

ANEXOS

CAPÍTULO A.1

PARTICIPACIÓN CIUDADANA



ÍNDICE

A.1. PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....	143
1.1. ANTECEDENTES.....	143
1.2. OBJETIVO.....	143
1.3. METODOLOGÍA.....	143
1.3.1. PRESENTACIONES.....	143
1.3.2. MESAS O <i>FOCUS GROUPS</i>	143
1.3.3. PRESENCIA ONLINE.....	145
1.3.4. ENCUESTAS.....	146
1.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	147
1.4.1. MENSAJE.....	147
1.4.2. ESLOGAN.....	147
1.4.3. LOGOTIPO.....	147
1.5. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	148
1.5.1. PRESENTACIONES.....	148
1.5.2. MESAS O <i>FOCUS GROUPS</i>	148
1.5.3. PRESENCIA ONLINE.....	148
1.5.4. ENCUESTAS.....	148
1.5.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	148
1.5.6. OTRAS COMUNICACIONES.....	148
1.6. RESULTADO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....	149
1.6.1. PRESENTACIONES.....	149
1.6.2. MESAS O <i>FOCUS GROUPS</i>	150
1.6.3. PRESENCIA ONLINE.....	152
1.6.4. ENCUESTAS.....	154
1.6.5. sugerencias.....	156

A.1. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1.1. ANTECEDENTES

El artículo 11 de la Ley Reguladora del Derecho a la Vivienda ordena que en la elaboración de los Planes se fomente la participación de los agentes económicos y sociales más representativos de la Comunidad Autónoma de Andalucía y la colaboración con las asociaciones profesionales, vecinales, de los consumidores y de demandantes de vivienda protegida.

El objeto del plan de participación ciudadana es fomentar técnicas de participación ciudadana en el ámbito de las decisiones en materia de vivienda y rehabilitación con el propósito de que:

- los ciudadanos las hagan suyas e identifiquen como propias las propuestas del Plan
- el Plan atienda las problemáticas esenciales para la población
- los ciudadanos se comprometan a colaborar en su desarrollo.

1.2. OBJETIVO

El objetivo del presente Plan de Participación Ciudadana y Comunicación es conseguir la difusión y participación de todos los agentes relevantes e implicados, así como de la ciudadanía en general en todo el proceso de redacción del Plan Municipal de Vivienda y Suelo de Cabra, y en concreto:

1. Dar a conocer qué es el PMVS y el desarrollo del mismo
2. Fomentar la participación y difundir los medios de hacerlo
3. Recabar información de la ciudadanía
4. Difundir los resultados de la información y diagnóstico
5. Recabar sugerencias de la ciudadanía
6. Difundir las propuestas del Plan
7. Cumplir con los requisitos legales de publicidad

Para ello se ha diseñado una metodología específica y se ha programado su desarrollo.

1.3. METODOLOGÍA

Se desarrollará en tres fases:

1. La fase previa a la redacción del Plan. Información y primera aproximación diagnóstica relacionada con el parque de viviendas del municipio, con el análisis socio-demográfico y análisis de la demanda de vivienda.
2. La fase de definición de objetivos y estrategias y en la elaboración del programa de actuación.
3. La fase de gestión, seguimiento y evaluación del PMVS.

Se procederá a la identificación de los problemas y necesidades y a la elección de las soluciones a llevar a cabo con los sujetos o actores sociales destinatarios de estas. Desde el inicio, se transmitirá a la ciudadanía las intenciones municipales respecto al PMVS a través de las vías de difusión más adecuadas y un lenguaje accesible, para dotar de mayor eficacia operativa a los espacios de participación.

Se fomentará la inscripción de las personas necesitadas de vivienda en el Registro Público Municipal de Demandantes de Vivienda Protegida, como una de las vías para expresar a la Administración dichas necesidades respecto a la vivienda.

El proceso de información, comunicación y participación ha de procurar la generación de canales de información en ambos sentidos: del ayuntamiento a la ciudadanía y de la ciudadanía al ayuntamiento, para que los ciudadanos sientan reconocidas sus demandas. En este proceso es tan importante el consenso en lo acordado, como la identificación de las verdaderas necesidades de vivienda y los conflictos que subyacen detrás de cada situación, sin excluir por tanto actores, temas o soluciones.

El periodo de exposición pública, previo a la aprobación del Plan, es el momento de matizar con la opinión de la ciudadanía las propuestas presentadas por las personas implicadas en la formulación del mismo, ampliando la participación con grupos cualificados en temas específicos para la definición de las propuestas definitivas. Este proceso conlleva el diseño de herramientas adecuadas, que se especifican a continuación.

1.3.1. PRESENTACIONES

Tendrán como función transmitir el objeto del Plan, su estructura y desarrollo, así como animar a la participación. En las mismas se ofrecerá unirse a un listado de interesados para las comunicaciones, así como al perfil específico de redes sociales.

Las presentaciones se llevarán a cabo en grupos de distinto interés y número. Se proponen las siguientes:

- Mesa de Seguimiento y Coordinación
- Mesa de la Vivienda y Corporación Municipal
- Pública

Se utilizarán medios audiovisuales para dar apoyo a la explicación. Dicha presentación será elaborada por el equipo redactor y apoyada por representantes políticos. Las convocatorias serán realizadas por el área de comunicación del ayuntamiento.

1.3.2. MESAS O FOCUS GROUPS

El Focus Group (grupo focal) es una técnica que centra su atención en la pluralidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas, y es definida como una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas.

Es una técnica cualitativa que pretende aprehender los significados que los sujetos comparten y que se expresan mediante el lenguaje. Tiene una finalidad práctica que busca recopilar la mayor cantidad de información posible sobre un tema definido. Además, mencionan que se estimula la creatividad de los participantes y se crea un sentimiento de coparticipación por parte de los entrevistados. Por medio de esta técnica los entrevistados hablan en su propio lenguaje, desde su propia estructura y empleando sus propios conceptos, y son animados para seguir sus prioridades en términos propios.

