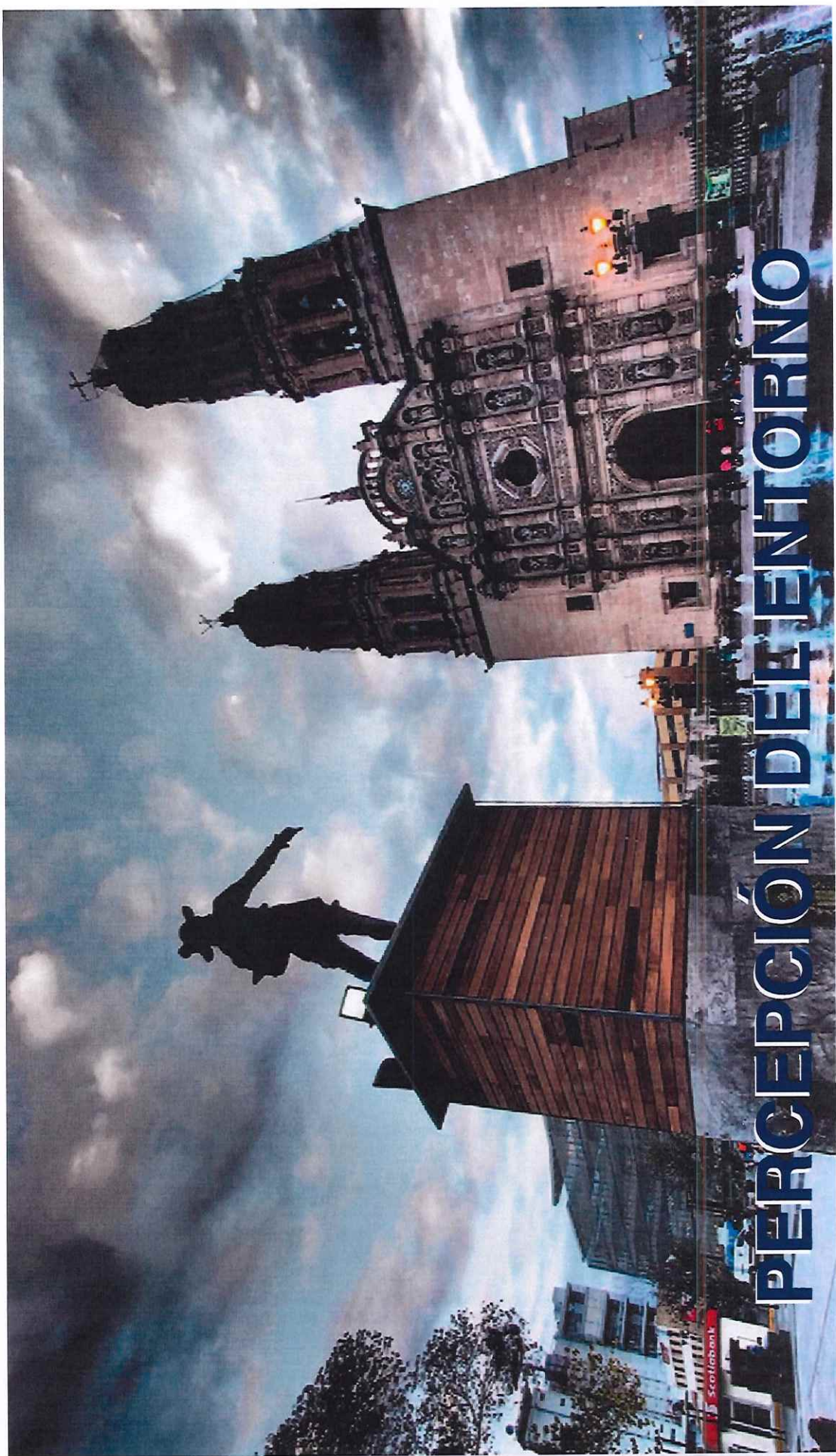


CHIQUAHUA



FICHA TÉCNICA INVESTIGACION DE MERCADOS

LA CASTELLANA

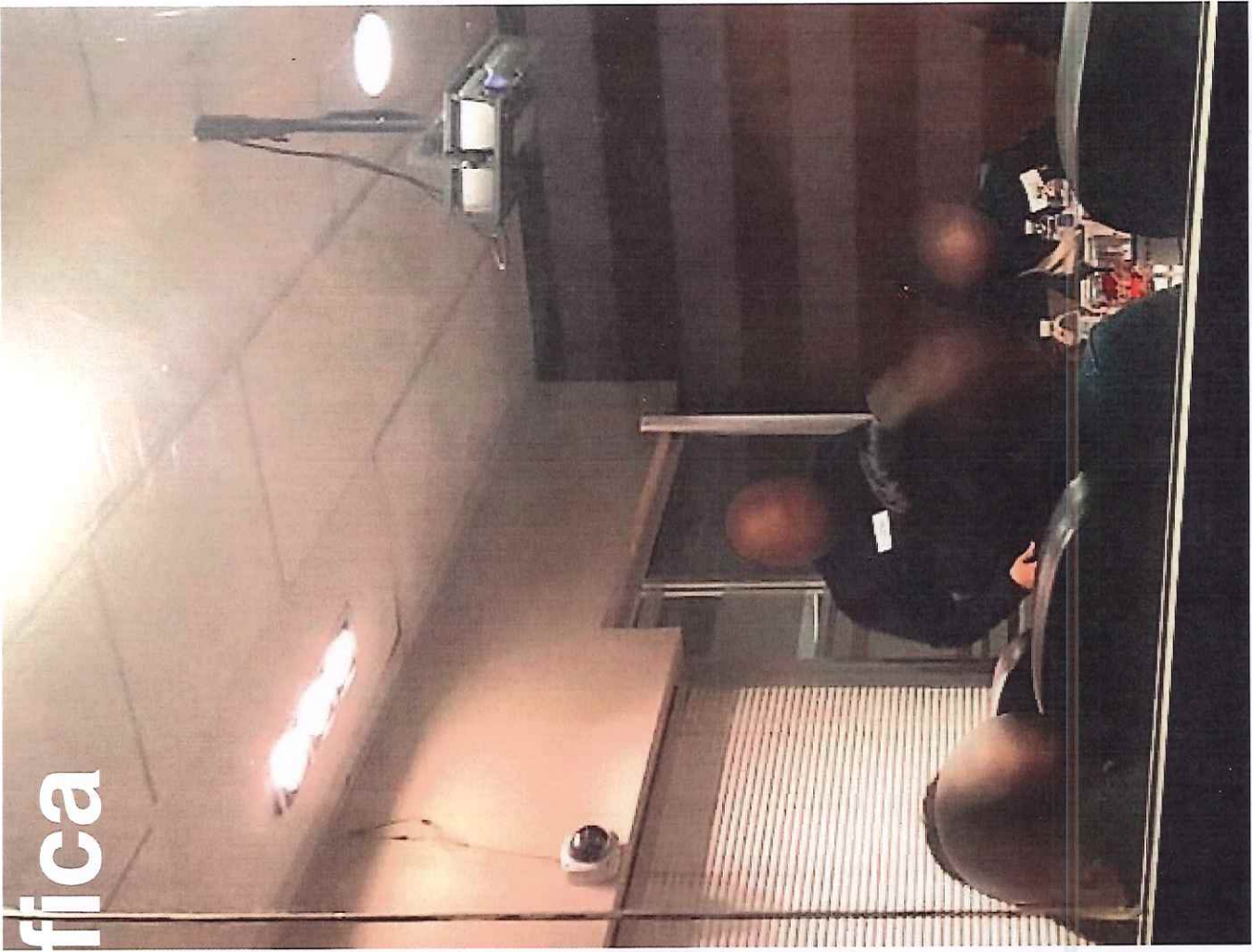
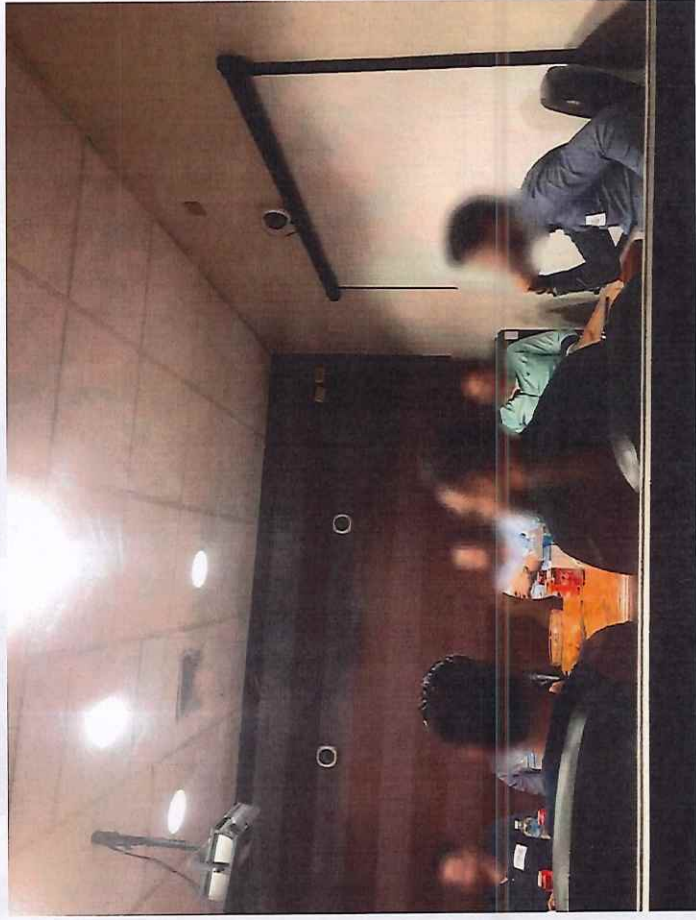
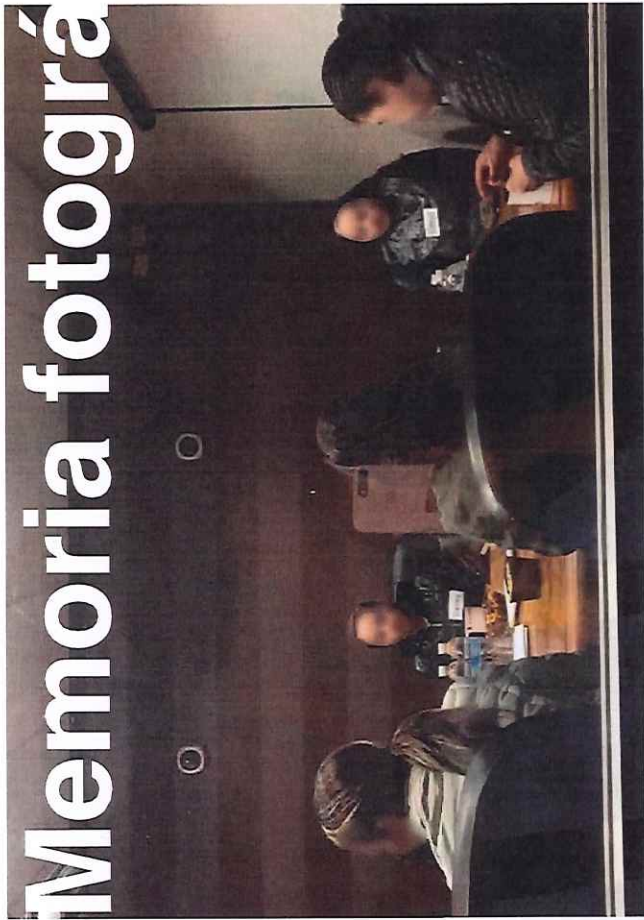
Objetivo del estudio	Se plantea como objetivo general, Conocer por medio de técnicas de investigación cualitativa, la percepción de problemáticas y expectativas de la ciudadanía del municipio de Chihuahua.
Target	Hombres y Mujeres de diferentes perfiles socio demográficos que vivan en la ciudad de Chihuahua
Tipo de Análisis	Análisis cualitativo multivariante
Numero de sesiones	20 Focus Groups de 8 a 10 personas de acuerdo al perfil establecido
Metodología	Se realizo el reclutamiento para los diferentes grupos de acuerdo al perfil establecido por cada sesión, en algunos de los grupos se llevo a cabo un reclutamiento mixto. Los participantes fueron seleccionados de acuerdo a un filtro que contenía variables de selección acorde al proyecto, mismos que fueron destruidos al terminar las sesiones, para proteger la confidencialidad de los participantes Todas las sesiones fueron realizadas en cámara de Gessell con 6 cámaras de alta resolución y micrófonos omnidireccionales de alta impudencia. Todas las sesiones fueron moderadas por el MC Ricardo Hernandez, para de esta forma conservar una consistencia en moderación y guion de las mismas. En la cabina se encontraba personal vinculado al proyecto, así como personal de Hergo-Wolfen que colabora con el análisis de las mismas.
Especificaciones	De acuerdo a los estándares de investigación cualitativa de CONACYT
Entregables o evidencias de la investigación	Documento escrito con interpretación Presentación con resultados de la investigación memoria fotografica.
Equipo de Investigación	MC Ricardo Hernández Gómez MC. Lluvia Miramontes García
Validación de instrumento	Validación tipo face validity.

