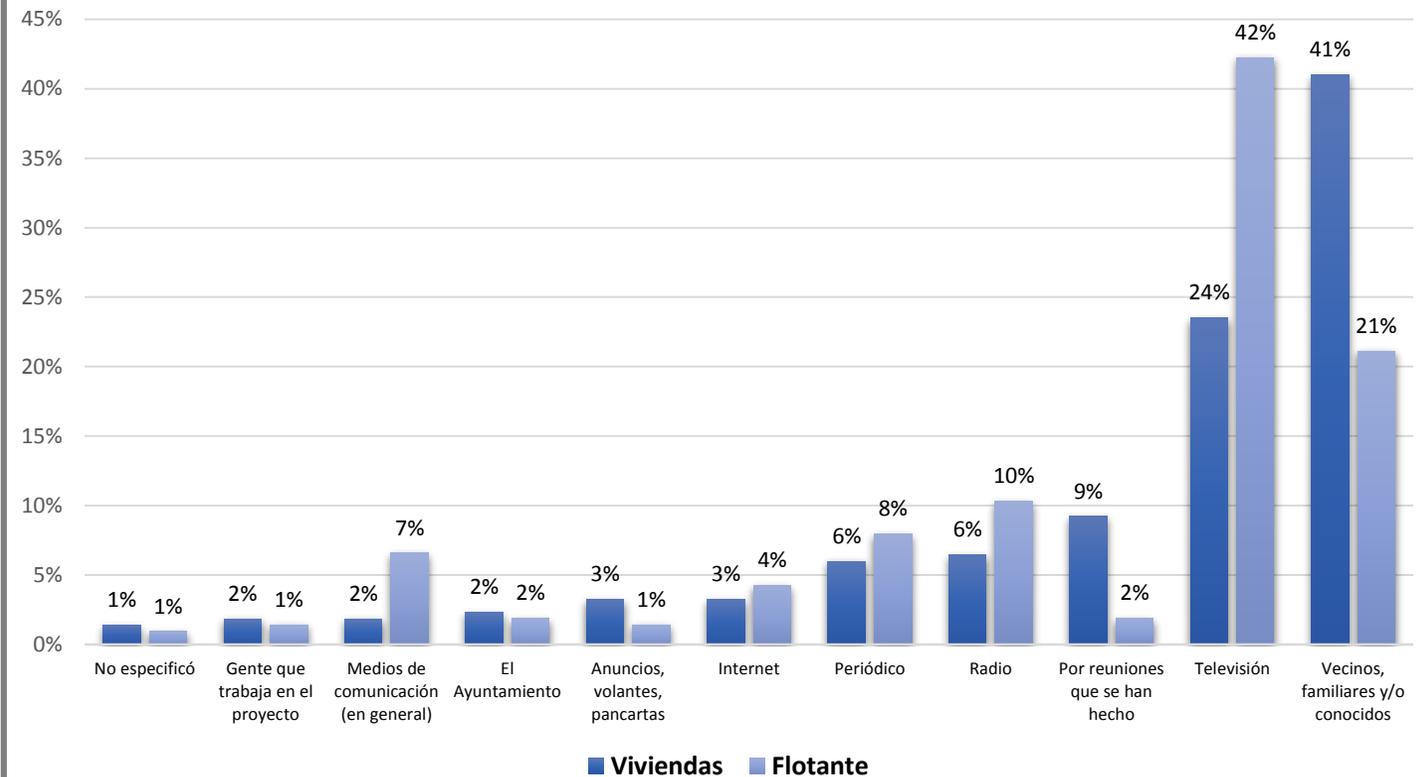
Conocimiento del proyecto

El objetivo era identificar qué tanta información tenía el encuestado sobre el proyecto, si la información era precisa, las principales fuentes de información y las posibles líneas de comunicación que pueden ser utilizadas durante la ejecución del mismo.