A continuación se señalan los pasos principales para aplicar la técnica del Focus Group:

1. Plantear o definir los objetivos de la investigación
La persona que aplicará en el grupo focal debe tener presente el propósito de la investigación, para lo cual deberá hacer una serie de reflexiones sobre el tema desde el examen, la exploración y la comprensión del asunto.
2. Realizar y planificar las preguntas sobre el tema de investigación
Se debe preparar un guión con preguntas abiertas de tipo general y también específico para que el entrevistado pueda responder ya sea de modo general o profundamente, y obtener la información necesaria para nuestra investigación. Las preguntas deben formularse en una secuencia lógica con el fin de guardar concordancia con los objetivos de nuestra investigación.

3. Seleccionar la audiencia y establecer el número de participantes
La selección de los integrantes del grupo focal no es una tarea simple, pues implica que se elijan personas adecuadas; es decir, deben ser individuos que poseen ciertas características, ya que ellos aportarán la información requerida. Las experiencias y visiones de cada individuo son imprescindibles y de ellas dependerá la comprensión del problema. Los resultados de nuestra investigación dependerán de nuestras fuentes de información que en este caso son los entrevistados.
4. Establecer el número de personas que integrará el grupo focal
El número de integrantes debe ser limitado a entre 4 y 12 personas. Un mayor número puede entorpecer el grupo focal.
5. Seleccionar al moderador y al ayudante u observador
El moderador debe mantener un perfil bajo y evitar realizar comentarios personales para no interferir o inhibir las respuestas de los entrevistados; su función es dirigir las preguntas, para lo cual debe ser un buen comunicador. Una característica muy importante del moderador es la de ser amistoso con el fin de lograr que los entrevistados se entusiasmen, se relajen y respondan de manera adecuada las preguntas. Se recomienda que el moderador tenga cierta experiencia en dinámica de grupos grandes o con pequeños grupos de interacción.
También es necesario elegir un ayudante u observador del Focus Group, quien tendrá la misión de tomar nota de las respuestas de los entrevistados. El ayudante del moderador debe ubicarse en un lugar poco visible para no molestar a los participantes y no debe intervenir en la sesión. Es importante que tanto el moderador como el ayudante no hagan gesticulaciones que puedan interferir en las respuestas de los entrevistados.
6. Seleccionar el lugar
La elección del lugar también es importante: debe ser un espacio alejado de ruidos para que los integrantes no pierdan la concentración y entiendan las preguntas que realiza el moderador. El lugar debe ser conocido por los integrantes y estar equipado con el mobiliario adecuado.
7. Realizar una breve introducción sobre el tema a discutir
Al iniciar la sesión de entrevista será imprescindible que el moderador realice una breve introducción sobre el tema que se va a discutir, por lo que será importante que mencione los objetivos del estudio. Esta breve charla sobre el tema a discutir motivará a los participantes a la reflexión y a que expresen sus respuestas.
8. Escuchar a los entrevistados
El moderador no debe hacer ninguna objeción ni censura a las respuestas de los entrevistados porque esto disminuiría la fluidez de sus comentarios. Debe también ser imparcial y escuchar a todos los entrevistados por igual; de las respuestas de sus entrevistados depende todo el estudio.
9. Tomar notas
El ayudante u observador del grupo focal debe estar capacitado para observar todos los gestos de los integrantes con el fin de registrar estas impresiones y anotar todas las respuestas de los participantes. Se recomienda la utilización de equipos de grabación sonora y/o filmadoras para registrar la sesión. Es importante que el ayudante también tome notas después que el moderador haya concluido la sesión.
10. Concluir la sesión
Una vez terminada la serie de preguntas el moderador concluirá la sesión y agradecerá la participación y asistencia de los integrantes, señalándoles la importancia de sus valiosos comentarios y respuestas.
11. Analizar los resultados
El análisis del material debe ser muy especializado. El investigador hará una revisión exhaustiva de toda la sesión desde su inicio hasta su finalización.
12. Realización del Informe Final
Una vez analizados los resultados es necesario realizar un reporte final sobre el caso. Se recomienda que éste sea elaborado en forma inmediata para no olvidar ningún detalle. El reporte deberá registrar cómo se llevó a

cabo la investigación, quiénes fueron los participantes, y cuáles fueron los resultados, las conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

13. Compartir los resultados: retroalimentar a los participantes
El último paso, será comunicarles los resultados de la investigación a los participantes. Compartir las conclusiones con ellos afianzará estos contactos y quizá permita o ayude a realizar otros grupos.

Las mesas propuestas, se basa en delimitar los grupos de interés y asociarlos de acuerdo a intereses o conocimientos compartidos. A continuación se indican los grupos y la composición de las 2 mesas de trabajo. El número de integrantes de cada mesa es de 12.

GRUPO	MESA
Mesa de la Vivienda	MESA 1 - TÉCNICA
Consejo Local de Participación Ciudadana	
Demandantes de vivienda protegida	
Entidades financieras	
Inmobiliarias	
Promotores	MESA 2 - CIUDADANA
Plataforma de desahucios	
Asociaciones discapacitados	
Asociaciones de ayuda a necesitados	
Asociaciones en general	

Se han configurado las mesas mediante invitación abierta en las sesiones de presentación. Así mismo la invitación se ha hecho extensible en nota de prensa difundida entre la ciudadanía. Por último, se han cursado invitaciones a personas relevantes en su representatividad, así como en su implicación social.