Grupos de medición

GPO	NSE	Género	Edad	Perfil específico
1	D+	Masculino	24 a 35 años	Todos los participantes:
2	D+	Femenino	24 a 35 años	
3	D+	Masculino	36 a 55 años	
4	D+	Femenino	36 a 55 años	
5	D+	Masc / Fem	18 a 23 años	Residentes de la ciudad de Chihuahua / ciudadano común
6	C-	Masculino	24 a 35 años	
7	C-	Femenino	24 a 35 años	
8	C-	Masculino	36 a 55 años	
9	C-	Femenino	36 a 55 años	Mix de colonias
10	C-	Masc / Fem	18 a 23 años	
11	C típico	Masculino	24 a 35 años	Que no trabajen para ninguna dependencia de gobierno ni ellos ni ningún familiar directo o amigo cercano.
12	C típico	Femenino	24 a 35 años	
13	C típico	Masculino	36 a 55 años	Que no se encuentren afiliados a ningún partido político.
14	C típico	Femenino	36 a 55 años	
15	C típico	Masc / Fem	18 a 23 años	Que no trabajen en medios de comunicación, ni ellos ni ningún familiar directo o amigo cercano.
16	C+	Masculino	24 a 35 años	
17	C+	Femenino	24 a 35 años	
18	C+	Masculino	36 a 55 años	
19	C+	Femenino	36 a 55 años	Que no trabajen en empresas relacionadas con mercadotecnia ni ellos ni ningún familiar directo o amigo cercano.
20	C+	Masc / Fem	18 a 23 años	

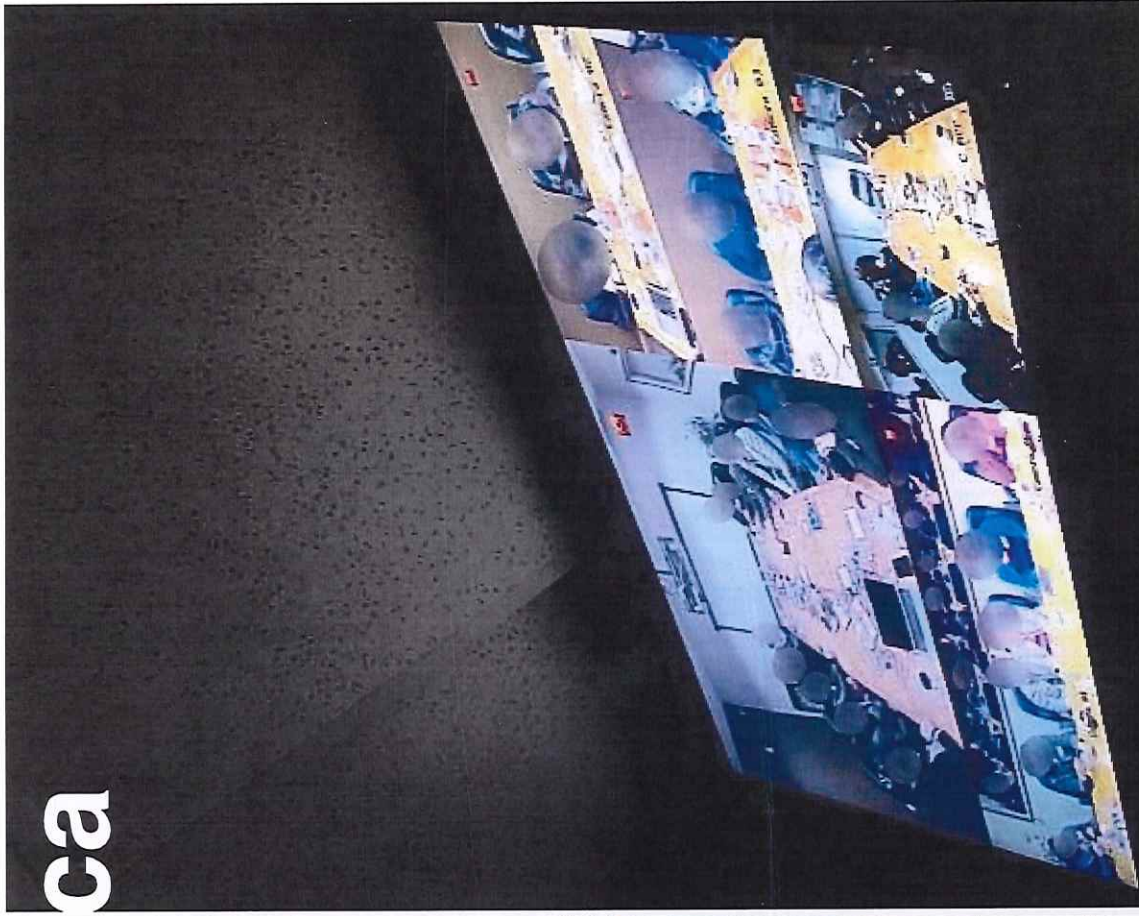
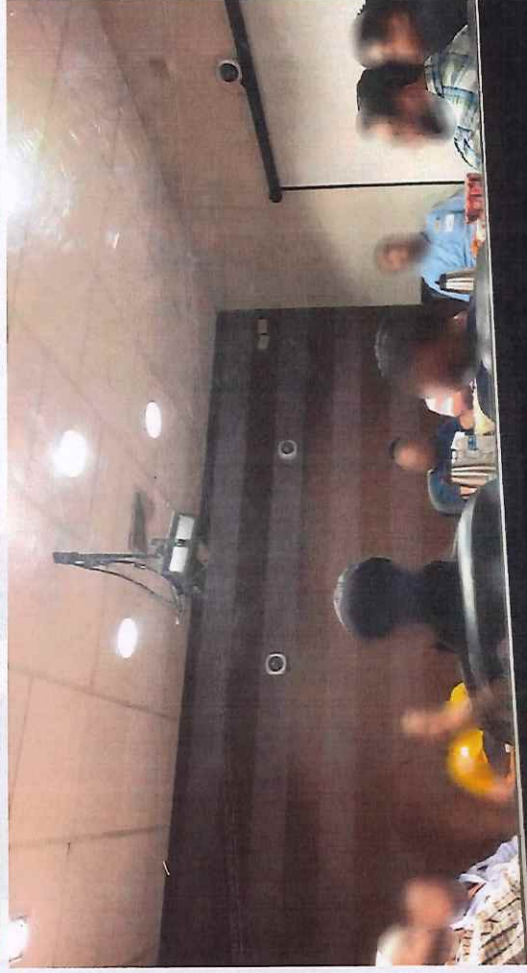
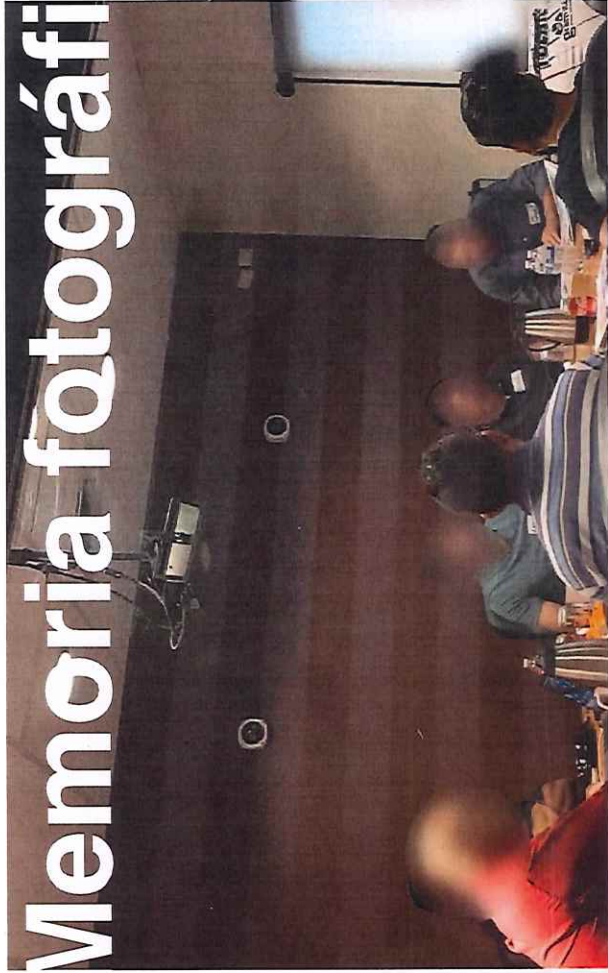
Memoria fotográfica

