



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE
LA CIUDAD DE MÉXICO ASEGURANDO LA CALIDAD EN SUS
VARIABLES DE SEGURIDAD E IMAGEN PROMOCIONAL

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

ACOSTA ISLAS ALMA LILIA S. *anta*
CASTILLO GÁMEZ RAMIRO.
CORTÉS FLORES MARLON.
ROSAS JIMÉNEZ LETICIA M.

LIC. J. CARLOS VARELA COTA
DIRECTOR DE SEMINARIO



MÉXICO, D.F.

1998

YESIS CON
FALLA DE ORIGEN

266718



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.

ÍNDICE



ÍNDICE

TÍTULO	Pág. (s)
Introducción.	I
Localización Geográfica.	1
Mapa 1: Ubicación Gráfica del Centro Histórico de la Ciudad de México. Delegación Cuauhtémoc.	3
Mapa 2: El Centro Histórico de la Ciudad de México.	4
Marco Histórico:	
¿Qué es el Centro Histórico de la Ciudad de México?	5
El Centro Histórico y su Restauración:	5
Consejo del Centro Histórico de la Ciudad de México.	11
Patronato del Centro Histórico de la Ciudad de México.	11
Decreto Presidencial de 1980.	12
Declaración del Centro Histórico de la Ciudad de México como Patrimonio de la Humanidad.	13
	16
Marco Conceptual:	
Comercio Ambulante.	17
Comercio.	17
Comercio Semifijo.	18
Conservación.	18
Imagen Histórica.	18
Imagen Turística.	19
Imagen Urbana.	19
Percepción.	19
Renovación.	20
Restauración.	20
Revitalización.	20

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Metodología:

Planteamiento del Problema.	21
Objetivos:	
General.	23
Específicos.	23
Hipótesis.	24
Recopilación de la Investigación.	25
Anexos:	
1. Entrevista Asociación de Comerciantes del Centro Histórico.	34
2. Desglose de Delitos Delegación Cuauhtémoc.	37
3. Parques y Jardines.	38
4. Visita Subdirección de Mejoramiento Urbano.	39
5. Sector 17 Centro Histórico Secretaría de Seguridad Pública.	43
6. Instituto Técnico de Formación Policial.	48
7. Visita Central de Radio Secretaría de Seguridad Pública.	54
8. Noticias de Estados Unidos.	55
9. Unidad Móvil de Asistencia Turística.	57

Estudio de Mercado:

Problema.	58
Objetivo General.	58
Objetivos Específicos:	
I. Visitantes y No Visitantes.	58
II. Comerciantes Establecidos.	59
III. Seguridad Pública.	59
IV. Bicitaxistas.	59
Población de Estudio.	60
Características de la Muestra.	60
Tamaño de la Muestra.	60
Tipo de Muestreo.	61
Resumen de las Encuestas a Visitantes del Centro Histórico.	61
Resumen de Encuestas a Comerciantes Organizados del Centro Histórico.	65
Resumen de Entrevistas a Elementos de Seguridad Pública.	67
Resumen de Entrevistas a Bicitaxistas.	69
Resumen de Encuestas en el Distrito Federal y Área Metropolitana.	70
Gráficas.	73

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Delimitación del Área de Investigación:

Características Zona I.	81
Características Zona II.	82
Mapa 3: Delimitación de Zonas I y II.	84
Problemática Zona I.	85
Problemática Zona II.	86
Problemática Actual:	
Seguridad Pública.	87
Comercio Ambulante.	88
Basura.	88
Vialidad y Transporte.	89
Marchas y Mítines.	89
Carga y Descarga de Mercancía.	90
Estacionamientos Inadecuados.	90
Contaminación Ambiental.	91
Vivienda.	91
Casetas Telefónicas.	92
Falta de Señalamientos.	93
Sanitarios Públicos.	94
Bicitaxistas.	95
Indigentes.	95
Edificios Deteriorados.	96
Iluminación.	97

Desarrollo de Propuestas:

Propuestas para la Revitalización del Comercio en el Centro Histórico.	98
Genérica.	99
Descripción Genérica.	100
Logotipo.	101
Descripción y Posición de Iconos y Símbolos.	101
Periodo.	103
Propósitos.	103
Objetivos.	103
Políticas.	104
Determinación de Recursos.	104
Perfil de los Recursos Humanos.	105

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Estructura Organizacional.	106
Planeación de las Etapas del Programa.	107
Funciones de las Áreas de Servicio.	109
Formato de Captación de Quejas y Sugerencias.	112
Mapa 4: Centros de Salud y Hospitales.	114
Criterios de Selección de Módulos.	115
Distribución Física de Módulos.	116
Medios de Difusión.	117
Horario de Servicio.	117
Tipo de Decoración.	117
Gobierno.	118
Comerciantes.	120
Público en General.	122
Específicas:	123
Seguridad Pública.	123
Basura.	126
Carga y Descarga de Mercancía.	130
Vivienda.	131
Falta de Señalamientos.	132
Sanitarios Públicos.	135
Bicitaxistas.	136
Conclusiones.	138
Glosario.	143
Fuentes de Consulta:	
Libros.	147
Hemerografía.	148
Listado de lugares Visitados.	149

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En nuestro país, la Ciudad de México es el eje socioeconómico y cultural. Y a su vez, el Centro Histórico de la Ciudad de México es uno de los pilares de las actividades vitales entre las que se encuentran: el comercio, la cultura y el turismo. Además de ser actualmente Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Un gran número de comercios y espacios culturales conforman el mayor atractivo de esta zona; ya sea para el desarrollo de actividades de compra, laborales, de esparcimiento o recreación.

El Centro Histórico de la Ciudad de México necesita cambios, los cuales no se pueden quedar en buenas intenciones, ya que el nuevo contexto económico, político, social y tecnológico que se está dando en el ámbito mundial no deja fuera al Centro Histórico; puesto que hay una tendencia marcada hacia la revitalización de los centros históricos para hacerlos más atractivos, placenteros y divertidos sin quitarles su valor histórico. Y como muestra de ello, el rescate en nuestro país se está dando en ciudades tales como: Chihuahua, Guadalajara, Mérida, Monterrey, Tijuana, entre otras.