Se han programado cuatro sesiones por mesa con la siguiente metodología:

1. Primera sesión: DESCUBRIR LA REALIDAD

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido información de la presentación del PMVS consistente.

Lugar: el lugar escogido para la reunión es un aula de la Casa de la Juventud, con disposición de sillas de trabajo con brazo tipo pala en forma de U, direccionada hacia panel de exposición.

Presentación: el moderador ha realizado una introducción y ha propiciado el debate. Está asistido por un recopilador, que no ha intervenido en el debate. Los asistentes se han presentado indicando su nombre, representación, en su caso, estudios y profesión.

Aportación: se dispone de un panel con los campos "fortalezas", "debilidades", "oportunidades" y "amenazas". Se facilita a cada participante "posits" en los que escribir tres de cada una de ellas. Se establece un orden de escritura y exposición con 5 minutos para escritura personal y 20 minutos para exposición.

Discusión: se crea un esquema de árbol para situar las cuestiones troncales y aquellas especializadas, invitando a descubrir la raíz de cada una de ellas.

Recopilación: se realizará una recopilación en audio y fotográfica de la sesión y se hará un resumen de la misma.

2. Segunda sesión: CONTRASTAR LA REALIDAD

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido la matriz DAFO originada en la reunión anterior.

Presentación: el moderador presenta algunos de los datos relevantes obtenidos en la fase de información, así como las matrices DAFO del resto de mesas.

Aportación: se les solicita redefinir las cuestiones troncales introduciendo cambios.

Discusión: se procederá a votar la prioridad para convertirla en objetivos del Plan.

3. Tercera sesión: DEFINIR ESTRATEGIAS

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido la matriz DAFO modificada y los objetivos priorizados en la reunión anterior.

Presentación: el moderador presenta los objetivos marcados en las otras mesas. También se dan a conocer las sugerencias presentadas en el periodo de exposición pública.

Aportación-discusión: referenciar las sugerencias a cada objetivo. Establecer las estrategias de cada conjunto formado. Establecer el indicador adecuado a cada estrategia.

4. Cuarta sesión: DEFINICIÓN DE ACCIONES

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido la matriz DAFO modificada y los objetivos priorizados y las estrategias marcadas en la reunión anterior.

Presentación: el moderador hace una introducción sobre las distintas competencias en materia de vivienda.

Aportación-discusión: se definen las acciones de cada estrategia, colocando cada una en la administración que debe ejecutarla. En caso de que no sea el ayuntamiento, se indicarán las acciones que debería llevar a cabo para facilitar la ejecución por la administración competente. Se establecerá un rango de compromiso presupuestario necesario para llevarla a cabo y en base a ello se determinará su viabilidad.

1.3.3. PRESENCIA ONLINE

La presencia online es una de las mejores formas de asegurar un fácil acceso a la información y propiciar formas de participación. No obstante la simple presencia no es suficiente, sino que la misma debe ser correctamente comunicada, ya sea de forma noticiada o publicitada.

La presencia online se define mediante las siguientes líneas:

- Perfil público en red social Facebook
- Apartado específico en la web municipal
- Línea Verde

1.3.4. ENCUESTAS

ENCUESTA DOMICILIARIA

Objetivos

1. Obtención de datos estadísticos relativos a la vivienda.
2. Conocer la opinión de los ciudadanos respecto a la situación actual y prioridades de las actuaciones en materia de vivienda.

Hipótesis de partida

Se utilizará una muestra lo suficientemente representativa como para asegurar una correcta interpretación de la situación real del municipio en los distintos aspectos a investigar: 95% de confianza y 5% de margen de error. Para que el número resultante de la muestra arroje datos significativos, la elección de encuestados se realizará de forma estratigráfica por edad, sexo y domicilio.

Formulación del problema

Precisamos obtener datos estadísticos fiables relativos a la vivienda actual y la demanda de vivienda. Para ello precisamos una caracterización del encuestado en lo relativo a sexo, edad, ocupación y zona de residencia.

Los aspectos de sus usos y hábitos, declarados y reales, que nos son relevantes serán:

- Características de la vivienda actual (nº dormitorios, superficie, estado de conservación y adaptación)
- Régimen de uso (cesión, alquiler o propiedad)
- Características de la unidad familiar (nº de miembros, edad, ocupación, ingresos y pertenencia a grupos de protección)
- Características de la demanda de vivienda (motivación, precio, financiación, protección, tamaño, nº de dormitorios, necesidades especiales)
- Opinión sobre el mercado de la vivienda local

Población objetivo

La población objetivo quedará determinada por los siguientes aspectos:

- Hombres y mujeres.
- Mayores de 15 años de edad.
- Residentes en Cabra.

El corte en la edad de 15 años se basa en la posibilidad de emancipación, aunque ésta se produzca estadísticamente en edades más avanzadas.

Tamaño de la muestra

La elección del tamaño de la muestra es siempre una solución de compromiso entre la fiabilidad del estudio y las posibilidades logísticas y económicas. En nuestro caso se ha establecido un nivel de confianza del 90% con un margen de error del 5%, lo cual consideramos suficiente para evaluar los resultados del estudio. Ello nos lleva a situar la muestra en un número de 266 individuos.