Memoria fotográfica



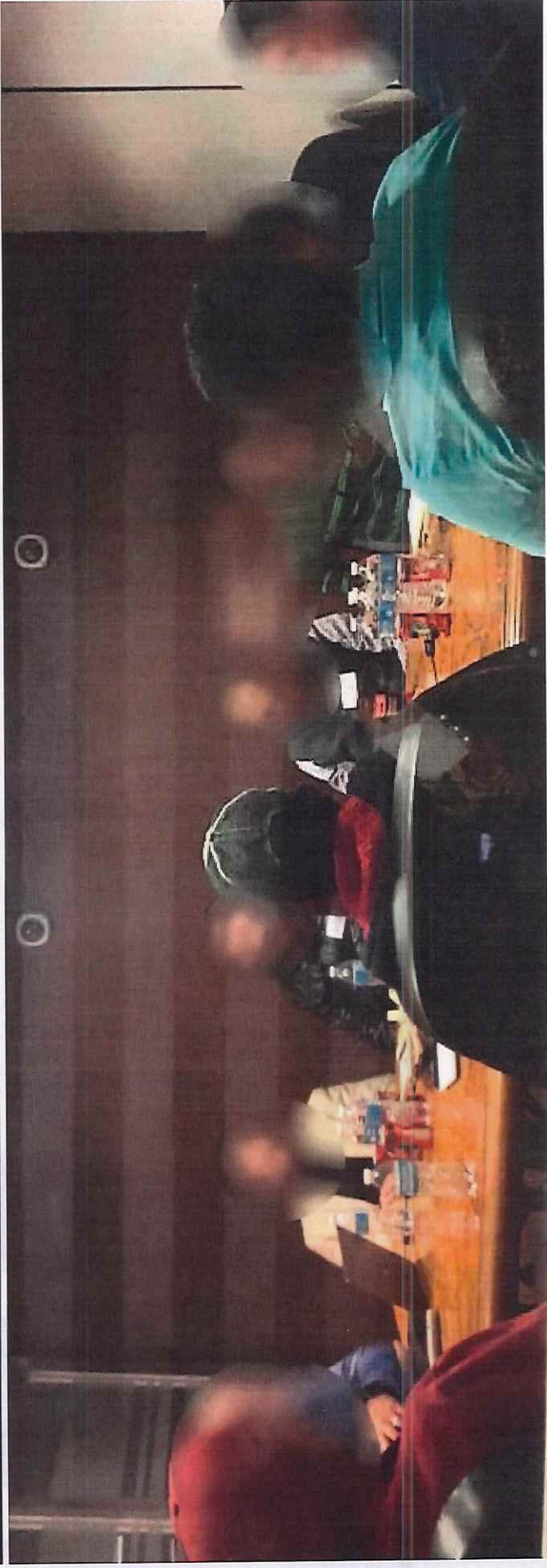
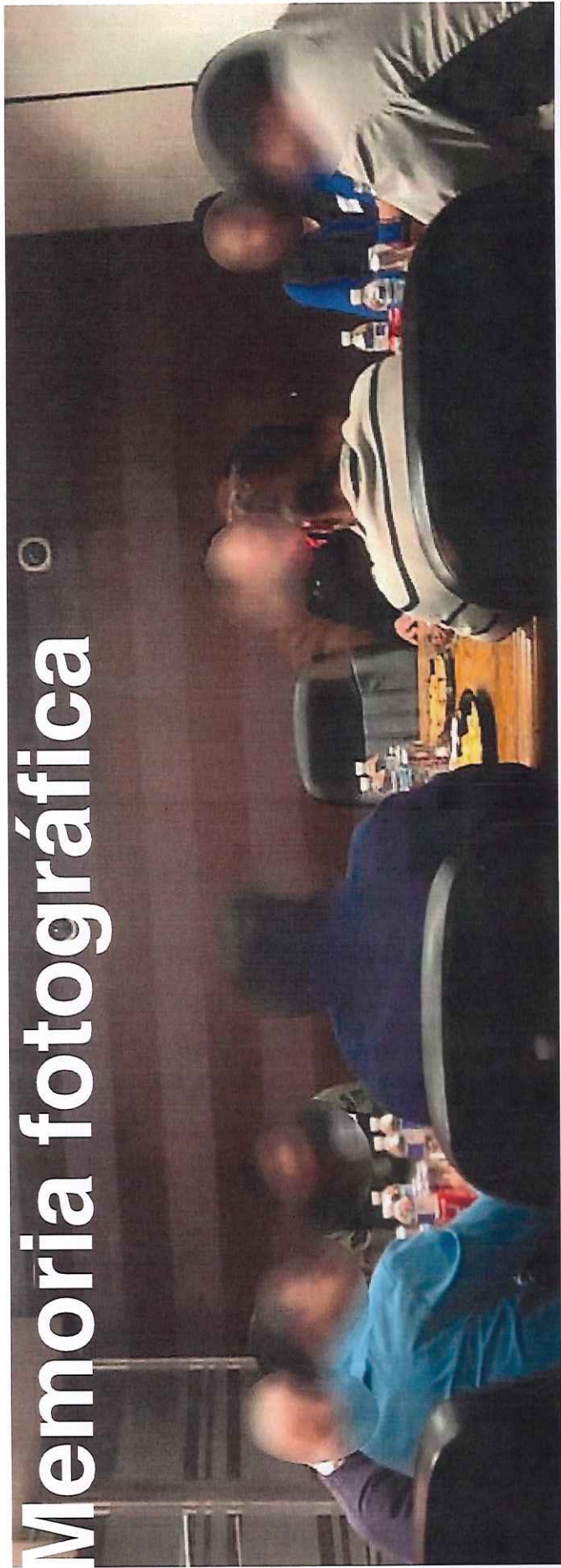
* Por la ley de protección de datos personales se protege la identidad de los participantes.

Memoria fotográfica

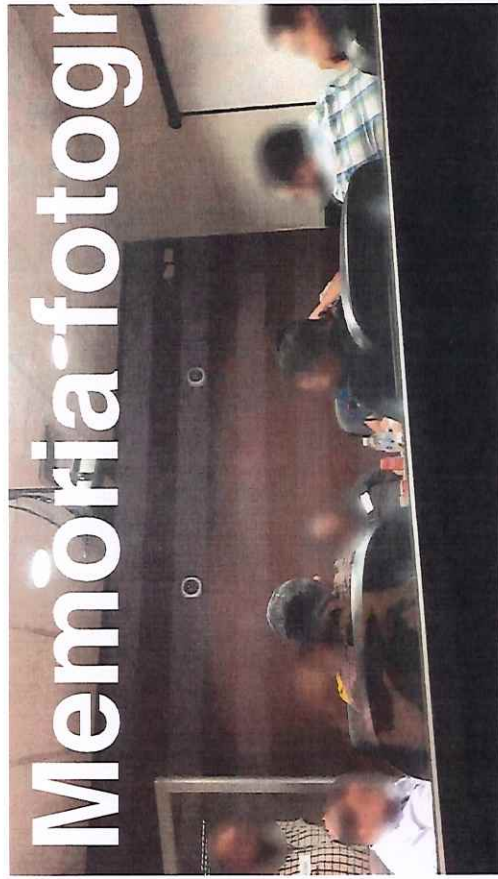


* Por la ley de protección de datos personales se protege la identidad de los participantes.