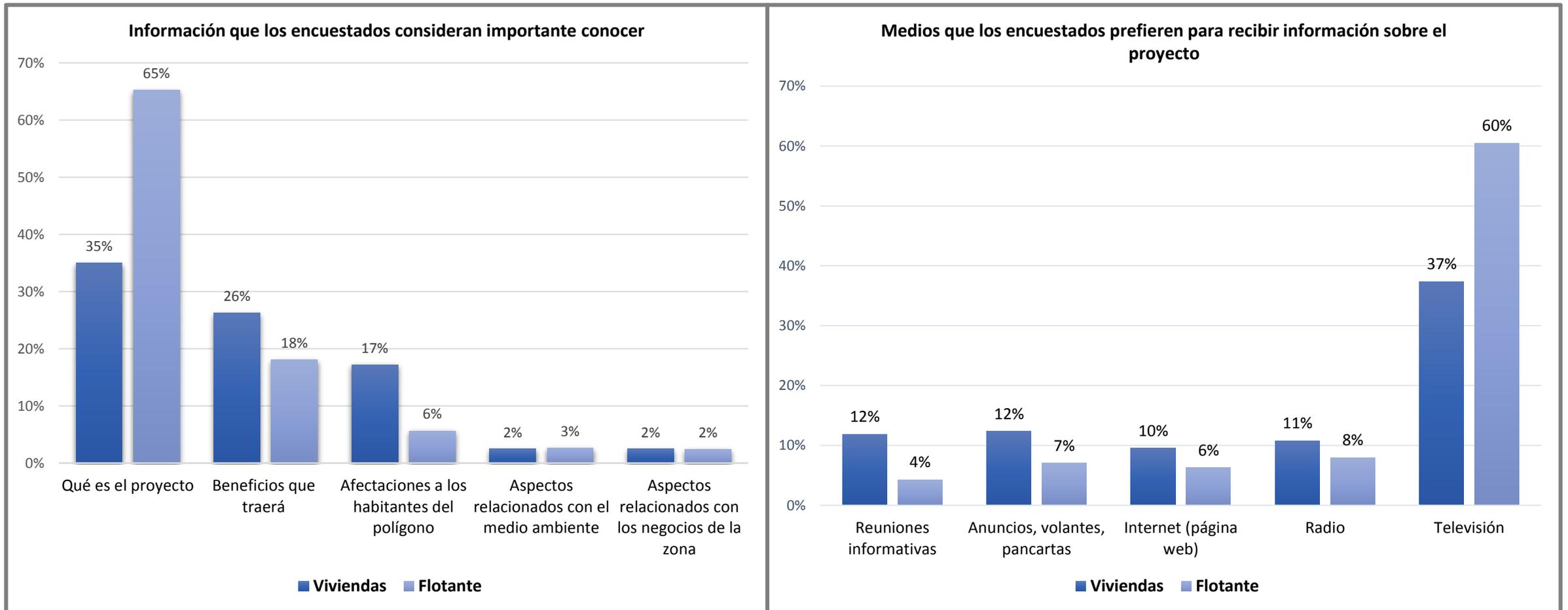
Ha escuchado sobre CCD o tiene información sobre el proyecto