Para ello utilizamos la fórmula que lo determina y que responde a una distribución Gaussiana
$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra que queremos calcular

N = Tamaño del universo (población objetivo)

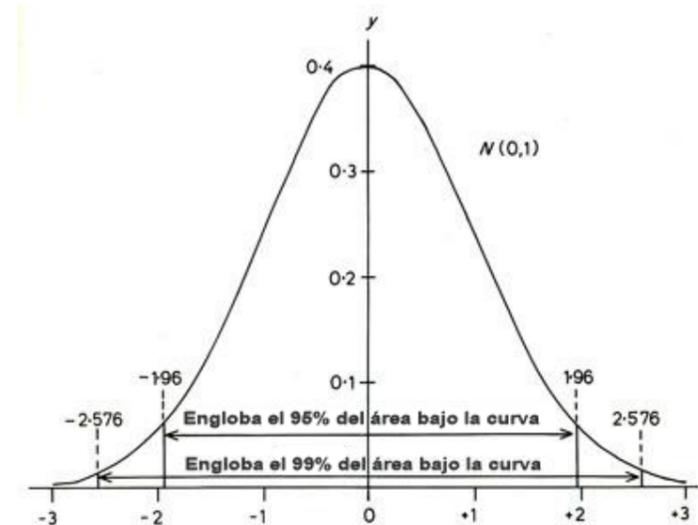
Z = Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado. En función del nivel de confianza que busquemos, usaremos un valor determinado que viene dado por la forma que tiene la distribución de Gauss. Los valores más frecuentes son:

Nivel de confianza 95% -> Z=1,96

e = Es el margen de error máximo que admito.

p = Es la proporción que esperamos encontrar.

Ante la indeterminación se suele utilizar p=50%.



Método de muestreo

Para resultar lo más representativo posible de la población objetivo, se ha elegido un muestreo aleatorio estratificado, con afijación proporcional, tanto por sexo como por edades y domicilio. Con ello pretendemos que los 266 individuos representen lo más fielmente posible a la población objetivo, es decir, que contendrán un porcentaje muy similar al de la población de hombres y mujeres, así como de jóvenes y mayores en grupos de edad, y a vecinos de cada zona residencial, ya que resultará práctico referirnos a determinadas respuestas por dichos grupos.

Encuesta

El método de obtención de las muestras será el de selección y visita domiciliaria. Se ha elegido el método de encuesta personal por entender que en este caso proporciona mejores resultados por permitir concentrar al encuestado a lo largo de todas las preguntas, así como la posibilidad de obtención de ayuda frente a la interpretación de las cuestiones. Se realizará mediante un encuestador, formado adecuadamente, a fin de proporcionar igual información.

La encuesta se ha desarrollado mediante la herramienta Google Forms. El encuestador irá equipado con una tablet de 10 pulgadas con conexión 3G, de forma que introducirá la respuesta en el terminal y quedará recogida en el formulario, conjuntamente con su hora de cumplimentación.

Cuestionario

El cuestionario elaborado se incluye anexo al presente. Se ha pretendido recabar la máxima información posible con el menor número de preguntas. El tiempo de respuesta estimado es de 3 minutos siendo en cualquier caso inferior a 5 minutos.

Se ha diferenciado un primer bloque que pretende conocer los datos identificativos del individuo encuestado.

Un segundo bloque pretende conocer la vivienda actual y la demanda de vivienda.

Un tercer bloque pretende obtener valoración del individuo a cerca de determinadas cuestiones.

En todo momento se ha pretendido que su formulación sea clara e independiente, utilizando un lenguaje coloquial formal y evitando el direccionamiento en la respuesta.

La mayor parte de las preguntas son cerradas, si bien se han planteado suficientes alternativas como para no coartar la respuesta. No obstante, también se ha permitido la respuesta abierta "otro". Además, también se han incluido preguntas abiertas, a fin de detectar aquellas valoraciones e inquietudes que puedan escapar a las hipótesis de trabajos iniciales.

Análisis

El análisis se desarrollará mediante la exportación de la base de datos obtenida a una hoja de cálculo y el tratamiento de la misma de manera que se puedan obtener no sólo las respuestas globales, sino además las segmentadas en función de las variables que en cada caso se entienda más representativas y de interés.

ENCUESTA ONLINE

La encuesta online se desarrollará de manera análoga a la anterior con las siguientes variaciones:

Encuesta

El método de obtención de las muestras será "on line", con libre acceso mediante un enlace que se comunicará y publicitará.

La encuesta se desarrollará mediante la herramienta Google Forms.

La comunicación se realizará mediante el perfil de redes sociales y la publicidad mediante un anuncio de redes sociales que alcance toda la población de Cabra.

El resto de los aspectos serán idénticos. No obstante, esta encuesta no tiene carácter estadístico, ya que no se puede controlar el número, procedencia, etc. de los participantes. El objetivo es fomentar la participación ciudadana, así como recabar sugerencias. Es por ello, que en atención a las personas que participen, se publicará el resultado de la misma y se tendrá en cuenta en su justa medida las aportaciones que se realicen.

1.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La exigencia de participación ciudadana conlleva el desarrollo de una estrategia de comunicación capaz de llegar a la audiencia elegida con el mensaje adecuado, siendo posible su entendimiento, comprensión, retención y efectivo en su misión de no sólo informar, sino animar a la participación.

La estrategia de comunicación se realizará sobre las siguientes bases:

1.4.1. MENSAJE

El mensaje va dirigido a toda la población de Cabra, por lo que debe ser claro y sencillo. Dada la complejidad llega a alcanzar el contenido del Plan, se realizarán varios niveles de comunicación, de acuerdo al grado de participación requerido en cada momento.

La prioridad de comunicación debe recoger los siguientes contenidos básicos:

1. Definición y utilidad práctica del Plan Municipal de Vivienda y Suelo de Cabra
2. Carácter participado del PMVS y necesidad de dicha participación
3. Materias concretas que estudia y planifica el PMVS
4. Desarrollo de la redacción del PMVS

En las mesas sectoriales y con los colectivos directamente beneficiados de las medidas del PMVS, los contenidos a comunicar serán más explícitos, recogiendo aspectos como:

1. Legalidad y coherencia del PMVS con la normativa vigente
2. Instrumentos de implementación
3. Procedimientos para beneficiarse de las medidas
4. Revisión y vigencia del PMVS

1.4.2. ESLOGAN

El eslogan, del inglés, slogan, es la frase que acompaña a la marca y que intenta trasladar a la audiencia el valor que tiene un producto. En unos casos es puramente descriptivo mientras que en otros trata de despertar una sensación, o un impulso. Es por tanto una poderosa herramienta de comunicación.