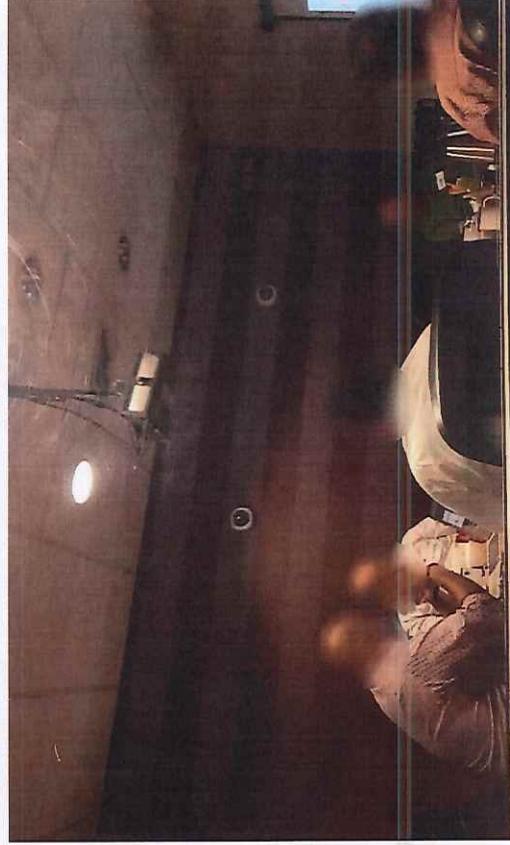
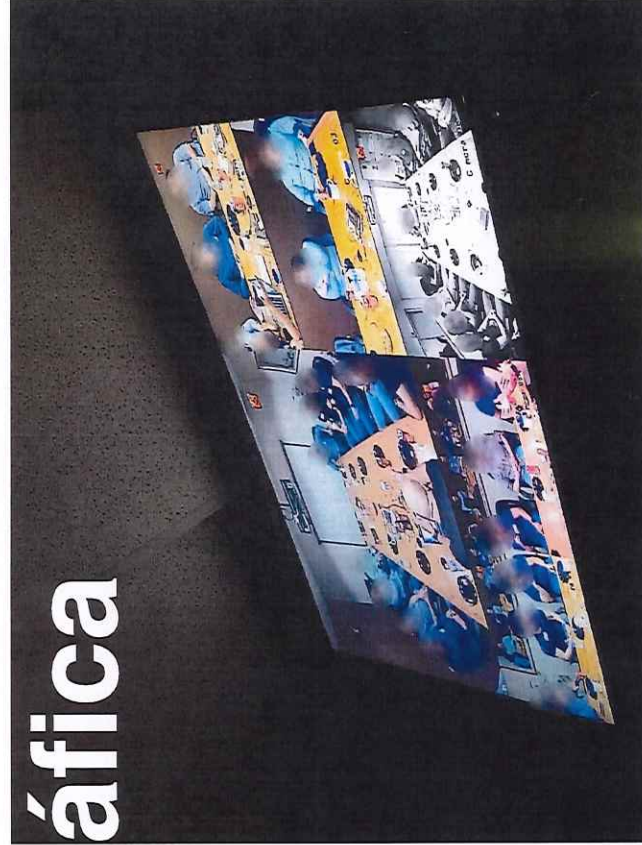
Memoria fotográfica



* Por la ley de protección de datos personales se protege la identidad de los participantes.



Memoria fotográfica



* Por la ley de protección de datos personales se protege la identidad de los participantes.

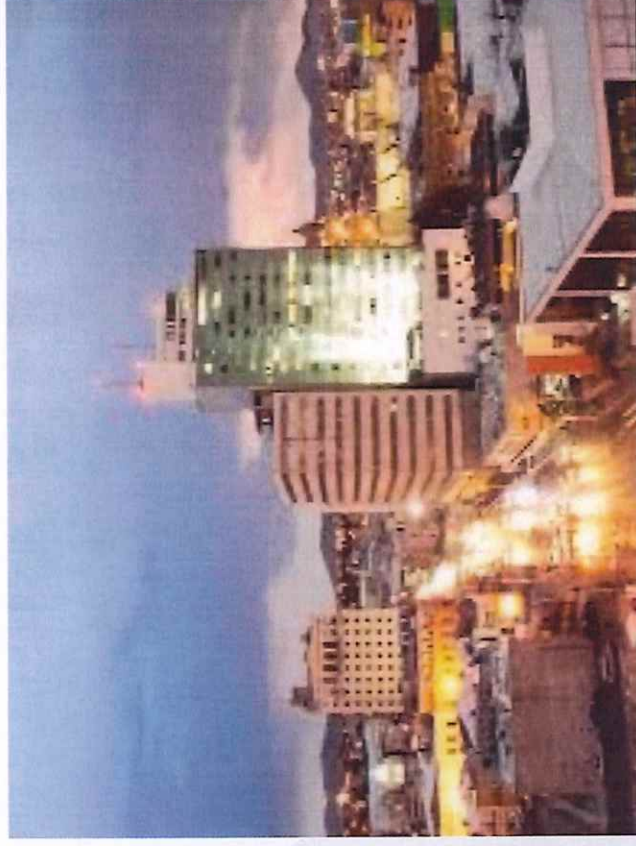
Percepciones de Chihuahua



En general todos los participantes de las sesiones consideran que la ciudad de Chihuahua es **bonita y limpia**, Se sienten orgullosos de vivir en Chihuahua, ven el crecimiento de la ciudad en los últimos años como algo muy positivo y digno de presumir. En general en todos los segmentos al preguntarles ¿Cómo es vivir en Chihuahua? se sienten muy satisfechos y coinciden en los mismos atributos.

Percepciones de Chihuahua

En los niveles de **medio y medio alto** comparan la ciudad de Chihuahua con ciudades más grandes y desarrolladas como Guadalajara, Monterrey o CDMX y perciben que tienen los **beneficios de vivir en una ciudad grande** en cuestión de **vialidades e infraestructura** sin embargo no comparten la **problemática vial** que tienen estas ciudades.



Los participantes de **nivel medio bajo** consideran que Chihuahua es una ciudad cara, pues la comparan con ciudades del mismo estado como Cuauhtémoc, Delicias o Parral. **Consideran que el nivel de vida en Chihuahua es bueno pero caro.**

La gente de Chihuahua es muy **sociable y familiar, en su mayoría aún conservan los valores de familias tradicionales** como el juntarse los fines de semana para hacer una carnita asada, la convivencia entre amigos y familiares se da de manera muy frecuente, es muy común que se junten en casas por gusto, no por que se sientan inseguros saliendo a algún lugar.

En general sienten que **hay muchas opciones para salir**, mencionan sobre todo el área del **Periférico de la Juventud** encuentran opciones para todos los gustos y presupuestos. De igual manera **se sienten muy orgullosos del centro de la ciudad**, les gusta pasear y cuando viene alguien de fuera lo llevan a conocer.

Percepciones de Chihuahua

La gente opina...

“Chihuahua tiene muchos
lugares turísticos”

“Los chihuahuenses son muy
clasistas, está muy marcada la clase
alta y la clase baja”

“En Chihuahua nos gusta la buena
comida”

“Sí dejo a mis hijos salir en la noche
pero siempre estoy alerta”

“Chihuahua es una excelente ciudad
para vivir, podemos disfrutar de
muchos espacios para convivir”

“Los chihuahuenses somos
amigables”

“Los chihuahuenses somos
solidarios”

“Pareciera que es muy grande pero
siempre terminas conociendo a
alguien”

“Cualquier pretexto es bueno
para hacer una carnita asada”

“Chihuahua no es una ciudad para
peatones no tenemos cultura vial”

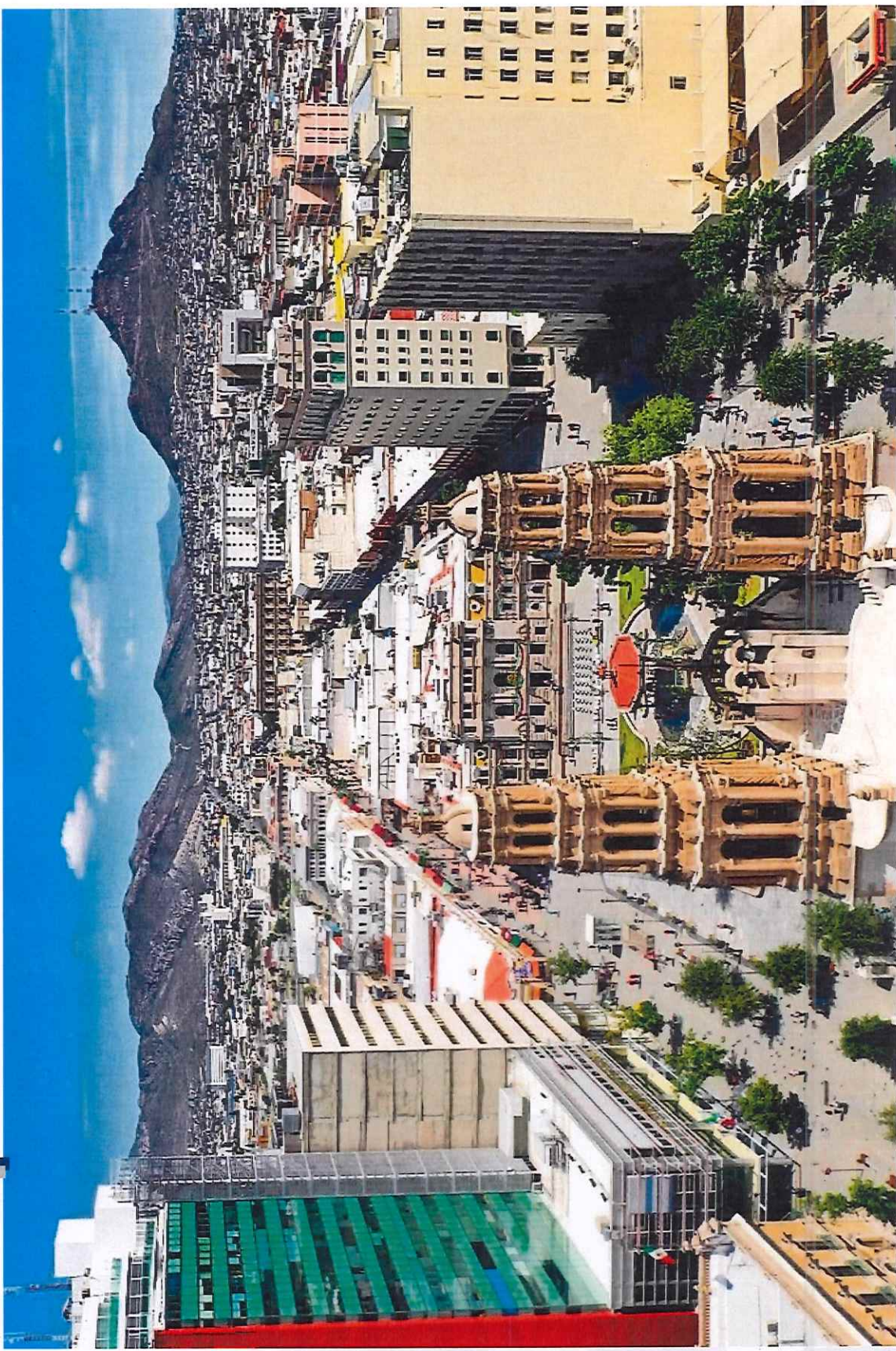
Percepciones de Chihuahua



Consideran que hay valores que se están perdiendo en la sociedad, **en la nuevas generaciones es difícil encontrar el valor del respeto**, mencionan como ejemplo en el transporte público ya no se cede el lugar a algún adulto mayor, los jóvenes han perdido la sensibilidad y el respeto por los mayores.