Medio por el que se enteraron del proyecto



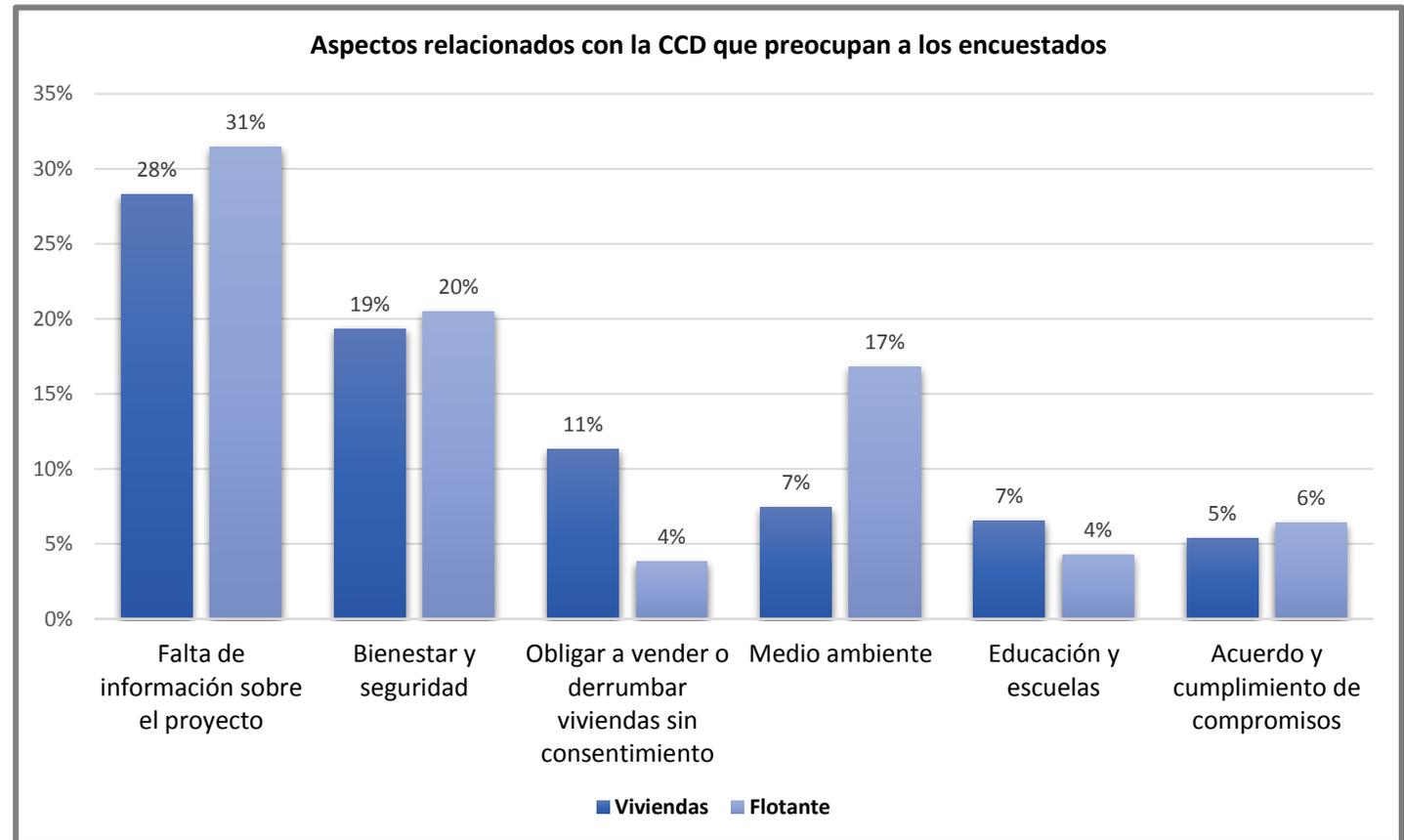
Conocimiento del proyecto



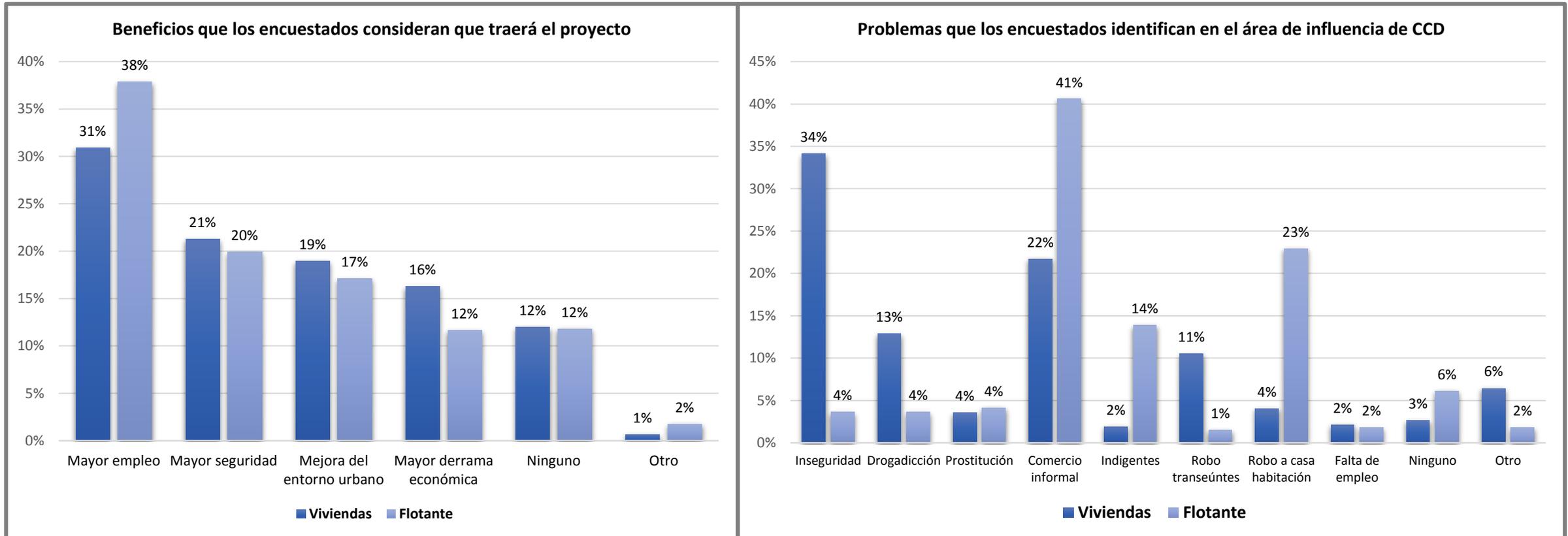
Percepción general sobre impactos del proyecto

Se identificaron los temas de mayor interés para los encuestados, los beneficios y afectaciones, así como los cambios que se han percibido en la zona de influencia del mismo.

- ✓ Sobresale que tanto para la población en viviendas como la flotante, no se ha percibido ningún cambio en el entorno (53% y 49%)