Idealmente el slogan es un texto corto, de no más de siete palabras, y debería hablar no tanto de las características del producto, como del beneficio que este produce. Los slogans que mejor funcionan son aquellos que se centran en el usuario.

En nuestro caso, el producto a comunicar es el **Plan Municipal de Vivienda y Suelo de Cabra**; el usuario es el **ciudadano o ciudadana de Cabra**; el valor, la **importancia de la vivienda** en la vida del ciudadano; y el impulso es a **participar**.

El eslogan elegido para acompañar los mensajes es **"TU VIVIENDA, TU VIDA"**. Dicho mensaje es claro y explícito, informando del objeto del plan, mostrando el valor y animando a implicarse en el proceso.

1.4.3. LOGOTIPO

Un logotipo, coloquialmente también llamado logo, es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada.

Es otra importante herramienta para la comunicación, ya que al ser visual la capacidad de comunicación es mayor incluso que la del eslogan. El logotipo debe ser sencillo y comunicar adecuadamente el mensaje. Por tanto, debe estar de acuerdo al contenido que se quiere transmitir. Para ello se conjugará formas y geometrías, literatura y tipografía y colores y combinaciones, buscando que el resultado sea:

- Identificativo
- Representativo
- Legible
- Pregnante
- Persuasivo
- Simple
- Original
- Memorable
- Perdurable



En nuestro caso, el equipo redactor ha creado un logotipo que incluye el texto "PMVS CABRA", identificativo del contenido. Dicho contenido literal del mismo ayuda a la comunicación, especialmente en marcas no consolidadas. Pero también produce una identificación más rápida, y dota de imagen y entidad propia a este importante documento.

Las formas son geométricas simples en color blanco, recortado sobre fondo verde. Dichas formas quieren hacer alusión a una doble imagen. Por un lado, a los juegos de construcción, relacionados con los edificios y las viviendas. Por otro lado, simula una retícula urbana, con las calles, manzanas y zonas verdes. Para reforzar la primera imagen se ha generado una pieza en forma de ventana, que también simboliza el signo +. Además se ha destacado la letra V para ayudar a identificar la composición de letras destacando la que representa la vivienda, semejante también a tejados inclinados. El verde se utiliza en los conceptos de sostenibilidad.



1.5. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Se realizarán las siguientes acciones programadas:

1.5.1. PRESENTACIONES

FASE INFORMACIÓN Y DIAGNÓSTICO

Una presentación en cada caso:

1. Mesa de Seguimiento y Coordinación
2. Mesa de la Vivienda y Corporación Municipal
3. Pública

FASE DE AVANCE

1. Pública

FASE DE APROBACIÓN INICIAL

1. Pública

1.5.2. MESAS O FOCUS GROUPS

FASE INFORMACIÓN Y DIAGNÓSTICO

Dos reuniones en esta fase.

FASE DE AVANCE

Dos reuniones en esta fase.

1.5.3. PRESENCIA ONLINE

- Alta en redes sociales

1.5.4. ENCUESTAS

FASE INFORMACIÓN Y DIAGNÓSTICO

- In situ
- On line

1.5.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

FASE INFORMACIÓN Y DIAGNÓSTICO

- Invitación a los medios a las presentaciones
- Notas de prensa y dossiers informativos
- Anuncios en prensa local
- Anuncios en radio local
- Anuncios en televisión local

FASE DE AVANCE

- Invitación a los medios a las presentaciones
- Notas de prensa y dossiers informativos

FASE DE APROBACIÓN INICIAL

- Invitación a los medios a las presentaciones
- Notas de prensa y dossiers informativos
- Anuncio en diario relevante

1.5.6. OTRAS COMUNICACIONES

FASE INFORMACIÓN Y DIAGNÓSTICO

- Cartas informativas a organismos de interés
- Cartas a directorio de asociaciones y colectivos

FASE DE AVANCE

- Mailling a interesados

FASE DE APROBACIÓN INICIAL

- Anuncio en Tablón de Anuncios
- Anuncio en Boletín Oficial de la Provincia

1.6. RESULTADO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1.6.1. PRESENTACIONES

El Equipo de Gobierno del Itmo. Ayto. de Cabra y el Equipo Redactor del Plan Municipal de Vivienda y Suelo (PMVS) de Cabra, envían las invitaciones para la presentación del Plan, así como para las distintas acciones de Participación Ciudadana que se desarrollarán en el transcurso de su redacción.

Adjunto se les fue remitido un resumen explicativo, así como una hoja de sugerencias que podían remitir al correo vivienda@cabra.es o bien por registro de entrada del ayuntamiento, presencial u online, y se invitaba a seguir la actualidad en el perfil www.facebook.com/pmvscabra.

Asimismo, se indicaba que la fecha máxima para su consideración es la del 31 de diciembre de 2017.

Las presentaciones se llevaron a cabo en grupos de distinto interés y número.

- Mesa de Seguimiento y Coordinación:
Se informó, presentó y se asignaron funciones en la presentación para la Mesa de Seguimiento y Coordinación que tuvo lugar el día 31 de octubre de 2017 a las 17:30 h.
- Mesa de la Vivienda y Corporación Municipal:
La presentación para la Corporación Municipal y la Mesa de la Vivienda, se realizó en el salón de actos de la Casa de la Juventud el día 8 de noviembre de 2017 a las 19:00 h.
- Pública:
La presentación pública tuvo lugar en el salón de actos de la Casa de la Juventud el día 9 de noviembre de 2017 a las 19:00 h, estando convocados los distintos colectivos y agentes implicados, y quedando abierta también al público general.