Consideran que **se ha descuidado la educación en casa**, hay madres que no se responsabilizan y quieren dejar la responsabilidad a las escuelas.

Percepción de Servicios Públicos



Percepción de Servicios Públicos

Seguridad Pública



Alumbrado



Recolección de basura



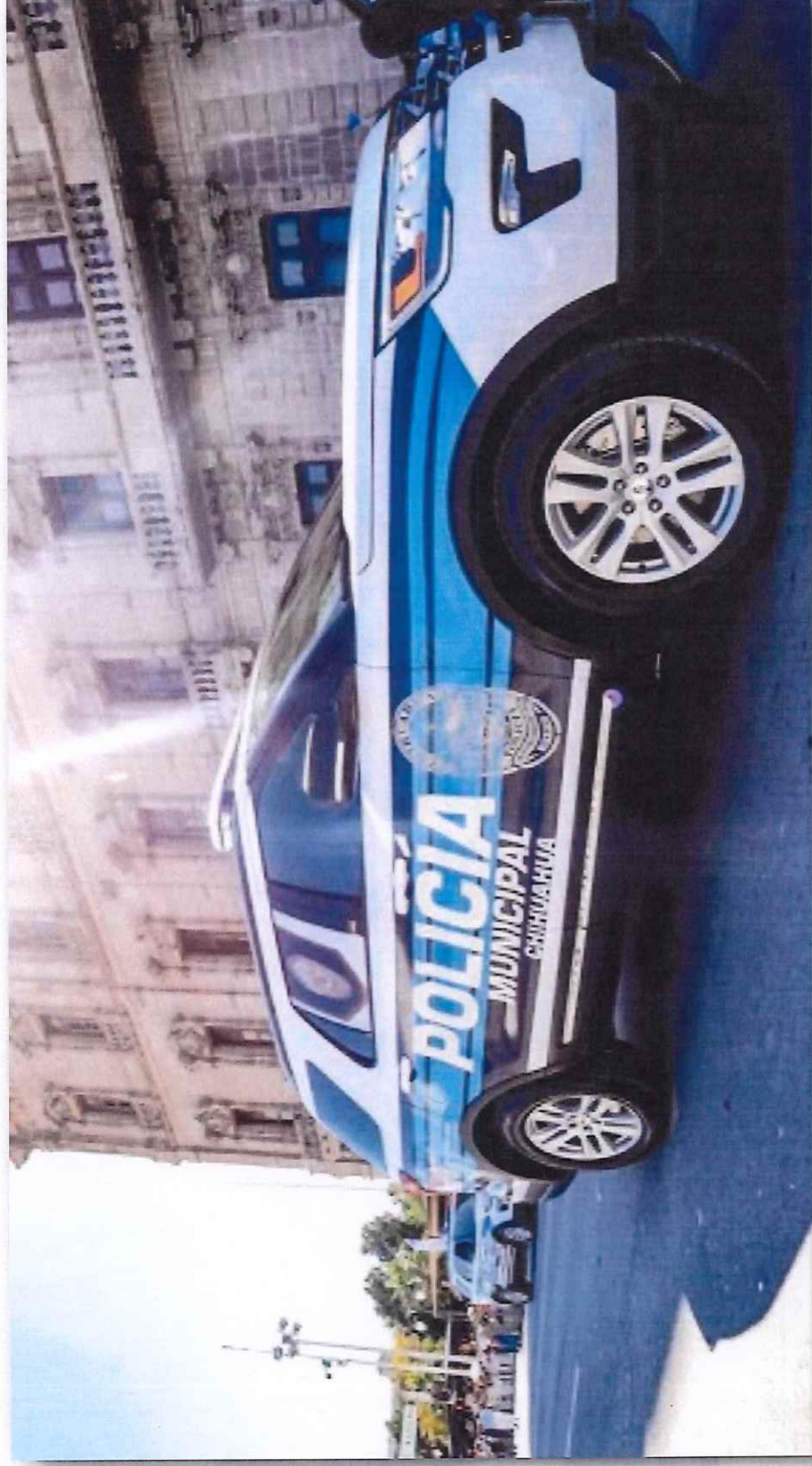
Mantenimiento de parques



Pavimentación



Percepción de Servicios Públicos



Seguridad Pública

SEGURIDAD PÚBLICA

Seguridad pública

Percepción de la policía

“Me gustaría que hubiera más vigilancia a veces los parques están descuidados por que no hay nadie que esté pendiente.”

“No deberían de abusar con los más jóvenes a veces se portan prepotentes en los retenes.”

“Necesitamos una policía honesta y capacitada”

“Me gustaría que estuvieran más capacitados, a veces sucede algún percance y llegan hasta después.”



En general la percepción es buena, sólo mencionaron en todos los segmentos que les gustaría que estuvieran **más capacitados y que tuvieran más presencia.**

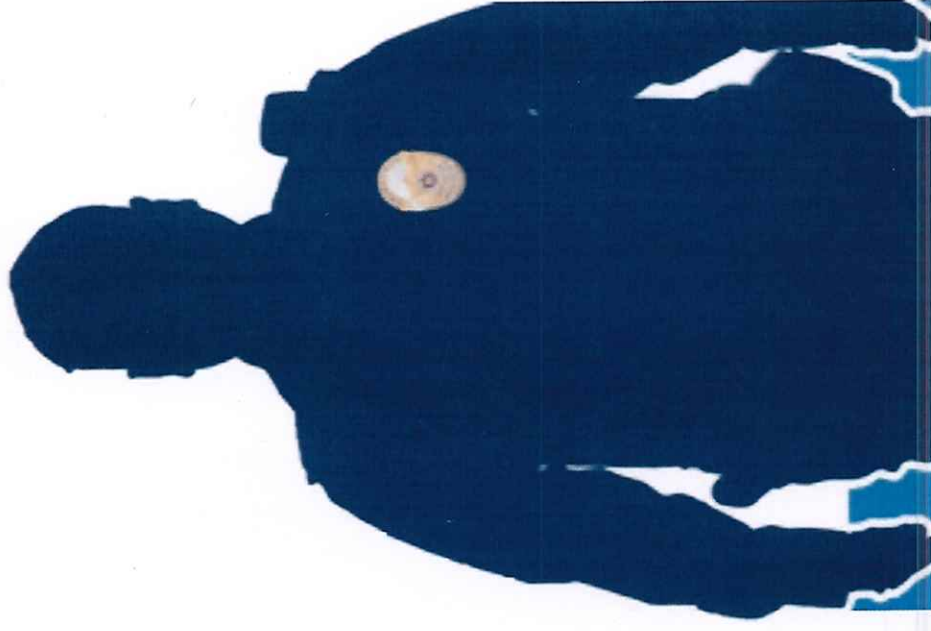
SEGURIDAD PÚBLICA

Seguridad pública

Para quienes tienen hijos el tema de la inseguridad es más sentido, pues temen más que por su seguridad por la de sus hijos. Pues los sienten vulnerables ***tanta información que encuentran en las redes sociales sobre desapariciones o atrocidades que cometen en contra de los niños los hace sentirse inseguros y en estado de alerta.***

Cabe destacar que no relacionan que todas esas situaciones sean propias del municipio pero el hecho de saber que pasan los hace sentir intranquilos.

Para los jóvenes el tema de la inseguridad no es algo que los preocupe, ellos mismos minimizan la situación pues hacen comentarios como “Si pasan cosas, pero no es tanto como se piensa”.



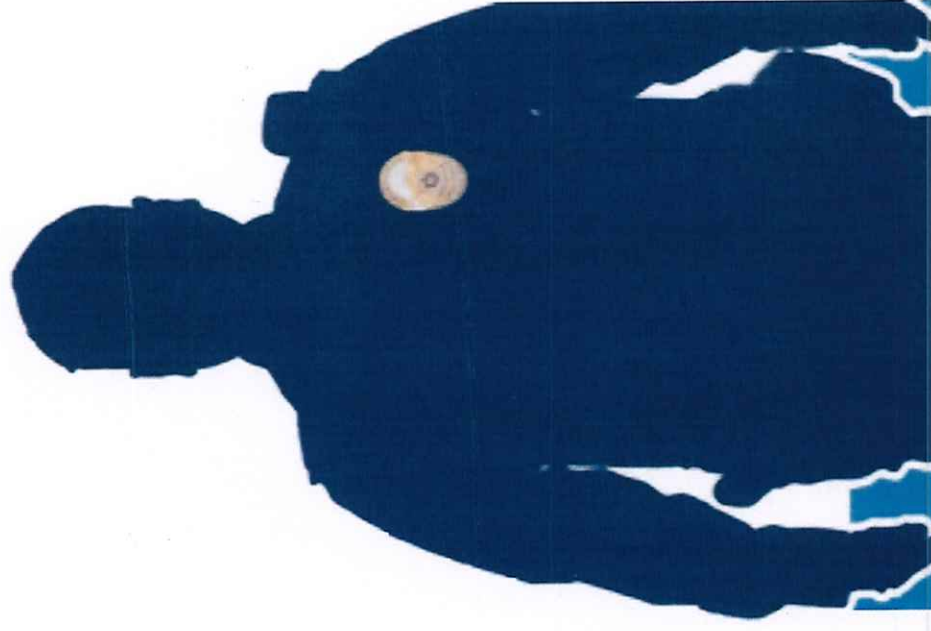
SEGURIDAD PÚBLICA

Algunas **madres de familia se sienten inseguras al andar con sus hijos solos**, sienten que están en un estado de alerta constantemente.