En Estados Unidos en: Atlanta, Chicago, Los Ángeles, Miami, San Diego, Seattle, Phoenix y Washington. En Europa: Berlín (Alemania), Londres (Inglaterra), Madrid (España), Moscú (Rusia), Roma (Italia), París (Francia) y Praga (Checoslovaquia). En Asia: Shangai (China), Tailandia, Tel Aviv (Israel), Tokio (Japón), Seúl (Sudkorea) y Singapur. En África: El Cairo (Egipto) y Johannesburgo (Sudáfrica) y en Oceanía: Sydney (Australia).

Si bien diversos organismos e instituciones de carácter público y privado han llevado a cabo acciones para la conservación de este legado histórico, hay que reconocer que en el Centro Histórico de la Ciudad de México los programas no se han implementado con la misma velocidad de otras partes, se han quedado atrás y por lo tanto hay muchos focos de mejora como pueden ser: seguridad pública, basura, atención al visitante, entre otros. Debido a esta situación nosotros realizamos esta investigación administrativa en el ramo de la comercialización, con el fin de contribuir con propuestas que puedan ayudar a una revitalización del comercio establecido en la demarcación del Centro Histórico de la Ciudad de México.

**LOCALIZACIÓN
GEOGRÁFICA**

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

“**E**l Centro Histórico está situado en la Ciudad de México, capital y primera en importancia del país, en cuyo entorno se encuentra el Distrito Federal, único entre 32 Estados, dividido en 16 delegaciones, dos de las cuales, la Venustiano Carranza y la Cuauhtémoc son en parte el asiento del Centro Histórico. (*Ver mapa 1*)

El Centro Histórico de la Ciudad de México, delimita una área subdividida en dos zonas o perímetros con una extensión de 9.1 Km². El perímetro A abarca el espacio que cubrió la ciudad prehispánica y su ampliación virreinal hasta la Guerra de Independencia. El perímetro B cubre las ampliaciones de la ciudad hasta finales del siglo XIX. (*Ver mapa 2*)

La Delegación Cuauhtémoc comprende el perímetro A y buena parte del B. En tanto la porción restante del perímetro B se extiende en la Delegación Venustiano Carranza, a partir de la acera oriente de la Avenida de Anillo de Circunvalación-Vidal Alcocer.

El Centro Histórico que es el núcleo vital de la Ciudad de México se extiende en 668 manzanas.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Una estimación aproximada de acuerdo al número de lotes, sin referencia a superficie, importancia y calidad del inmueble, arroja aproximadamente un 15% de inmuebles de propiedad federal y 85% de inmuebles de propiedad privada”.¹

“Sus coordenadas geográficas son”²:

Latitud Norte:	19° 28'	y	19° 23'
Latitud Oeste:	99° 07'	y	99° 12'

¹*Solicitud de Inscripción a la Lista del Patrimonio Mundial*. Consejo del Centro Histórico de la Ciudad de México, 2-5 pp.

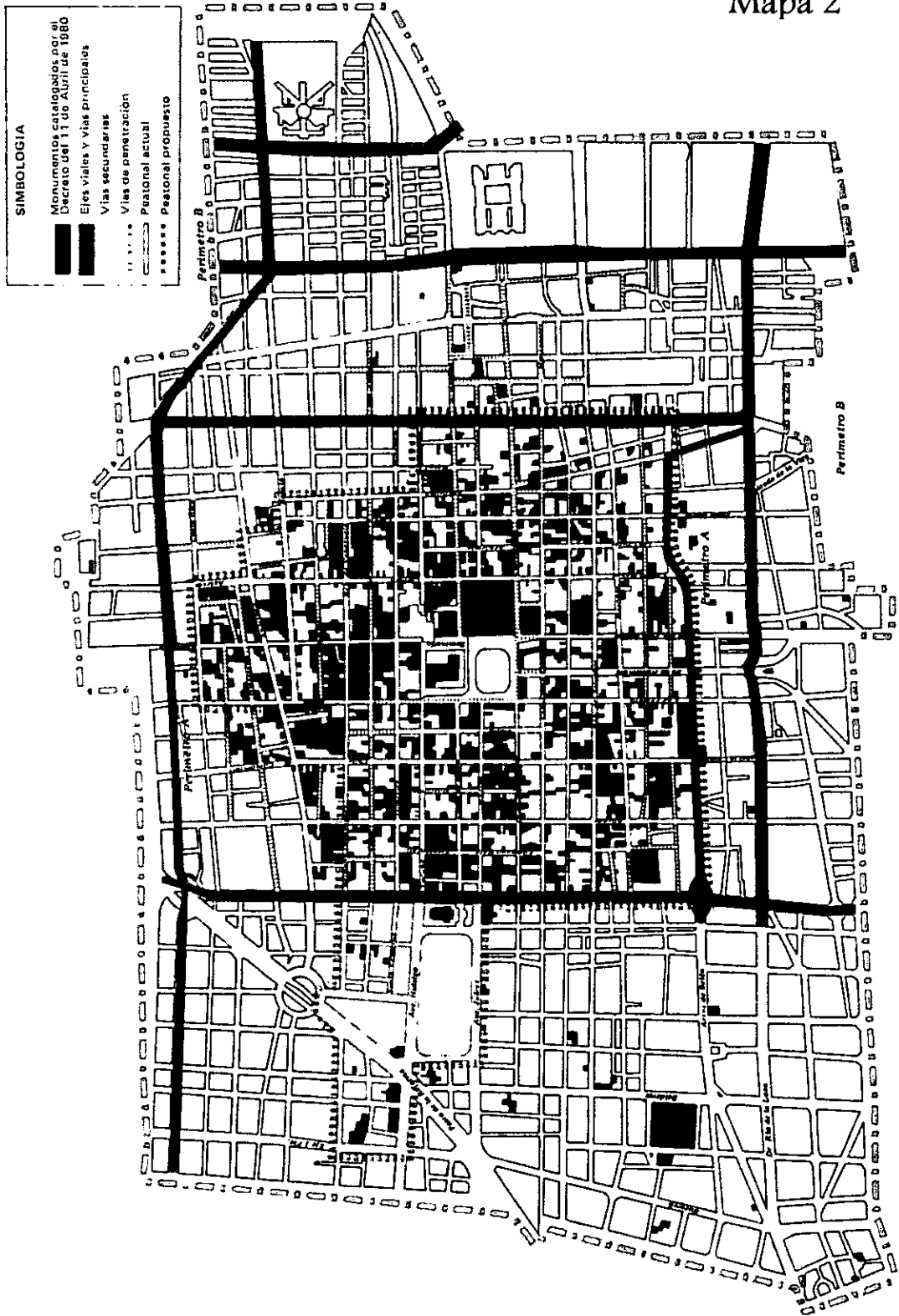
²*Gaceta Oficial del Distrito Federal*. México. Departamento del Distrito Federal. 1997. Núm. 24, Tomo II, 8 p.