Se utilizaron medios audiovisuales para dar apoyo a la explicación. Dicha presentación fue elaborada por el equipo redactor y apoyada por representantes políticos. Las convocatorias fueron realizadas por el área de comunicación del Ayuntamiento.

Imágenes:

Fotograma de la presentación del vídeo que se expuso como resumen introductorio a la explicación del PMVS y diapositiva de la presentación utilizado para la exposición.



1.6.2. MESAS O FOCUS GROUPS

Las mesas propuestas, se han basado en delimitar los grupos de interés y asociarlos de acuerdo a intereses o conocimientos compartidos.

• MESA DE SEGUIMIENTO Y COORDINACIÓN:

COMPONENTES	CARGO
Juan Ramón Pérez Valenzuela	Delegado de Infraestructuras y Servicios, Medio Ambiente y Movilidad Sostenible
María del Carmen Granados García	Delegada de Urbanismo, Desarrollo Económico y Promoción de Empleo
María del Pilar López Gutiérrez	Delegada de Igualdad y Mujer y Núcleos Rurales
María del Carmen Montes Montes	Delegada de Bienestar Social, Mayores, Familia e Infancia, Sanidad y Consumo, Inmigración, Cooperación Internacional y Vivienda
Felipe José Calvo Serrano	Delegado de Políticas Sociales y Recursos Humanos
María del Carmen Cuevas Romero	Delegada de Juventud y Participación Ciudadana
María de la Sierra de Julián de Silva	Delegada de Comunicación y Nuevas Tecnologías
Juan José Reyes Benítez	Arquitecto Técnico Municipal - coordinador
Pedro Tenorio Olea	Técnico de Desarrollo Local - coordinador
José Manuel González Navajas	Responsable del Registro Municipal de Demandantes de VPO
María de la Sierra Palomeque Fernández	Coordinadora del Patronato Bienestar Social

REUNIÓN	
FECHA	31 de octubre de 2017
LUGAR	Sala de reuniones
HORA	17:30
OBJETO	Presentación y asignación de funciones
TEMAS A TRATAR	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Presentación audiovisual • La iniciativa y premisas políticas <ul style="list-style-type: none"> ○ Objetivos ○ Expectativas ○ Implicación ○ Presupuesto • La participación ciudadana <ul style="list-style-type: none"> ○ Programación ○ Coordinación ○ Comunicación • Necesidad de información del ayuntamiento • Coordinación peticiones de información otras entidades • Reparto de roles y funciones

• MESAS TÉCNICA Y CIUDADANA:

ASISTENTES	MESA
María del Carmen Granados García	MESA 1 - TÉCNICA
Natividad Gómez Villa	
María de la Sierra Palomeque Fernández	
María del Carmen Montes Montes	
Rafael Jiménez Lopera	
Manuel Buil Baena	
Miguel Tienda Ruiz	
José Manuel González Navajas	
Rafael Moreno Alcántara	
Rafael Pérez Recio	
Lorenzo Palomeque Jiménez	MESA 2 - CIUDADANA
Alejo Ortegón Gallego	
Pedro Tenorio Olea	
Juan Antonio Moñiz Mora	
José Luis Guijarro Villatoro	
Susana Pérez-Camino Martínez	
Concepción León Roldán	
Francisco Javier Marín Roperero	
María de la Sierra Ballesteros Jurado	
Dionisio Jiménez Ramírez	
Víctor Lama Jurado	MESA 2 - CIUDADANA
Gregorio Jiménez Castillo	
Joaquín Moreno Muñoz	
Juan Cobo Ávila	
José Luis García Lopera	

Las mesas fueron configuradas mediante invitación abierta en las sesiones de presentación. Así mismo la invitación se hizo extensible en nota de prensa difundida entre la ciudadanía. Por último, se cursaron invitaciones a personas relevantes en su representatividad, así como en su implicación social.





Tal y como estaba previsto, se programaron cuatro sesiones por mesa con la siguiente metodología:

1. Primera sesión: DESCUBRIR LA REALIDAD

Fecha: 29 de noviembre de 2017.

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido información de la presentación del PMVS consistente.

Lugar: el lugar escogido para la reunión es un aula de la Casa de la Juventud, con disposición de sillas de trabajo con brazo tipo pala en forma de U, direccionada hacia panel de exposición.

Presentación: el moderador ha realizado una introducción y ha propiciado el debate. Está asistido por un recopilador, que no ha intervenido en el debate. Los asistentes se han presentado indicando su nombre, representación, en su caso, estudios y profesión.

Aportación: se dispone de un panel con los campos "fortalezas", "debilidades", "oportunidades" y "amenazas". Se facilita a cada participante "posits" en los que escribir tres de cada una de ellas. Se establece un orden de escritura y exposición con 5 minutos para escritura personal y 20 minutos para exposición.

Discusión: se crea un esquema de árbol para situar las cuestiones troncales y aquellas especializadas, invitando a descubrir la raíz de cada una de ellas.

Recopilación: se realizará una recopilación en audio y fotográfica de la sesión y se hará un resumen de la misma.

2. Segunda sesión: CONTRASTAR LA REALIDAD

Fecha: 10 de enero de 2018.

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido la matriz DAFO originada en la reunión anterior.

Presentación: el moderador presenta algunos de los datos relevantes obtenidos en la fase de información, así como las matrices DAFO del resto de mesas.

Aportación: se les solicita redefinir las cuestiones troncales introduciendo cambios.

Discusión: se procederá a votar la prioridad para convertirla en objetivos del Plan.

3. Tercera sesión: DEFINIR ESTRATEGIAS

Fecha: 31 de enero de 2018.