Mencionaron que **les gustaría ver más presencia de la policía** pues en ocasiones el sólo hecho de verlos ahuyenta a los malhechores.

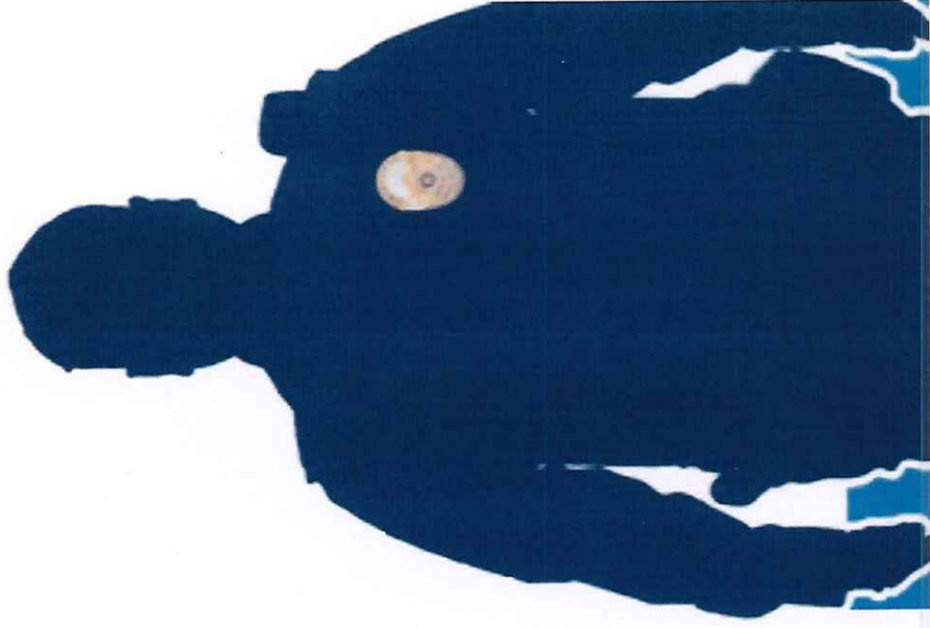
En el nivel medio alto mencionaron que **deberían de subirle el sueldo a los policías** (no saben en realidad cuánto ganan) ya que consideran que eso es lo que los puede corromper.

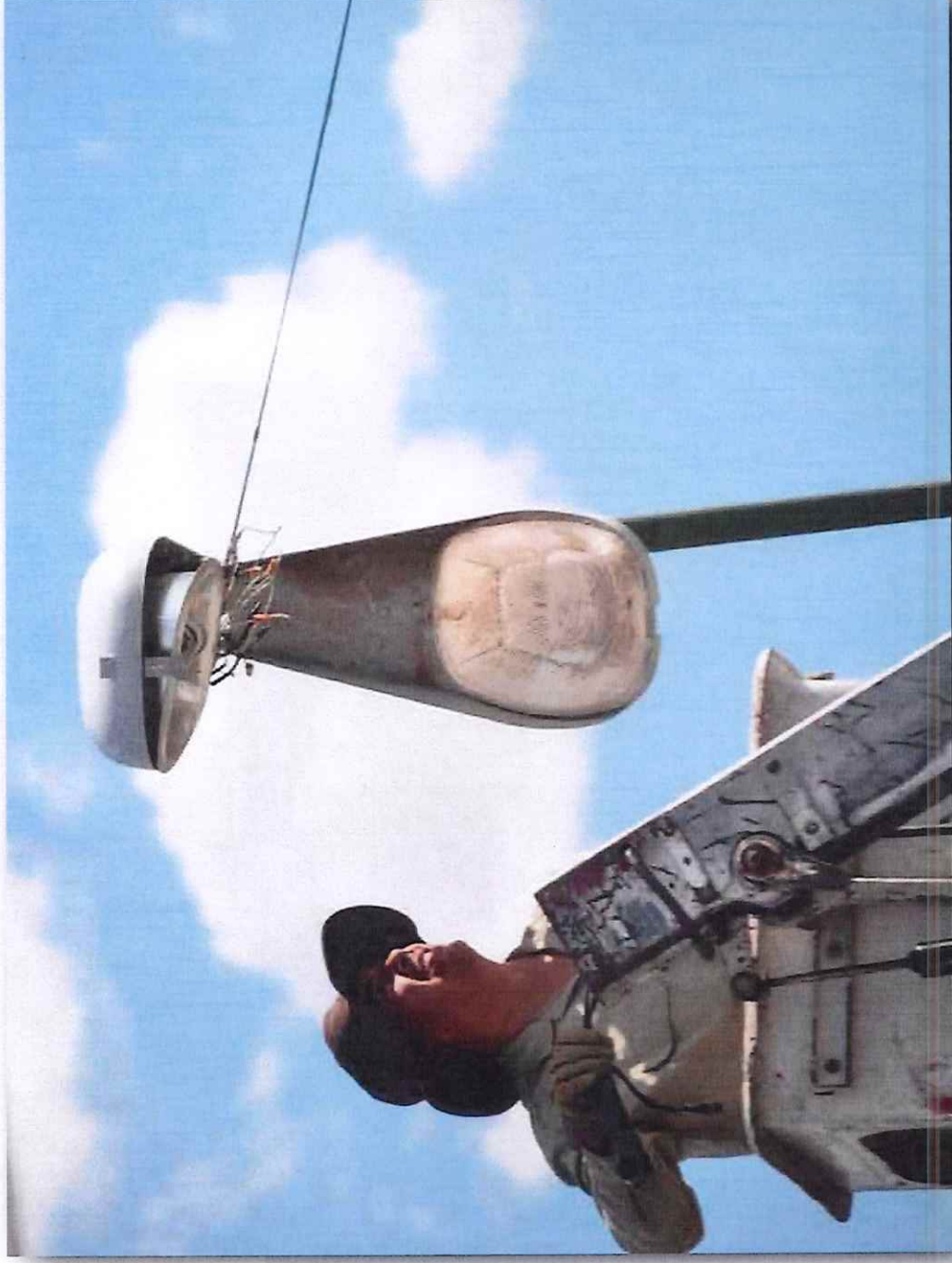
Algunos participantes perciben que los agentes de vialidad son responsabilidad del municipio.



SEGURIDAD **Seguridad pública**

Tienen la percepción de que la inseguridad no es tan fuerte o sentida como en el año 2007 o 2008, se sienten más seguros en su ciudad que en otros lugares de la República. Mencionan **robos menores en colonias**, en algunos casos son experiencias propias (cerca del 10% de los casos mencionados) y en otros son anécdotas ajenas. En los niveles medio bajo y bajo **se quejaron de los retenes** pues aseguran que son muy prepotentes y que las multas están muy caras.