Mapa 1

Ubicación Gráfica del Centro Histórico de la Ciudad de México. Perímetro de la Delegación Cuauhtémoc.



EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO



MARCO

HISTÓRICO

MARCO HISTÓRICO

¿Qué es el Centro Histórico de la Ciudad de México?

“**N**úcleo original de la Ciudad de México donde se han asentado desde hace muchos siglos, los poderes político, económico y social, dejando testimonios físicos que representan el patrimonio histórico del país, sujeto a las normas de los Programas de Desarrollo Urbano de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas”.³

“Los antecedentes de la primera población existente, se remontan a la fundación de la gran Tenochtitlán en 1325, localizada en lo que hoy se conoce como Centro Histórico. Originalmente este lugar era una zona lacustre y pantanosa, por lo que los fundadores tuvieron que rellenar y desecar los terrenos para construir sus templos y viviendas. Este trabajo fue fatigoso y permanente, pero fue la base para el posterior desarrollo de la Ciudad. En esa época la ciudad se dividía en cuatro grandes barrios que correspondían a los cuatro puntos cardinales, además del barrio de Tlatelolco, ubicado al norte y que era una ciudad gemela de Tenochtitlán. El islote de Tenochtitlán se comunicaba con las demás poblaciones que existían en la orilla del lago a través de calzadas, cuyo trazo corresponde actualmente a la Calzada de Tlalpan, Calzada de Tacuba y Calzada del Tepeyac.

³*Ibidem*, 395 p.

En las décadas de los cuarenta y cincuenta, principalmente dentro del primer cuadro, se abrió la avenida 20 de Noviembre, Pino Suárez y San Juan de Letrán; en la década de los sesenta la prolongación del Paseo de la Reforma hacia el norte como parte del proyecto de regeneración de los barrios de Nonoalco y Tlatelolco y, a fines de esta misma década se construyeron las tres primeras líneas del Sistema de Transporte Colectivo y los ejes viales. A principios de la década de los ochenta, se aceleró aún más la mezcla de usos del suelo a lo largo de estos corredores.

Aunado a lo anterior, el explosivo crecimiento poblacional de la Ciudad de México provocó la transformación del uso de suelo en la Delegación Cuauhtémoc, al demandar cada vez más espacios para servicios y comercios en la Ciudad Central, desplazando a la población hacia otras zonas periféricas del Distrito Federal y aún del Área metropolitana hasta llegar en la actualidad a predominar el uso de suelo mixto sobre el habitacional.

La Ciudad de México se componía de 12 cuarteles, mismos que con el decreto del 27 de diciembre de 1970 dieron origen a las delegaciones Cuauhtémoc, Venustiano Carranza y Miguel Hidalgo.

El decremento de la población en la delegación se origina a partir de 1970 como resultado de:

- Sustitución de los usos habitacionales por comercio y servicios.
- Elevación de los valores del suelo, que impide la edificación de nuevas viviendas a un costo accesible para la mayoría de la población.
- Los sismos de 1985, cuya secuela de daños humanos y materiales acentuó el proceso de despoblamiento y cuyas consecuencias aún pueden advertirse”.⁴

“La zona que hoy conocemos como Centro Histórico de la Ciudad de México era, a principios de este siglo, toda la ciudad. Su población no llegaba a los 400,000 habitantes, y su superficie era de aproximadamente 10,000 kilómetros cuadrados. A partir de esa época se inicia el crecimiento acelerado de la ciudad, hasta llegar, en 1990, a una población de 15 millones de habitantes, que ocupan una superficie de 1,250 kilómetros cuadrados. El Centro Histórico de la Ciudad de México representa menos del 1% de la superficie de esta mancha urbana; comprende, en sí, 9.1 kilómetros cuadrados donde existen aproximadamente 500 edificios catalogados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes”.⁵

⁴*Gaceta Oficial del Distrito Federal*. 8ª Época Abril 10 1997. Tomo II. Núm. 24, 9-12 pp.

⁵*¡Échame una manita!*. México. Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México. 1994, 7 p.

El Centro Histórico y su Restauración.

“El primer plan integral para la restauración del Centro Histórico lo propuso hace más de 25 años Don José Iturriaga, pero desafortunadamente no se llevó a la práctica. Posteriormente se han realizado esfuerzos aislados que han logrado la recuperación de algunos edificios importantes, como el Palacio de Iturbide, la Casa de los Condes de Heras y Soto, el Archivo General de la Nación, el Teatro de la Ciudad, el Museo Franz Mayer, algunos templos, como el de la Santísima Trinidad, la Iglesia de la Soledad, la de la Santa Veracruz, etcétera, hasta la regeneración de algunas zonas, como las que se realizaron después de la construcción del Palacio Legislativo y de las obras del Templo Mayor”.⁶

Consejo del Centro Histórico de la Ciudad de México.

“Se crea el Consejo del Centro Histórico de la Ciudad de México, cuyo objetivo será proponer la coordinación de las actividades que requiera la recuperación, protección y conservación del Centro Histórico de la Ciudad de México”⁷.

“Un nuevo Decreto del Ejecutivo, del 14 de febrero de 1984, amplió las representaciones en el Consejo del Centro Histórico y creó la Vocalía Ejecutiva, la Secretaría Histórica y la Secretaría Técnica.

⁶*Ibidem*, 8 p.

⁷Artículo 7º del Decreto del 11 de Abril de 1980. Diario Oficial de la Federación, 33 p.

A partir de este último ordenamiento, el Consejo quedó integrado por los Secretarios de Educación Pública, de Desarrollo Urbano y Ecología, de Programación y Presupuesto, de Turismo, el Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, el Director del Instituto Nacional de Bellas Artes, el Director del Instituto Nacional de Antropología e Historia, bajo la Presidencia del Jefe del Departamento del Distrito Federal y el apoyo de un Vocal Ejecutivo, un Secretario Histórico y un Secretario Técnico”.⁸

Patronato del Centro Histórico de la Ciudad de México.