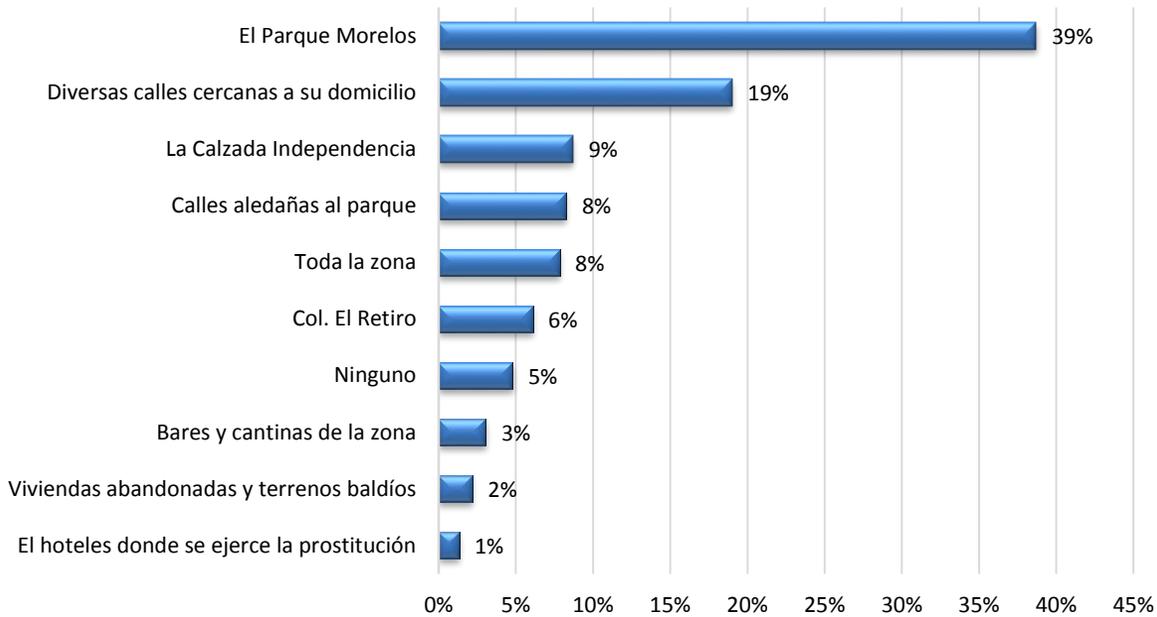


Percepción general sobre impactos del proyecto

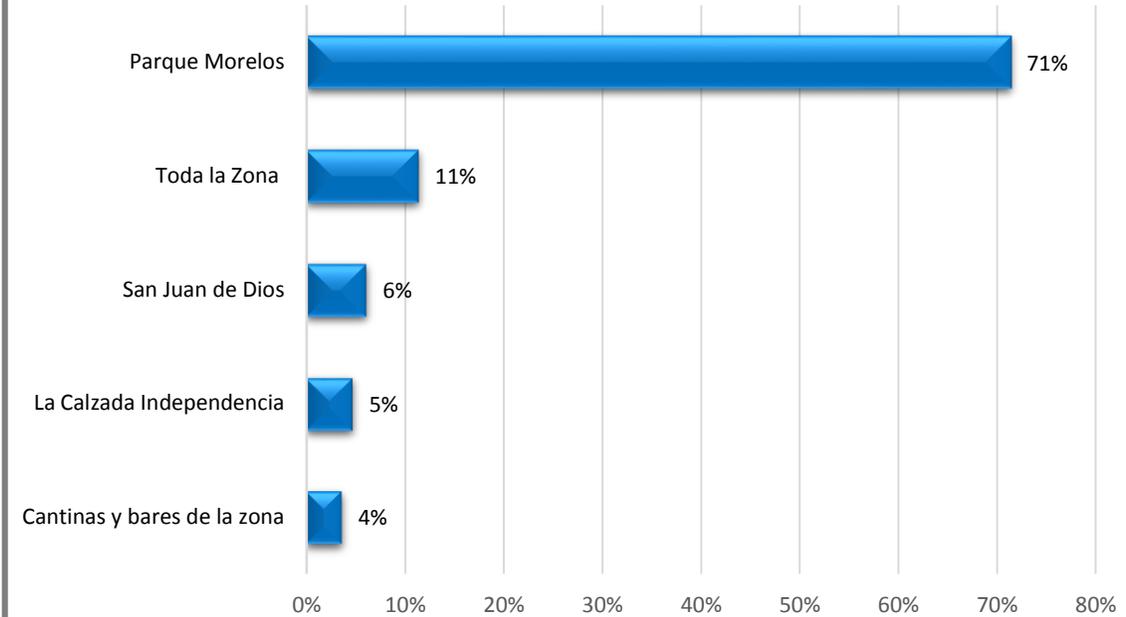


Percepción general sobre impactos del proyecto

Lugares riesgosos o inseguros cercanos a su domicilio



Lugares riesgosos identificados por la población flotante



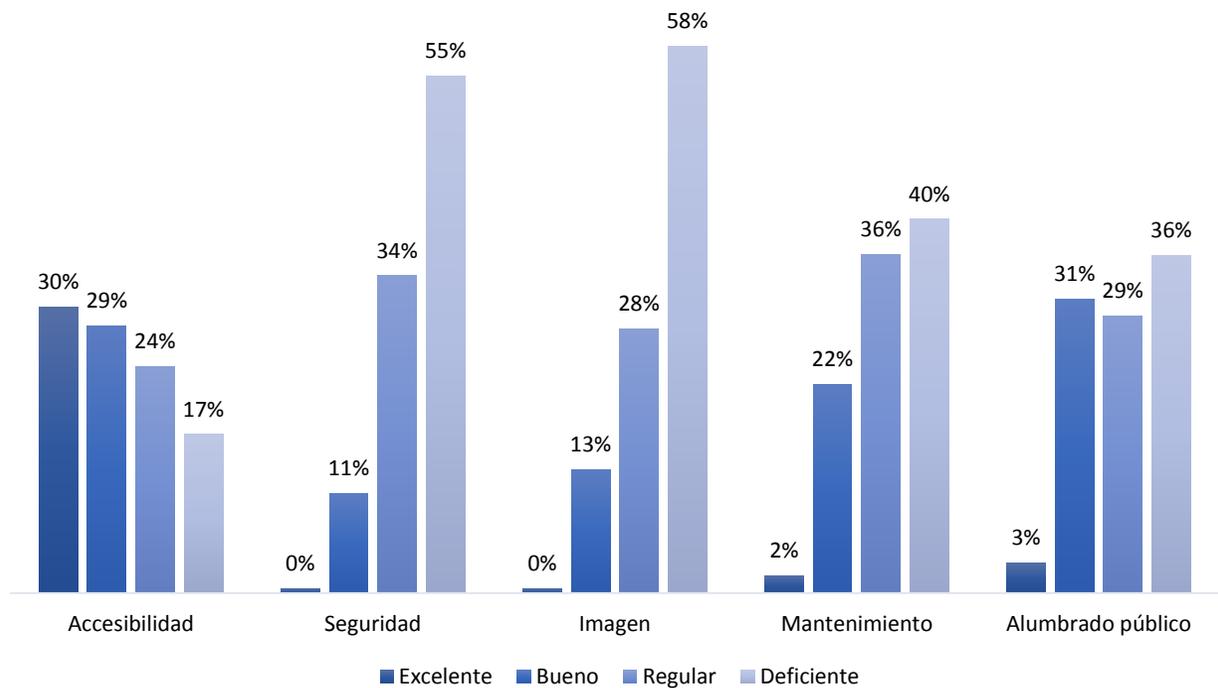
- ✓ El 51% de los encuestados sí están dispuestos a participar en CCD: el 41% accedería a la bolsa de trabajo de empresas que se instalarán en CCD, el 40% quisiera recibir un apoyo para iniciar un negocio dentro de CCD, el 16% estaría dispuesto a rentar (o vender) su propiedad a alguna empresa o filmación y el 3% considera que podría participar de otra manera

Vinculación de la población con el entorno