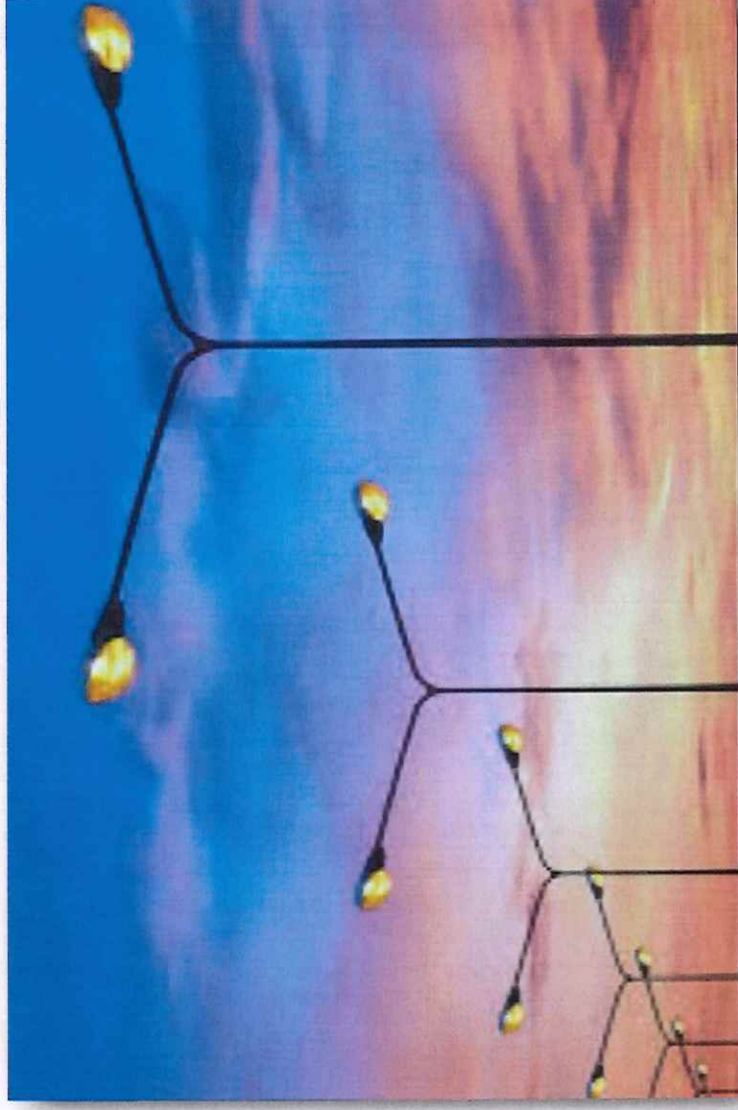




Alumbrado

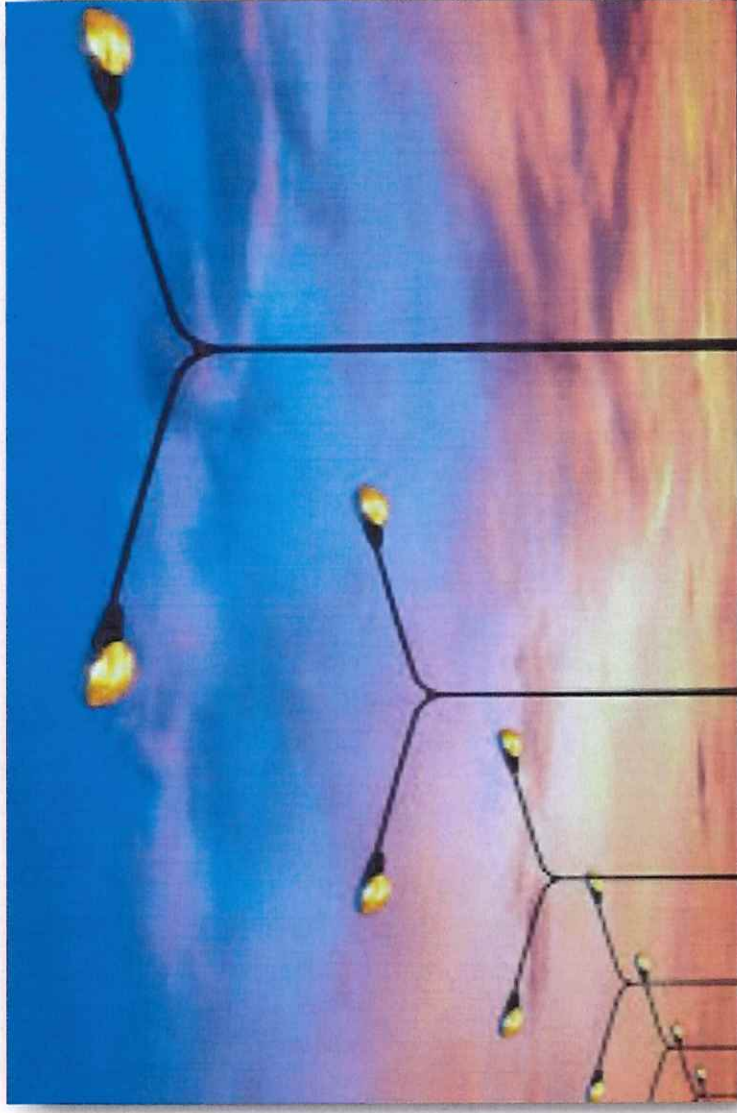
En **algunas zonas es calificado como deficiente**, las luminarias fallan sobre todo cuando hay viento. El Periférico de la Juventud está muy bien iluminado pero **hay zonas que no tienen la misma calidad de iluminación**, a veces los hijos tienen que salir de noche para agarrar el camión temprano y es inseguro.

Consideran que **no todas las colonias reciben el mismo trato en cuanto a rapidez de atención**, tienen la percepción que hay colonias que atienden más rápido (alguna queja de falla) que otras.



¿Cómo se sienten en sus colonias?

Se invitaron **personas de diferentes puntos de la ciudad** con la finalidad de lograr una percepción general. Al hacerles esta pregunta haciendo referencia a la inseguridad mencionaban que **está oscuro y que no les daba confianza salir a la tienda. Falta iluminación en parques tanto públicos como privados (fraccionamientos).**

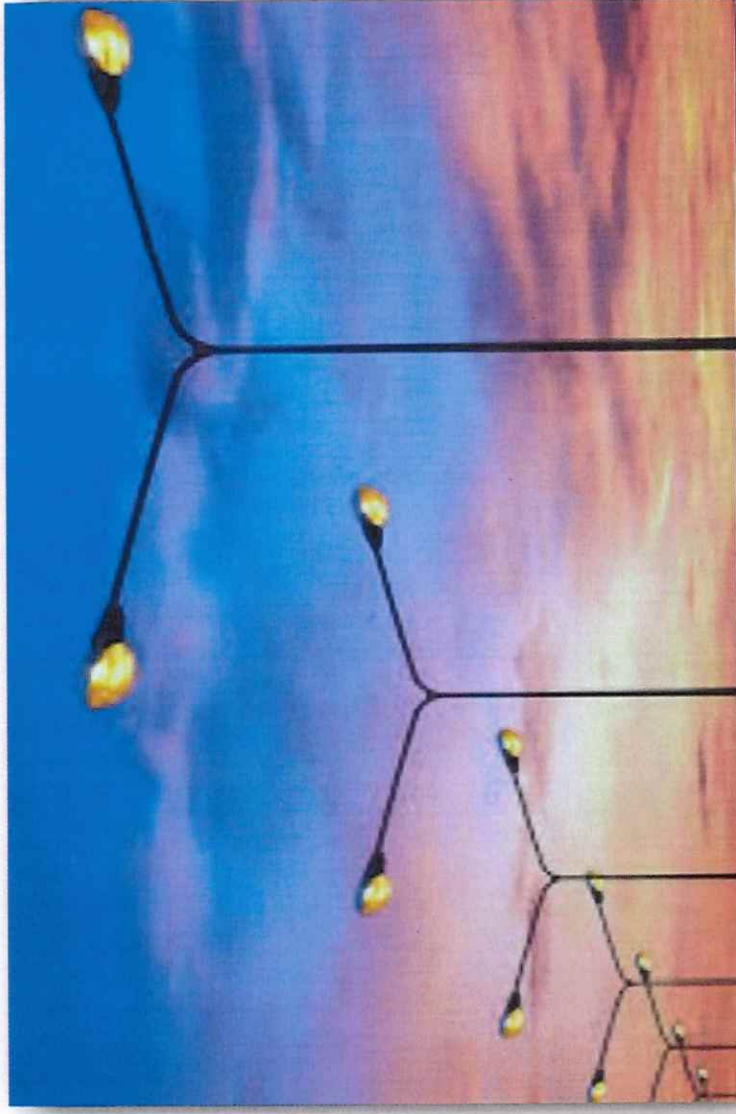


Este **sentimiento fue generalizado en los diferentes segmentos**, ya que los participantes del **segmento medio alto mencionaron que en la zona de la Cantera** al dejar a sus hijos salir con sus amigos de un fraccionamiento a otro se sentían intranquilos pues esa zona tiene **muy mala iluminación** (Av. Tomás Valles). Los participantes de los **niveles medio bajo y bajo** se sentían igualmente intranquilos al mencionar que había zonas de sus colonias mal iluminadas y que **el trayecto de sus hijos a casa no contaba con buena iluminación lo cuál los hacía sentir vulnerables.**