“En diciembre de 1990 se constituyó el Patronato del Centro Histórico A.C., asociación que tiene como objetivo la promoción de actividades de concentración con los grupos y organizaciones interesados en contribuir a la recuperación, mejoramiento, conservación y desarrollo del Centro Histórico.

El Patronato del Centro Histórico constituyó a su vez un organismo autónomo, con el apoyo de las autoridades del gobierno de la ciudad y del sector oficial: el Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México, para operar el Programa para Conservar el Centro Histórico, que ahora es mejor conocido por su lema de campaña *¡échame una manita!*”.⁹

⁸*El Centro Histórico de la Ciudad de México: Una Propuesta Emanada de la Consulta Pública 1984-1986.* Consejo del Centro Histórico de la Ciudad de México, 3 p.

⁹*¡Échame una manita!*, ob. cit., 9 p.

Decreto Presidencial de 1980.

“El Centro Histórico de la Ciudad de México, creado por decreto presidencial publicado en el Diario Oficial del 11 de abril de 1980, surgió para dar cauce al deseo, acumulado a lo largo de varios años, de hacer que los edificios del primer cuadro de la Ciudad de México lucieran su primitivo esplendor y su señorial nobleza.

Muchas fueron las consideraciones que animaron esta decisión presidencial, las más importantes de las cuales figuran en el “Decreto por el que se declara una zona de Monumentos Históricos denominada Centro Histórico de la Ciudad de México”.¹⁰

“Considerandos del Decreto:

Que la Ciudad de México se encuentra asentada sobre los restos de la antigua México-Tenochtitlan capital de los mexicas. Que fue expresión urbana notable de la tradición cultural mesoamericana. Que conserva los restos de construcciones prehispánicas de gran carácter monumental.

¹⁰Enciclopedia de la Delegación Cuauhtémoc. México. Secretaría de Gobierno del Departamento del Distrito Federal, t. II. 1995, 148 p.

Que la ciudad de México fue trazada en la primera mitad del siglo XVI, conservando elementos del antiguo trazo prehispánicas que la hacen una de las ciudades más antiguas de América.

Que durante la dominación española fue sede del poder virreinal, de la Real Audiencia y del Arzobispado de México; por lo tanto, centro de la vida política y sociedad novohispana.

Que a partir de los primeros años del siglo XIX, en la Ciudad de México han tenido lugar algunos de los acontecimientos más importantes de la historia nacional, que van desde las luchas armadas para conseguir la independencia y más tarde defender la Soberanía Nacional en contra de los intereses extranjeros, hasta el triunfo de la República y de la Revolución Mexicana.

(...) Que la ciudad de México y el entorno cultural que constituye su centro histórico es uno de los principales núcleos de captación turística por las riquezas que atesora, lo que coloca en orden prioritario la conservación y preservación de tal patrimonio monumental como uno de los factores decisivos de captación de corrientes de visitantes”.¹¹

¹¹Decreto del 11 de abril de 1980. Diario Oficial de la Federación, primera sección, 9-10 pp.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

De allí, que el Centro Histórico de la Ciudad de México haya sido delimitado en dos perímetros:

I. Perímetro A. - Corresponde al asiento de la vieja ciudad, desde su origen hasta mediados del siglo XIX, con una superficie de 3.2 kilómetros cuadrados. “A partir del cruce de la calle Vicente Guerrero y la Calle Francisco Javier Mina, abarca las calles de Gabriel Leyva, República de Perú, República de Chile, República de Paraguay, República de Brasil, República de Ecuador, República de Costa Rica, Aztecas, Plaza del Estudiante, Callejón Gregorio Torres Quintero, República de Bolivia, José Joaquín Herrera, Leona Vicario, República de Guatemala, Anillo de Circunvalación, calle San Pablo, José Ma. Izazaga, Eje Central Lázaro Cárdenas, Av. Juárez, Calle Dr. Mora y Av. Hidalgo, hasta cerrar con Vicente Guerrero hasta la calle de Mina”.¹²

II. Perímetro B. - Señala la extensión que alcanzó la mancha urbana hasta los primeros años del presente siglo, con 5.9 kilómetros cuadrados. “Parte del cruce de las calles de Libertad, República de Argentina, Fray Bartolomé de las Casas y sus plazas, Caridad, Av. del Trabajo, calle Labradores, Ferrocarril de Cintura, Herreros, Grabadores, Anfora, Canal de San Lázaro, Artilleros, Ing. Eduardo Molina, Lucas Alamán, Francisco Morazán, Oriente 3, callejón del Canal, Calzada de la Viga, callejón de San Antonio Abad, Xocongo, Agustín Delgado, Fernando Alba, Ixtlilxóchitl, Av. San Antonio Abad, calles Dr. Liceaga, Durango, Morelia, parte de Av. Chapultepec, Abraham González, Donato Guerra, Av. Paseo de la Reforma, calles Jesús Terán y Zaragoza hasta el entronque inicial con la calle Degollado”.¹³

¹²*Enciclopedia Temática de la Delegación Cuauhtémoc.* México. Secretaría de Gobierno del Departamento del Distrito Federal. 1994, tomo II, 146 p.

¹³*Ib.*

Declaración el Centro Histórico de la Ciudad de México como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

“La creación del Centro Histórico de la Ciudad de México fue un primer y trascendental paso para lograr la preservación de este grandioso patrimonio. Después de él hubo un segundo paso igualmente trascendental: la promoción ante la Organización para las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), para que se declarase al Centro Histórico de la Ciudad de México como Patrimonio de la Humanidad. Las gestiones que en este sentido desarrolló el gobierno mexicano, pronto culminaron en un resultado satisfactorio durante la XI Reunión del Comité del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de la UNESCO, el 8 de diciembre de 1987 en forma unánime se declaró al Centro Histórico de la Ciudad de México Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Esta declaratoria se otorga de acuerdo a una Convención dirigida a conservar las mayores riquezas que posee la sociedad humana sobre la faz de la Tierra. La convención se funda en el planteamiento de que la humanidad entera constituye una sola fuerza, capaz de crear las artes, ciencias e ideas; por tanto, es la humanidad entera en sus generaciones pasadas, presentes y futuras, la dueña legítima de todos los grandes tesoros naturales y culturales del planeta”.¹⁴

¹⁴*Centro Histórico: Ciudad de México, Guía Turística.* México. INEGI-SECTUR. 1995. 12 p.