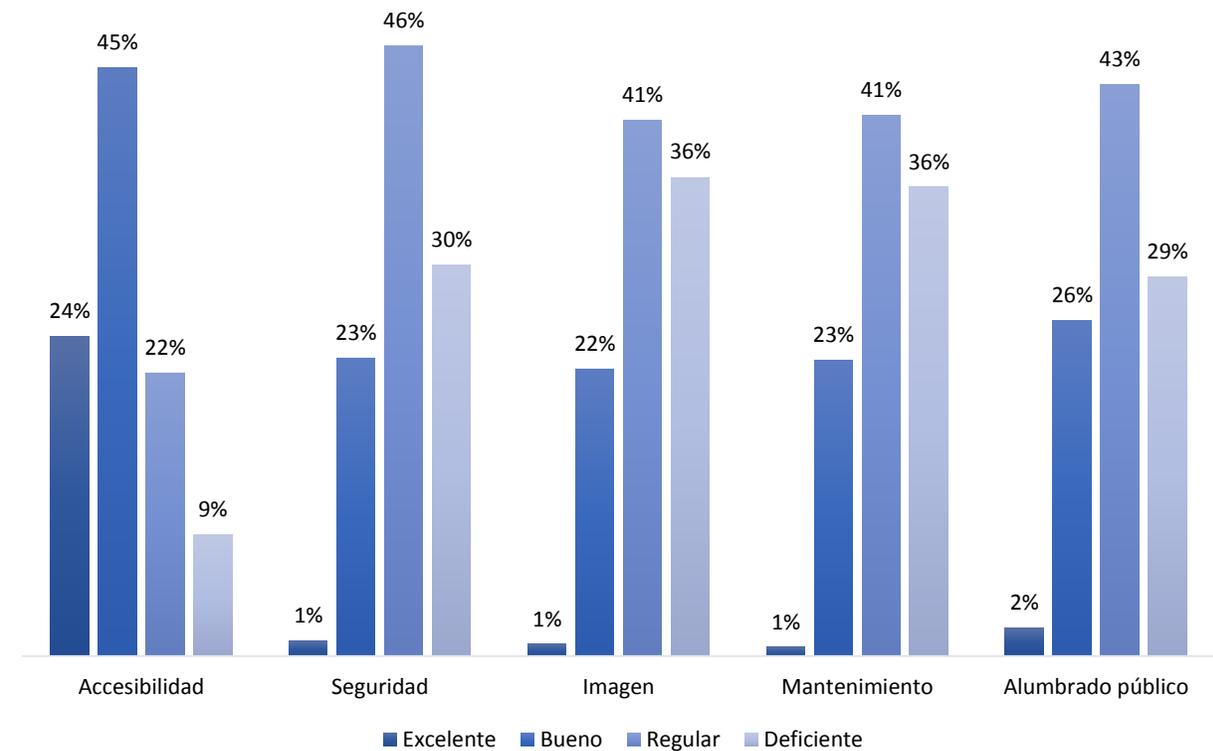
- En este punto se evaluó qué tanto la población se apropia del espacio que utiliza o en el que vive y cómo lo percibe.
- Se utilizó como referencia el entorno del Parque Morelos, espacio público clave para la calidad de vida de la población del área de influencia de Ciudad Creativa Digital
- El Parque Morelos es identificado como un espacio de encuentro, de comunicación y tránsito. Es considerado como un espacio libre, que fomenta la recreación, que mejora el entorno urbano y le permite a los usuarios realizar actividades de descanso, deportivas y contacto con la naturaleza.
 - a) Accesibilidad
 - b) Seguridad
 - c) Imagen
 - d) Mantenimiento
 - e) Alumbrado público