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido la matriz DAFO modificada y los objetivos priorizados en la reunión anterior.

Presentación: el moderador presenta los objetivos marcados en las otras mesas. También se dan a conocer las sugerencias presentadas en el periodo de exposición pública.

Aportación-discusión: referenciar las sugerencias a cada objetivo. Establecer las estrategias de cada conjunto formado. Establecer el indicador adecuado a cada estrategia.

4. Cuarta sesión: DEFINICIÓN DE ACCIONES

Fecha: 21 de febrero de 2018.

Previo: con anterioridad a la sesión se les ha remitido la matriz DAFO modificada y los objetivos priorizados y las estrategias marcadas en la reunión anterior.

Presentación: el moderador hace una introducción sobre las distintas competencias en materia de vivienda.

Aportación-discusión: se definen las acciones de cada estrategia, colocando cada una en la administración que debe ejecutarla. En caso de que no sea el ayuntamiento, se indicarán las acciones que debería llevar a cabo para facilitar la ejecución por la administración competente. Se establecerá un rango de compromiso presupuestario necesario para llevarla a cabo y en base a ello se determinará su viabilidad.

1.6.3. PRESENCIA ONLINE

Para la difusión de la información y el propiciado de la participación se concibe la presencia online. Para ello se crea un perfil público en red social Facebook y se da publicidad desde el perfil del Equipo Redactor.

El Ayuntamiento no ha integrado ni en su web municipal ni en Línea Verde tal y como estaba previsto.





1.6.4. ENCUESTAS

ENCUESTA DOMICILIARIA – IN SITU

Los objetivos previstos se han cumplido, generándose mediante la encuesta, la opinión de los ciudadanos respecto a la situación actual que viven en materia de vivienda.

Se procedió durante el período comprendido entre el 5 de febrero de 2018 y el 4 de abril de 2018 a la realización de las encuestas *IN SITU*.

Mediante la presencia de un encuestador, se fueron seleccionando viviendas aleatorias en los diferentes barrios de Cabra, mostrando la acreditación correspondiente y procediendo a la exposición de nuestra visita y a la invitación a la participación en dicha encuesta. Al realizar la encuesta con una tablet con conexión 3G, las respuestas se fueron recogiendo en el formulario en ese mismo instante, con su hora de cumplimentación.

IN SITU se han hecho 277 encuestas, pero se han seleccionado las 266 primeras que cumplían con la segmentación, para obtener el número necesario de la muestra representativa.

Cabecera de la encuesta domiciliaria realizada con tablet



Fotografías de la encuesta domiciliaria





ENCUESTA ONLINE

La encuesta online se desarrolló de manera análoga a la anterior, siendo con libre acceso mediante un enlace que se comunitó y se publicitó por redes sociales, que alcanzó a toda la población de Cabra. Se fomentó así la participación ciudadana y se recabaron sugerencias.

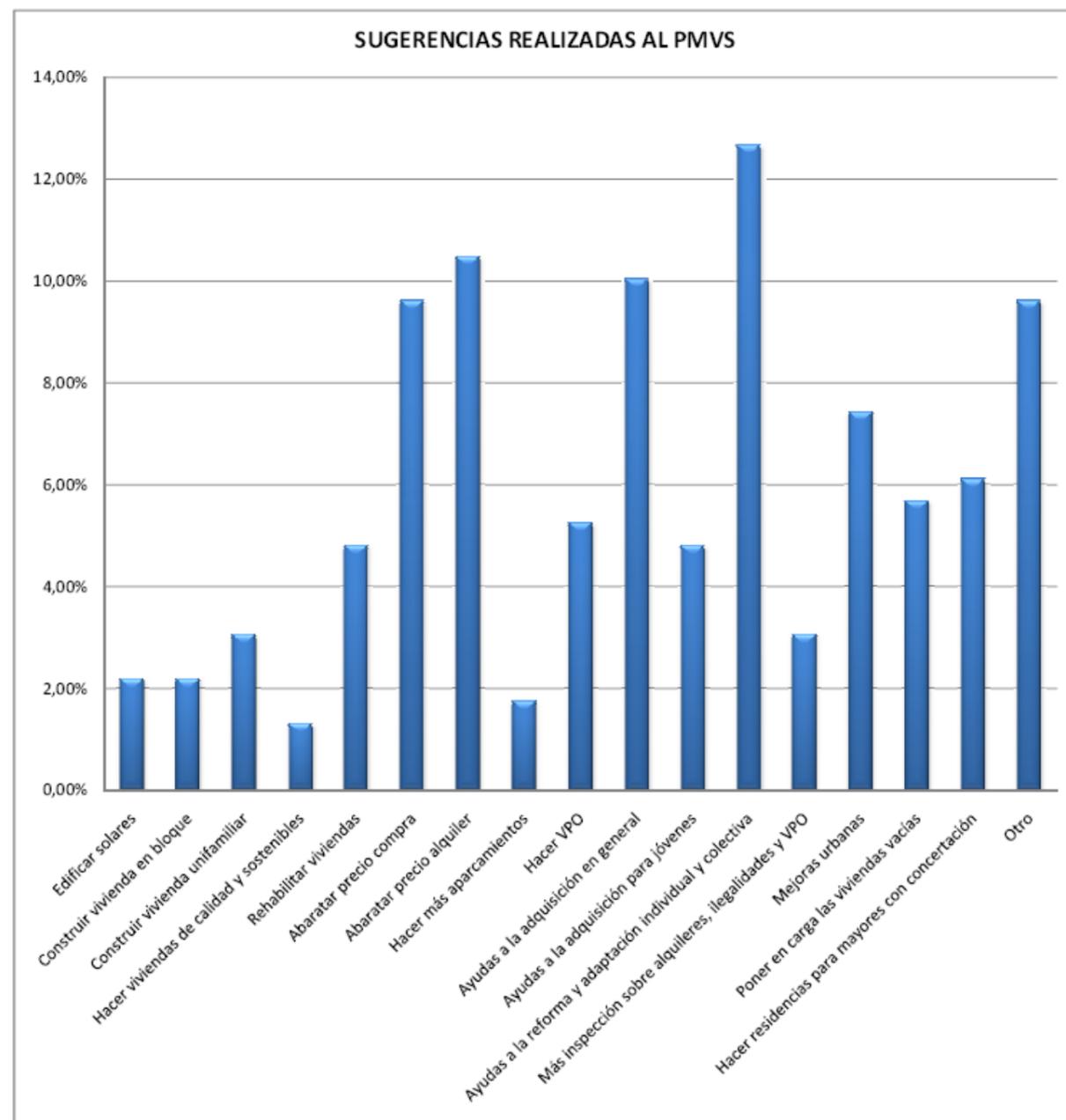
La encuesta estuvo abierta al público y se recabaron los datos que fueron llegando durante el período comprendido entre el 13 de noviembre de 2017 y el 17 de diciembre de 2017.