MARCO

CONCEPTUAL

MARCO CONCEPTUAL

Para el desarrollo de la investigación se considera necesario definir los siguientes términos:

“La palabra comercio derivada del latín “comercium”, que se compone de las voces cum y merx (con mercancía). Por lo que en la expresión se encuentran presentes las ideas de cambio y de tráfico”.¹⁵

COMERCIO AMBULANTE.- “El comercio ambulante es entendido como el conjunto de actividades mercantiles cuyo desenvolvimiento no se ve reflejado en las estadísticas y cuentas nacionales. Es un problema que se sigue agudizando en el marco del sector comercio, al cual resulta impostergable darle solución”.¹⁶

COMERCIO.- “Es la actividad económica relacionada con la compra-venta de mercancías y bienes; se desarrolla entre un agente económico y un consumidor ya sea que se trate de un bien intermedio o final, sin considerar el monto de las cantidades vendidas”.¹⁷

COMERCIO.- “Se le da el nombre de comercio a la actividad que desarrolla un individuo o una institución, con propósitos de lucro y que está basada principalmente en el intercambio de productos, de moneda y en general de efectos mercantiles”.¹⁸

¹⁵NOVO, Salvador. *Breve Historia del Comercio en México*. México. CANACO. 1974, 14 p.

¹⁶*Economía Informal*. (4ª ed.), México. CANACO. 1990, 9 p.

¹⁷LEXIS, Wilhelm. *El Comercio*. México. Labor, 3 p.

¹⁸DELORA Rodelán, Ramón. *Práctica Comercial Mexicana*. México. La Esfera. 1971, 11 p.

COMERCIO SEMIFIJO.- “Es la actividad realizada con la transferencia de bienes de consumo, en términos económicamente significativos, pero que éste a su vez no tiene un establecimiento fijo en donde pueda ofrecer sus bienes; por lo que en el caso de algunos Comerciantes de este tipo sus establecimientos pueden ser montables y desmontables y en otros ya no son desmontables. Ejemplos:

Establecimientos Montables y Desmontables: los Tianguis, Bazares temporales, Expos, Ferias, etc.

Establecimientos no Desmontables: Puestos de tortas, Puestos de tacos, etc.”¹⁹

CONSERVACIÓN.- “Es la acción que, de acuerdo con lo previsto en los planes de desarrollo urbano de conformidad con las leyes vigentes, se orienta a mantener el equilibrio ecológico, el buen estado de las obras materiales –edificios, monumentos, plazas públicas, parques– y en general, todo aquello que constituye el acervo histórico, cultural y social en los centros de población”.²⁰

IMAGEN HISTÓRICA.- “Es la impresión y apariencia que muestran a simple vista algunas obras Arquitectónicas; como es el caso de edificios antiguos y monumentos. Para asimismo darnos cuenta a qué época pertenecieron, de acuerdo a su estructura interna y superficial”.²¹

¹⁹*Glosario Terminológico de la Mercadotecnia y del Comercio.* 2ª ed., México. Futura. 1990, 24 p.

²⁰*Glosario de Términos sobre Asentamientos Humanos.* México. Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas. 1978, 32 p. (Documentos Básicos 1).

²¹*Diccionario de la Construcción.* 2ª ed., España. CEAC. 1990, 622 p.

IMAGEN TURÍSTICA.- “Es la apariencia que denotan algunos lugares importantes en el mundo entero, ya que cuando un extranjero visita México, éste se sorprende con la arquitectura de nuestros antepasados al igual que visitar lugares modernos como es el caso de algunos Puertos y Playas. Lo mismo suele ocurrir cuando un mexicano visita el extranjero, éste queda admirado con las obras arquitectónicas de mucha importancia”.²²

IMAGEN URBANA.- “Resultado del conjunto de percepciones producidas por las características específicas, arquitectónica, urbanística y socioeconómicas de una localidad, más las originadas por los ocupantes de este ámbito en el desarrollo de sus actividades habituales, en formación de las pautas que las motivan.

Tanto la forma y aspecto de la traza urbana, tipo de antigüedad de las construcciones, como las particularidades de barrios, calles, edificios o sectores históricos de una localidad, son algunos de los elementos que dan una nueva visión general o parcializada de sus características”.²³

PERCEPCIÓN.- “Captación de impresiones recibidas por los sentidos en los centros nerviosos. Se llama así a toda aprehensión o captación directa y sensible de una realidad sea a través de los sentidos o de mecanismos propios de la mente”.²⁴

²²*Diccionario de Turismo*. México. Escuela Superior de Turismo. 1993, 675 p.

²³*Gaceta Oficial del Distrito Federal. ob. cit.*, 403 p.

²⁴*Glosario Terminológico de Mercadotecnia y Disciplinas Anexas*. México. Fatura. 1977, 224 p.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

RENOVACIÓN.- “Hacer de nuevo. Volver a poner de moda. Reemplazar, cambiar”.²⁵

RESTAURACIÓN.- “Es el conjunto de obras tendientes a la conservación de un monumento histórico o artístico, realizado con base en sus características históricas, constructivas, estéticas, funcionales y normales para devolverles su dignidad original”.²⁶

REVITALIZACIÓN.- “Dar nueva vida”.²⁷ “Volver hacer que viva mejor”.²⁸

²⁵*Diccionario Enciclopédico Océano*. México. OCÉANO. 1987. Tomo 4.

²⁶*Gaceta Oficial del Distrito Federal*. ob.cit., 424 p.

²⁷*Diccionario Enciclopédico Océano*. México. OCÉANO. 1987. Tomo 4.

²⁸Lic. J. Carlos Varela Cota.

METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

Planteamiento del Problema.

La investigación se realizó en el *Perímetro A* del Centro Histórico de la Ciudad de México, debido a que éste, actualmente, se calcula que cuenta con entre 14 y 16 mil comercios aproximadamente²⁹; por lo tanto, es la zona comercial de mayor importancia en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

Esta investigación se llevó a cabo durante el periodo comprendido del 10 de Julio al 30 de Diciembre de 1997, aplicando los métodos de observación directa y encuestas a través del *muestreo aleatorio simple*, y al realizar la investigación de campo nos percatamos de que no podíamos agrupar a los visitantes del Centro Histórico de la Ciudad de México debido a la variedad de segmentos a los que pertenecen³⁰.