Vinculación de la población con el entorno

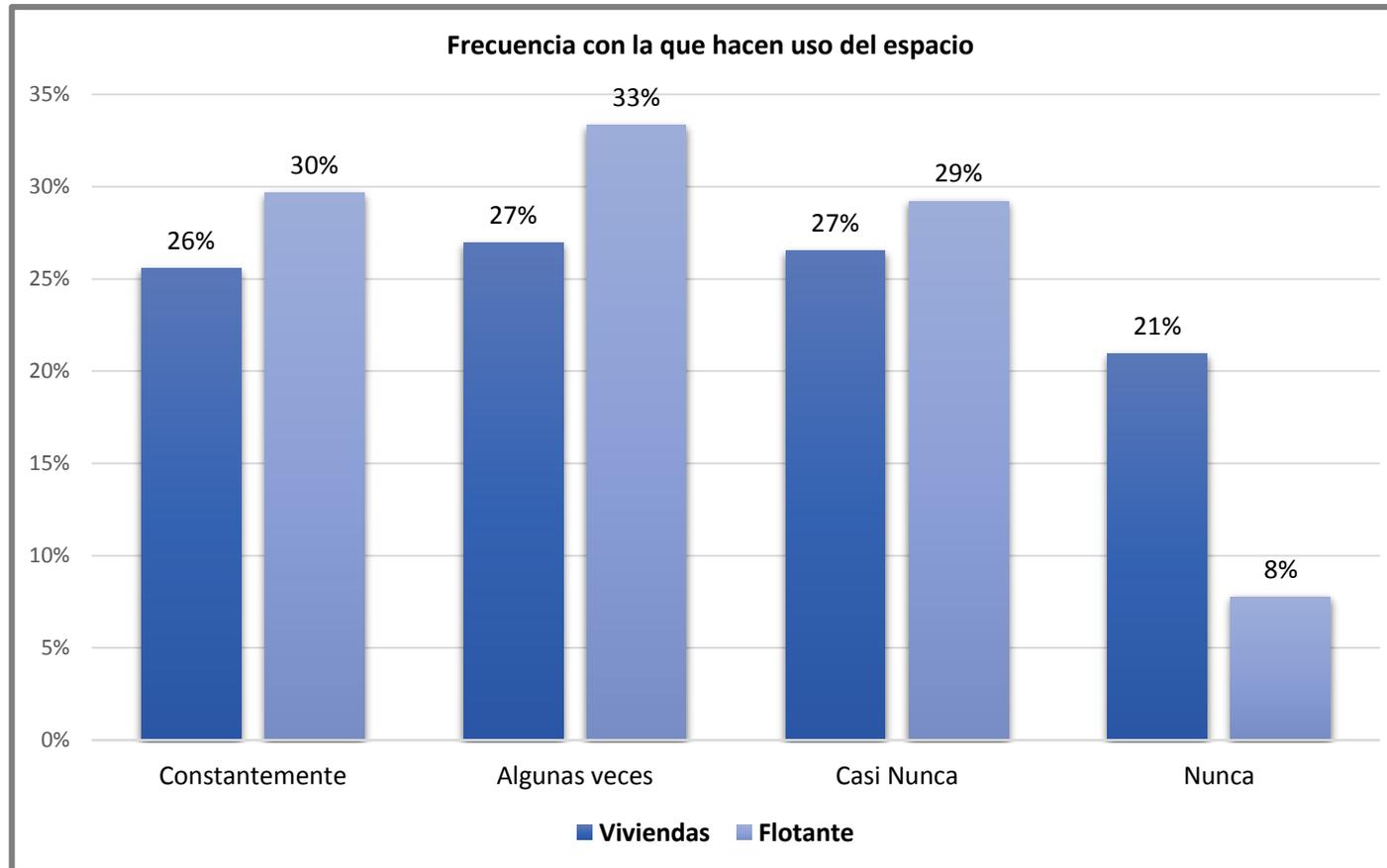
Evaluación de los encuestados sobre aspectos del Parque Morelos (viviendas)



Evaluación de los encuestados sobre aspectos del Parque Morelos (flotante)