ON LINE se han hecho 76 encuestas, de las cuales se han validado 75 según los filtros.

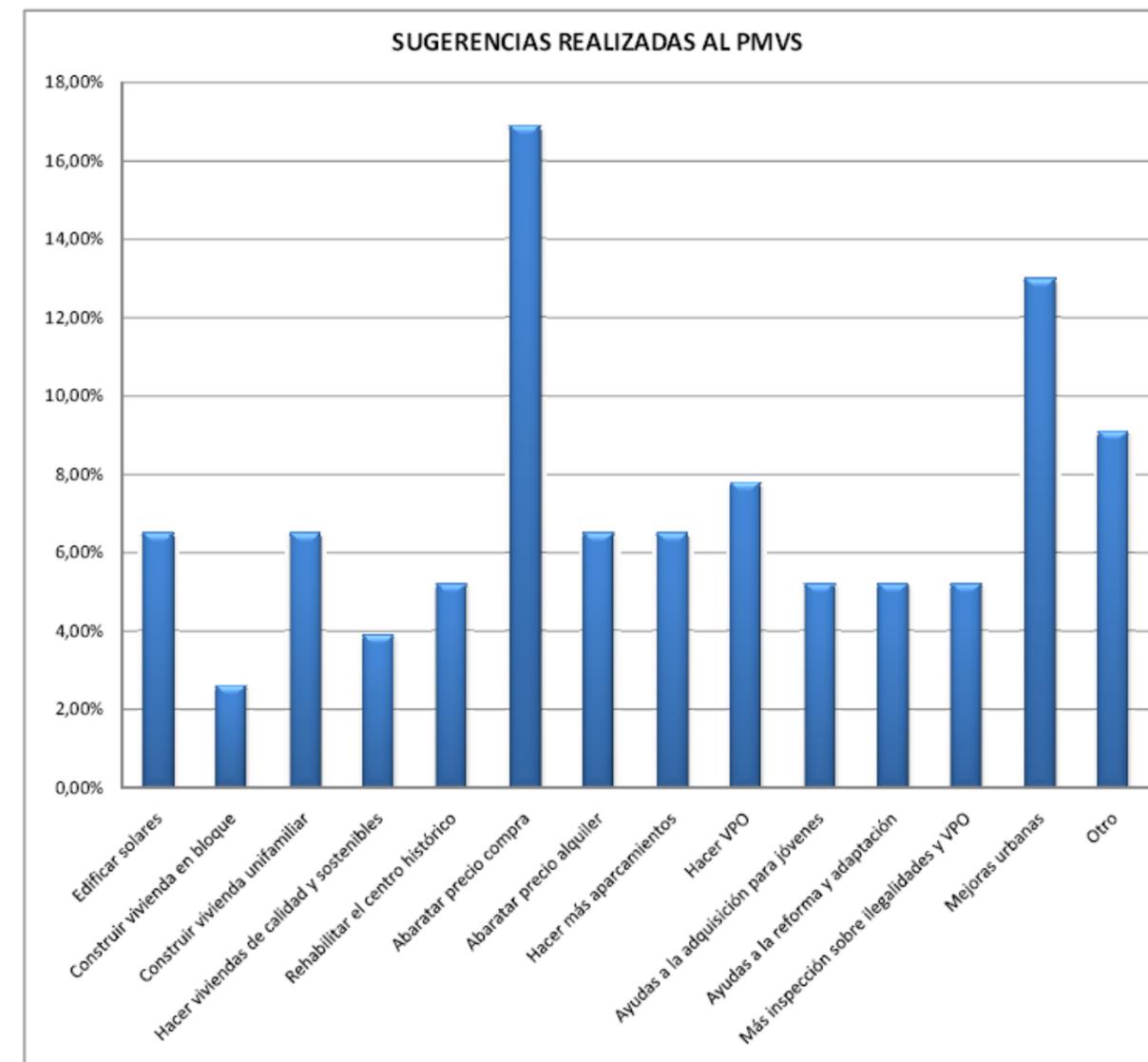
Cabecera de la encuesta online



1.6.5. SUGERENCIAS



FUENTE: ENCUESTA DOMICILIARIA DEL PMVS



FUENTE: ENCUESTA ONLINE DEL PMVS

Además del contenido de las encuestas, se habilitaba la opción de ofrecer sugerencias, que se han incorporado en los presentes gráficos.

Así en la encuesta online 42 de los 75 participantes han realizado un total de 77 sugerencias. En la encuesta domiciliaria 161 de los 266 participantes han realizado un total de 229 sugerencias.

No se han recibido sugerencias por otros medios.