Además con el análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas y conforme se fue desarrollando la investigación surgió una interrogante entre los integrantes del equipo: *¿Es realmente necesaria la Revitalización del Comercio en el Centro Histórico de la Ciudad de México?*. Y, por tal motivo, consideramos que la respuesta a esta interrogante es: *Sí* porque a pesar de que existe gran actividad comercial, falta todavía mejorar algunos

²⁹Dato proporcionado por la Presidente de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico.

³⁰Ver apartado del Estudio de Mercado.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

aspectos básicos para que el público en general visite con tranquilidad y alegría este lugar histórico de la Ciudad de México, ya que una gran parte de los habitantes no lo visitan por destinar sus actividades comerciales alrededor de las zonas geográficas donde viven, creando verdaderos suburbios dentro de su área metropolitana y polos de desarrollo delegacionales y municipales.

Por ello, no se puede negar que existen algunos factores que están contribuyendo al deterioro de la imagen urbana del Centro Histórico, por lo que consideramos que es necesaria la renovación de la imagen actual a una imagen más atractiva para que la estancia de cualquier persona –sociedad civil, comerciantes, turistas y autoridades– sea de lo más placentera. Para el cambio de percepción se requiere de la difusión de la nueva imagen a través de los medios masivos de comunicación.

Esta investigación presentará propuestas concretas, que sobre la base de las necesidades que nos manifestaron las personas entrevistadas, servirían para lograr una revitalización del comercio de servicios y productos que hoy se ofrecen en el Centro Histórico de la Ciudad de México, además de lograr la innovación en los atractivos y sitios de interés que forman parte fundamental de este Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Por último, debemos aclarar que nuestras propuestas van encaminadas a sólo asegurar la mejora en los aspectos fundamentales que hemos considerado al día de hoy.

Objetivo General.

Mejorar el Comercio Formal en el Centro Histórico de la Ciudad de México a través de la seguridad de quien visita este lugar y mediante su promoción con una imagen considerando las actividades laborales, comerciales, culturales, turísticas y de gobierno; y así, superar las expectativas de cualquier persona que se encuentre en este lugar con el consecuente de mayores beneficios económicos y sociales.

Objetivos Específicos.

- Promocionar al Centro Histórico de la Ciudad de México considerando la idiosincrasia de las personas que visitan este lugar.
- Difundir la nueva imagen del Centro Histórico de la Ciudad de México tomando en cuenta algunas variables que han afectado el logro de su mejoramiento.
- Lograr una participación conjunta del Gobierno, Iniciativa Privada y Sociedad Civil para mantener la nueva imagen del Centro Histórico de la Ciudad de México
- Cambiar la percepción de las personas sobre el Centro Histórico de la Ciudad de México en el ámbito nacional e internacional.
- Dar mayor difusión a los sitios de interés y eventos culturales que hay en el Centro Histórico de la Ciudad de México.
- Despertar el interés de los no visitantes del Centro Histórico de la Ciudad de México, hacia los atractivos de este lugar.
- Contribuir para que la estancia en el Centro Histórico de la Ciudad de México sea de lo más placentera en todo momento del día; dando una nueva imagen de confianza, seguridad y tranquilidad.

Hipótesis.

- La promoción del Centro Histórico de la Ciudad de México asociada a nuestra cultura, historia y raíces será factor de atracción que generará mayor afluencia de visitantes nacionales y extranjeros con el consecuente incremento en la derrama económica.
- Los aspectos de seguridad darán un mayor nivel de confianza a los visitantes del Centro Histórico de la Ciudad de México con el mayor incremento de beneficios económicos.
- Revitalizando el comercio formal en el Centro Histórico de la Ciudad de México tomando en cuenta algunas variables que afectan su imagen se podrán obtener resultados favorables para el desarrollo de las distintas actividades que se desempeñan en este lugar.
- La revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de México se puede llevar a cabo con la conjunción de acciones y esfuerzos por parte del gobierno, la iniciativa privada y la sociedad civil.
- La nueva imagen del Centro Histórico de la Ciudad de México y su difusión contribuirá al cambio de percepción de los visitantes y no visitantes de este lugar.

Variable Dependiente: Revitalización del Comercio.

Variables Independientes: Seguridad y Promoción.

Recopilación de la Investigación del 10 de Julio al 30 de Diciembre de 1997.

Para poder llevar a cabo la presente investigación el proceso a seguir fue el siguiente:

El punto de partida fue la búsqueda de trabajos e investigaciones realizadas por alumnos egresados de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), por lo que se hizo la búsqueda en la Facultad de Contaduría y Administración (FCA), Facultad de Economía y Biblioteca Central, las tesis encontradas fueron: *El Comercio Organizado del Centro Histórico del Distrito Federal*³¹, y; *El Impacto en el Comercio Organizado Provocado por las Ventas del Tianguismo*.

En la Biblioteca Central se encontró la tesis *El Perfil Social del Comercio Popular en la Ciudad de México: Caso Merced-Centro Histórico*³². En la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO), se encontró *el Seminario sobre el Centro Histórico de la Ciudad de México*³³, en el cual se abarcaron varios puntos acerca de la problemática actual del Centro Histórico; al analizar esta información nos dimos cuenta de que esta investigación se enfocaba hacia la arquitectura y conservación de edificios.

³¹UNAM-FCA, dirigida por el L.E. José Silvestre Méndez Morales. 1992.

³²UNAM-FCA, dirigida por la Dra. Araceli Jurado. 1995.

³³Consejo del Centro Histórico de la Ciudad de México y el Departamento del Distrito Federal, 1991.

Nos dirigimos al Departamento del Distrito Federal, para identificar la zona conocida como Centro Histórico (Primer Cuadro) de la Ciudad de México. Sin embargo en este lugar se nos canalizó al Archivo Histórico de la Ciudad de México, en donde la información más reciente data del año de 1990, en el libro *Del Tianguismo a la Modernización de Coabasto*. Por tal motivo, después visitamos la Delegación Cuauhtémoc porque es una parte de la demarcación del Centro Histórico, aquí encontramos una monografía y una enciclopedia y a su vez se nos comentó que esta Delegación se encuentra dividida en Subdelegaciones y que existe la Subdelegación Centro Histórico.