Vinculación de la población con el entorno



Caracterización de la población

Característica	Viviendas	Flotante
Edad promedio	49 años	46 años
Sexo	50% Hombres, mujeres	67% Hombres, 33% Mujeres
Tiempo que invierten en trasladarse (promedio)	23 minutos	35 minutos
Medio de transporte utilizado	34% Camión, 27% Vehículo particular	56% Camión, 24% Vehículo particular
Tipo de vivienda	53% Propia, 40% rentada, 7% Prestada	
Hacinamiento	4.04	
Ingresos	54% Hasta 4 mil pesos, 38% Entre 5-10 mil pesos	52% Hasta 4 mil pesos, 41% Entre 5-10 mil pesos
Ocupación	29% Amas de casa, 20% Comerciante, 17% Trabajador independiente	19% Sector Privado, 16% Jubilado o pensionado, 15% Ama de casa-Comerciante

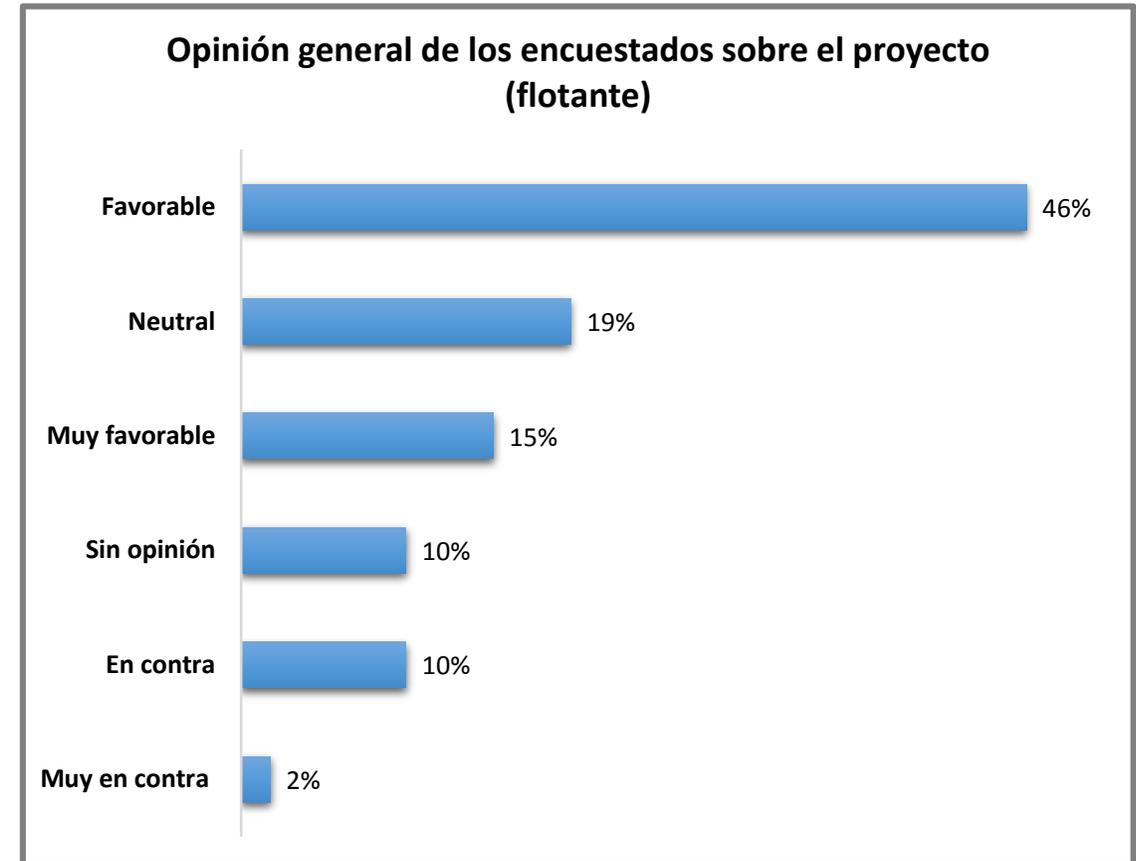
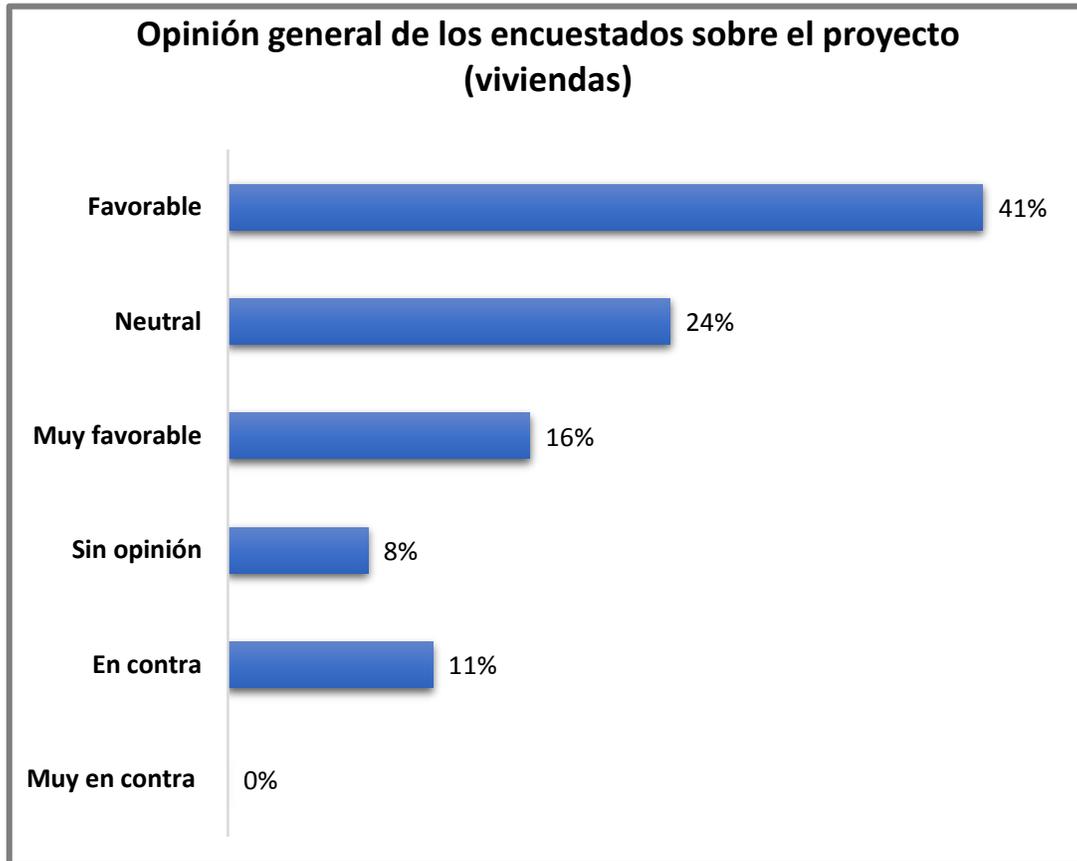
Caracterización de la población: aspectos educativos