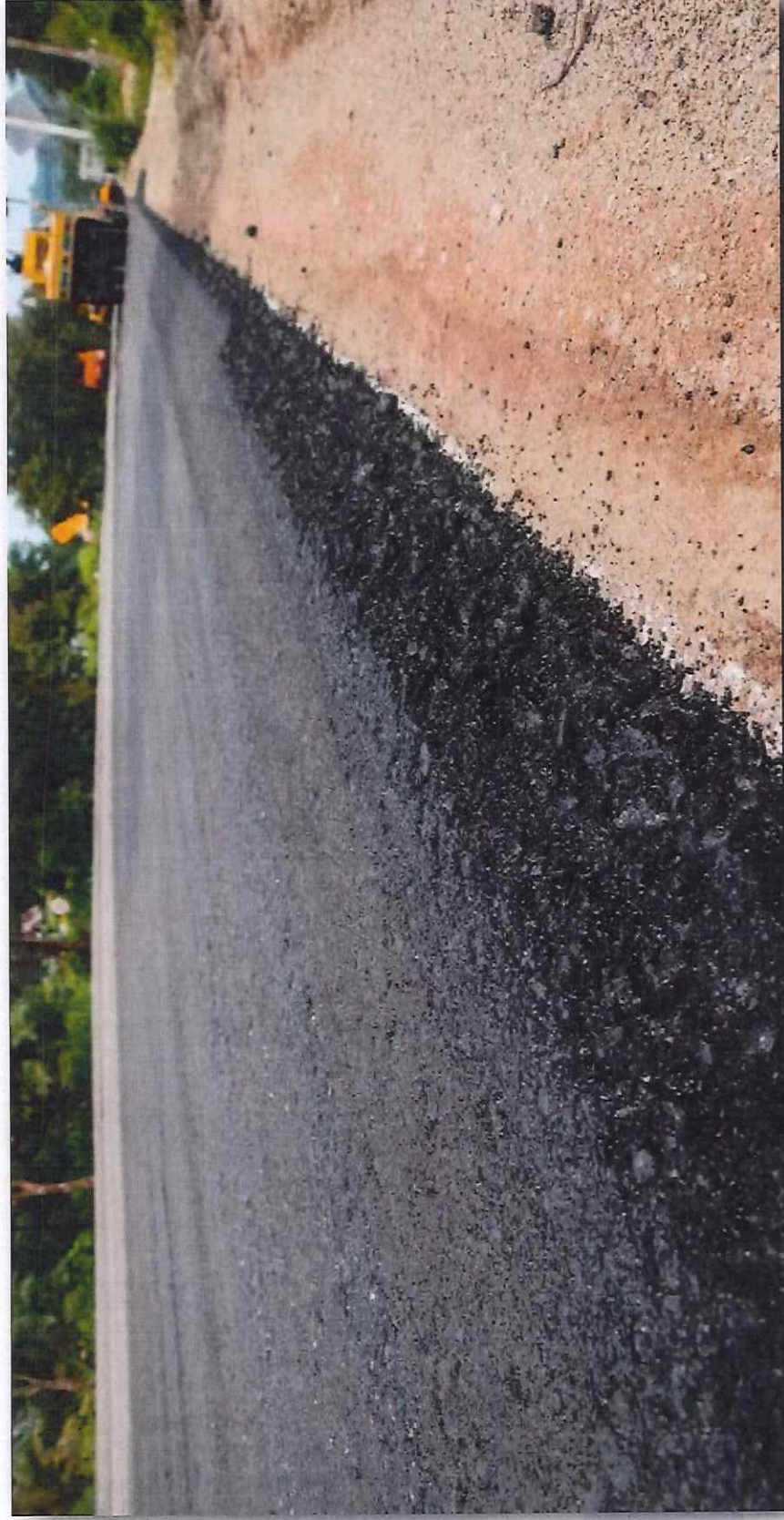
ALUMBRADO

El día para los niños se termina más temprano pues se acaba la luz del día y **no en todas las colonias hay buena iluminación**, sobre todo en parques, incluso dentro de los fraccionamientos. Mencionaron que los jóvenes aprovechan esto para ponerse a tomar en donde no hay suficiente iluminación.

En varias sesiones mencionaron que **no tienen la programación correcta en las luminarias**, pues en ocasiones están prendidas de día y apagadas de noche.



Percepción de Servicios Públicos



Pavimentación

PAVIMENTACIÓN

El pavimento es de mala calidad lo reparan y se vuelve a hacer el bache al poco tiempo, a veces arreglan una calle y ***llegan los de JMAS y la estropean.***

Hay mucha confusión entre el trabajo de la JMAS y se piensa que pertenece al municipio por lo que los errores se le atribuyen a la administración.



PAVIMENTACIÓN

pavimentación

Considera que **hay casos de baches que no sólo se deberían de reparar si no que se debería de re pavimentar.**

Tienen la percepción de tener un **problema severo de bacheo** ya que hay en diferentes lugares de la ciudad.

“En temporada de lluvia todo se empeora”. “Los autos se maltratan con tanto bache”.



PAVIMENTACIÓN Pavimentación

“Hay colonias que no tienen pavimentación, deberían de tener un buen programa de bacheo y de pavimentación en zonas que hace falta.”

“En mi colonia no tenemos problema, pero me ha tocado en varios trayectos que recorre encontrarme con muchos baches”.

“Desde siempre se ha dado este problema de los baches en Chihuahua, uso de materiales de mala calidad y trabajo mal elaborado hacen que no duren las reparaciones que hacen.”



Percepción de Servicios Públicos



Mantenimiento de parques y jardines

Parques y jardines

Consideran que **deberían de planear mejor los espacios** y pensar en el uso que se le da. Mencionan que ponen bancas sin sombra, los juegos para los niños están muy calientes incluso en la tarde que es cuando los usan.

Hay algunos parques a los que **no les dan mantenimiento tan seguido**, los jueguitos se rompieron y no los cambiaron, la maleza crece muy rápido en temporada de lluvia y se vuelve peligroso para los niños.



Parques y jardines

En algunas colonias los parques si están en buenas condiciones, sólo les falta un mejor alumbrado y tener más vigilancia por parte de la policía para que sean más seguros, pues no se sienten con total confianza para llevar a sus hijos.

Comentaron que hay ocasiones en que la misma gente no cuida, pues llegan los adolescentes y se suben a los jueguitos hasta que los rompen. Están consientes que es cuestión de educación.



Percepción de Servicios Públicos



Recolección de basura

MANTENIMIENTO Recolección de basura

Este servicio está muy bien evaluado, consideran que la mayor parte de las veces el servicio es puntual y que la ciudad se ve muy limpia.

Comparan con otras ciudades en donde ven la basura acumularse porque el servicio que tienen no da abasto.



MANTENIMIENTO Recolección de basura

En la mayoría de las colonias el servicio es muy puntual y la gente que trabaja es respetuosa.

“Yo siempre les doy propina porque son muy amables”

“El servicio es muy bueno”

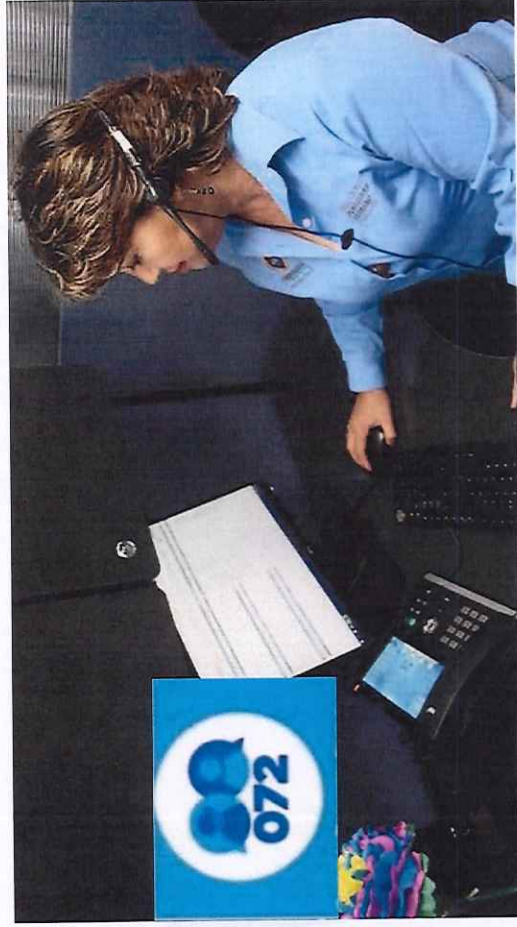
“Si por alguna razón no hay servicio lo anuncian con tiempo en radio y periódico”

“En una ocasión llame para quejarme porque no pasó y llegaron el mismo día como a las 6 de la tarde pero sí llegaron”.



Acercamiento

Centro de Atención ciudadana



¿En dónde se quejan?

Muy pocos se han quejado a través del 072, pues aunque saben que existe lo consideran **una pérdida de tiempo**. Quienes lo han hecho comentaron que si le dieron seguimiento a su queja. La **aplicación** podríamos decir que es conocida aproximadamente por el 30% de los participantes es decir **3 de cada 10 la conoce y la tiene de ellos al menos 1 ha hecho uso de ella**.

App Marca el cambio



Obra pública

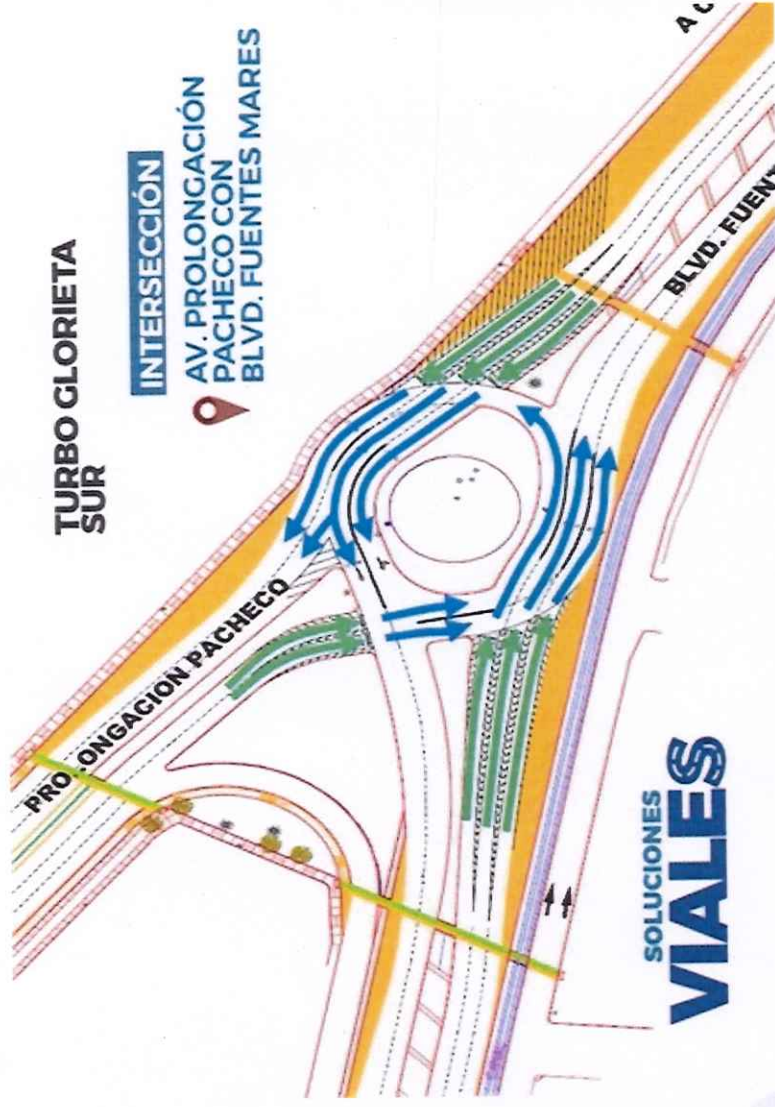


Obra pública

“No tienen ni pies ni cabeza, que las quiten.”

“Nunca las he utilizado, pero supongo que por algo las pusieron.”

“Ya ha habido varios accidentes por que no sabemos como utilizarlas.”



Algunos participantes mencionaron la **falta de costumbre** pues **sí podrían ser funcionales** aunque **se perciban como molestas e innecesarias**. Consideran que no había necesidad de hacerlas pues **hay prioridad en otros proyectos**.