Al visitar la Subdelegación del Centro Histórico fuimos atendidos por el Lic. Luis S. Figueroa Solano, Jefe de la Unidad de Gobierno, quien nos dio una breve plática acerca de las funciones que desempeña esa oficina y nos proporcionó un mapa; así como también nos asesoró acerca de otras fuentes de información, las cuales son: la Coordinación Nacional de Monumentos Históricos, el Patronato del Centro Histórico y el Fideicomiso del Centro Histórico.

Posteriormente se hizo la visita a la Coordinación de Monumentos Históricos, la información obtenida fueron dos mapas y el Decreto Presidencial de 1980. En el Fideicomiso del Centro Histórico fuimos atendidos por el Arq. Jesús Carrillo, quien nos sugirió adquirir la memoria *jéchame una manita*³⁴; así mismo nos canalizó con la Sra. Guadalupe Gómez Collado, Presidente de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de la Ciudad de México A.C., quien más tarde nos concedió una entrevista³⁵ con el objeto de obtener una visión más amplia de la situación actual del Comercio Organizado.

³⁴Ver Bibliografía.

³⁵Ver Anexo I.

En el Patronato del Centro Histórico fuimos atendidos por el Lic. Jorge Nacif Mina, Vocal Ejecutivo y por el Arq. Rafael Cordero, quienes nos platicaron sobre esta institución.

Después se visitó la Subdelegación General de Limpia, ubicada en la Delegación Cuauhtémoc, en donde nos entrevistamos con el Sr. Jesús Romero Martínez, quien nos proporcionó datos acerca de la recolección de basura en el Centro Histórico. Ese mismo día se acudió a la 7ª Agencia del Ministerio Público de la Procuraduría General de Justicia, ubicada en la misma delegación, donde fuimos atendidos por el Dr. Rafael Gayol para conocer los índices delictivos en el Centro Histórico.³⁶

Aquí mismo visitamos el Área de Licencias y Permisos para solicitar información acerca de los bicitaxis, en donde nos dijeron que acudiéramos a la Secretaría de Transporte y Vialidad, en este lugar nos informaron que no existía ninguna reglamentación oficial para este tipo de transporte y, en vista del resultado obtenido, optamos por entrevistar a algunos bicitaxistas.³⁷

Se acudió al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) para buscar censos de la población que habita en el Centro Histórico; sin embargo sólo se encontró un Anuario Estadístico de la Delegación Cuauhtémoc, pero con información general de la misma; así como una Guía Turística del Centro Histórico.³⁸

³⁶Ver Anexo 2.

³⁷Ver Apartado de Estudio de Mercado.

³⁸Ver Bibliografía.

Se visitó el Colegio de Arquitectos, con la finalidad de ver si las propuestas planteadas durante el Seminario habían sido llevadas a cabo. Nos informaron que dichas propuestas únicamente quedaron escritas y nunca se llevaron a la práctica. De acuerdo con esta visita y con la información obtenida en el Seminario se acudió a Banobras, en donde sólo se consiguieron dos folletos, los cuales se enfocan a nivel Nacional y Ciudad de México.

Acudimos a Banamex y Bancomer, por ser éstas, instituciones importantes en cuanto estudios económicos se refiere, pero se nos informó que la información específica es sólo para uso interno.

Cabe mencionar que desde el principio de la investigación se estuvo tratando de conseguir una entrevista con el Sr. Guillermo Gazal, líder de los Procéntricos. A esta persona nunca la pudimos localizar en las direcciones que nos proporcionaron en la Delegación Cuauhtémoc, Subdelegación Centro Histórico y, por comerciantes del Centro Histórico. Los lugares a los que acudimos son: Las Cruces No. 12 1^{er} piso, Correo Mayor No. 91 y, en el Deportivo Nader.

También acudimos a las instalaciones del Partido de la Revolución Democrática (PRD) porque escuchamos una noticia acerca de que el Sr. Gazal y Cárdenas trabajarían juntos para resolver la problemática del Comercio Organizado, donde nos mencionaron que no tenían ni idea de quién era el Sr. Gazal.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Debido a que necesitábamos conocer la opinión de los visitantes y comerciantes, llevamos a cabo un sondeo preliminar, el cual se aplicó durante las diversas visitas hechas en el Centro Histórico.

Basándonos en toda esta información recabada llegamos a la delimitación de la investigación; es decir, a un primer planteamiento de las condiciones actuales del Centro Histórico.

Para definir la problemática, en la cual se pudiera tener las mayores oportunidades para desarrollar nuestro trabajo; se acudió al Departamento del Distrito Federal para conocer la jerarquización de la problemática existente en el Centro Histórico y cuáles eran las acciones que estaban tomando las autoridades competentes al respecto para darle solución.

Pero en esta dependencia se nos informó que cada problemática es tratada de manera independiente en los organismos correspondientes. No conformes con esta respuesta acudimos al Antiguo Ayuntamiento, en donde se nos informó que teníamos que pedir información en la Delegación Cuauhtémoc y que existía el Fideicomiso del Centro Histórico. Nos dirigimos al Departamento de Gestión Social, ubicado en el mismo edificio, en dicho lugar nos atendió el Lic. Oscar Elizalde, nos dio una breve explicación sobre las acciones que se habían tomado respecto al comercio ambulante y las plazas creadas para la reubicación de éstos; nos recomendó que visitáramos al Lic. Oscar Castro Rivas, Director General del Fondo de Desarrollo Económico y Social del Distrito Federal (FONDEDF), para que nos diera una visión más amplia sobre la participación de este organismo en el Programa de Mejoramiento al Comercio Popular.

Esta persona nos canalizó con el Lic. Ricardo Ponte R., quien nos daría una asesoría sobre el comercio, pero él nos mandó a la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), aquí nos atendió el Arq. Juan Lau, Director de Modernización, se nos proporcionó información sobre el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. Más tarde consideramos una visita a la Delegación Cuauhtémoc, en el Departamento de Vía Pública, para conocer si existía una jerarquización de la problemática y conocer que estaba haciendo esta dependencia al respecto.