Escolaridad del encuestado	Viviendas	Flotante
Primaria	19%	24%
Secundaria	18%	29%
Preparatoria	23%	21%
Licenciatura	37%	25%
Maestría	3%	1%
Doctorado	0%	0%
Sin escolaridad	0%	0%

Otros habitantes de la vivienda	Habitantes por cada 100 viviendas
Preescolar	18
Primaria	43
Secundaria	20
Total de educación básica	82

El tiempo promedio que utilizan para desplazarse a la escuela fue de 14 minutos y 52 segundos.

Opinión general de los encuestados sobre el proyecto



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

ENCUESTA DE OPINIÓN
CIUDAD CREATIVA DIGITAL

Conclusiones

- ✓ La situación actual del proyecto y el contexto social que prevalece en la zona de influencia de CCD es propicia para el surgimiento de inquietudes de acción colectiva y oposición.
- ✓ Desde la perspectiva social se debe señalar que el discurso es conciliador aunque en algunos casos (grupos muy específicos) es de oposición al proyecto.
- ✓ La población tiende a no tener precisión sobre lo que es Ciudad Creativa Digital por lo que su opinión puede ser fácilmente influenciable.
- ✓ Lo anterior abre grandes oportunidades para lograr consensos con los involucrados en torno a acciones y estrategias que no sólo sean percibidas como favorables para los afectados sino que lleguen a ser verdaderas innovaciones en la gestión social del proyecto

Recomendaciones

- ✓ En el caso de la población en viviendas, el 73% de los encuestados manifestó no asistir a juntas vecinales. El 53% considera que son útiles, el 47% considera que son poco útiles o no sirven de nada.
- ✓ La población en viviendas requiere de un contacto informativo directo, por lo que se recomienda mantener abiertas varias ventanillas para la comunicación con los involucrados y establecer una campaña de comunicación con información clara y precisa considerando los aspectos que preocupan a la población.
- ✓ Se recomienda precisar las demandas de la población para dar atención a las mismas, ya que tiende a estar agotada ante cambios constantes, falta de información veraz y oportuna lo que requiere abrir líneas de comunicación constantes y directas.

Recomendaciones

- ✓ Se debe considerar que la comunicación interna de la población tiende a no ser buena, hay grupos de interés bien formados que pueden obstaculizar los canales de comunicación con el resto de la población. Recordemos que los resultados muestran que la relación entre los vecinos del área de influencia del proyecto tiende a ser de normal (31%) a poca (28%) o ninguna (6%).
- ✓ Se debe establecer el diálogo con grupos vulnerables y grupos de interés para reducir su incertidumbre.
- ✓ Los principales medios de información que prefieren los encuestados son: televisión y radio.

Recomendaciones

- ✓ Es importante dar más difusión a las actividades del proyecto y los resultados de los diversos esfuerzos de diálogo realizados, así como de las actividades con la población del área de influencia.
- ✓ Se deben resaltar experiencias favorables de proyectos similares en otras partes y la manera en la que se realizarán acciones para llegar a resultados similares.
- ✓ Trabajar en la construcción de relaciones de confianza entre involucrados y negociadores de CCD.
- ✓ Buscar una constante cooperación con otras instancias de gobierno federal, estatal y municipal para construir “paquetes” de soluciones a las demandas de la población, vinculados con los intereses del proyecto.