En esta área nos atendió el Ing. Antonio Lugo y nos dio una plática sobre el comercio y el uso del espacio de la vía pública por parte de los *Toreros*.³⁹

En esa misma visita se acudió a la Subdirección General de Limpia, para la actualización de los datos y el Sr. Jesús Romero Martínez nos recomendó que visitáramos la Subdirección de Imagen Urbana, ahí el Sr. Rafael Rodríguez nos proporcionó la información referente a Parques y Jardines del Centro Histórico.⁴⁰ En este mismo lugar acudimos a la Subdirección de Mejoramiento Urbano⁴¹, fuimos atendidos por el Sr. José Luis García y nos proporcionó información concerniente a la imagen urbana. Para obtener información respecto a los botes de basura móviles tuvimos una plática con el Sr. Arturo Vargas.

³⁹**Toreros:** Vendedores que se dedican a poner trapos en el suelo para vender su mercancía.

⁴⁰Ver Anexo 3.

⁴¹Ver Anexo 4.

Posteriormente, se llevó a cabo una visita a la Delegación Cuauhtémoc a solicitar información sobre el número de comercios en el Centro Histórico, pero no nos fue proporcionada y nos mandaron a la Subdelegación Centro Histórico, en este lugar se nos facilitó la información correspondiente a Restaurantes, Bares y Discoteques.

Hasta este momento efectuamos una revisión y análisis de la información con el objeto de tener una delimitación del tema y, fue así como decidimos optar por la problemática referente a la Seguridad Pública, cuya decisión fue tomada basándose en la observación directa realizada en el Centro Histórico. Por tal motivo se visitó la Secretaría de Seguridad Pública, para solicitar la información acerca del personal asignado a la vigilancia en el Centro Histórico, programas, horarios de trabajo, equipo con el que cuenta para el desarrollo de sus actividades, entre otros.

Nos comentaron que la información más específica referente a de la seguridad en el Centro Histórico, fuéramos al Sector 17, más tarde se tramitó la carta para asistir a este lugar en donde nos reunimos con el Primer Oficial Guillermo Girón S., Jefe de la Unidad de Planeación y Control quien nos dio una entrevista,⁴² fue así como en este lugar se nos propuso visitar el Instituto Técnico de Formación Policial⁴³ y la Dirección de Comunicaciones.⁴⁴ Se realizaron entrevistas para conocer la opinión de los elementos de Seguridad Pública en el Centro Histórico.

⁴²Ver Anexo 5.

⁴³Ver Anexo 6.

⁴⁴Ver Anexo 7.

Asimismo, recurrimos a las embajadas de Estados Unidos, España y Francia para conocer las acciones llevadas a cabo para mantener siempre atractivos sus Centros Históricos. De estos lugares sólo podemos resaltar alguna información reciente relativa a Estados Unidos,⁴⁵ ya que en las otras embajadas no encontramos información reciente.

Por otro lado, dada la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros al Centro Histórico consideramos pertinente conocer qué servicios de asistencia turística les son proporcionados por las instituciones competentes. Para tal efecto acudimos a la Secretaría de Turismo, en este lugar se nos dijo que no se cuenta con información específica del Centro Histórico y sólo existen dos módulos de información turística. Uno de ellos en el Aeropuerto Internacional Benito Juárez y el otro en la Zona Rosa.

En el módulo de la Zona Rosa, nos auxiliaron los Licenciados José Saade Kuri, Asesor de la Dirección y; Guadalupe Lozano, Asistente del Departamento de Comunicación Social, ellos nos dieron una explicación de la manera en la que participan para la promoción de la Ciudad de México como lugar turístico, se nos facilitó folletería que se proporciona a los turistas. También nos mostraron la base de datos que esta oficina maneja en el ámbito nacional e internacional.

⁴⁵Ver Anexo 8.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

El paso a seguir fue la realización de entrevistas a turistas en el Centro Histórico. Sin embargo esto no pudo ser posible debido a que generalmente los grupos de turistas vienen acompañados de un guía; por tal razón acudimos a las centrales de autobuses de Oriente; Norte; Sur. Esto con la finalidad de realizar las entrevistas a visitantes nacionales y algunos extranjeros, pero debido a su prisa por abordar su transporte no pudimos ser atendidos. Es por ello que se tomó como alternativa hacer entrevistas vía Internet y Correo Electrónico.

Cabe hacer mención que también se visitó la Unidad Móvil de Asistencia al Turista, ubicada en la Plaza de la Constitución, que depende de la Secretaría de Seguridad Pública⁴⁶.



Simultáneamente se realizó el estudio de mercado en el Distrito Federal y Zonas Conurbadas.

⁴⁶Ver Anexo 9.

ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTA ASOCIACIÓN COMERCIANTES DEL CENTRO HISTÓRICO



Las siguientes preguntas tienen la finalidad de ayudar a la realización del Seminario de Investigación por alumnos pasantes de la Lic. en Administración y que de antemano agradecen su valiosa colaboración.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de existencia la Asociación de Comerciantes del Centro de la Ciudad de México, A.C.?
R = *30 años, fundada en 1967.*
2. ¿Cuáles son los requisitos que se deben cubrir para poder pertenecer a esta asociación?
R = *Ser comerciante y del Centro Histórico.*
3. ¿Qué tipo de miembros conforma la asociación?
R = *Todos son del mismo tipo, lo que se necesita es tener deseo de cooperación. Consejo Directivo: 42 consejeros. Se tiene un representante por calle y es el que mantiene al tanto de los problemas de esa calle.*
4. ¿Cuáles son los derechos y obligaciones de los asociados?
R = *Todos tienen el compromiso moral, de buena voluntad.*
5. ¿Cuáles son los objetivos que persiguen como asociación?
R = *Que haya un órgano civil que denuncie los problemas del Centro Histórico.*
6. ¿Aparte de esta asociación, existe alguna cámara o asociación a la que estén afiliados los comerciantes del Centro Histórico?
R = *CANIRAC: Cámara Nacional de Restauranteros, A.C.
CANACO: Cámara Nacional de Comercio. (Obligatoriedad).*

7. ¿Cuál es el número de establecimientos que existen actualmente en el Centro Histórico de la Ciudad de México y cuántos de ellos están afiliados a esta asociación?

R = *Se calcula entre 14 y 16 mil comercios debido a que cada mes se cierran unos y se abren otros. Los miembros son todos.*

8. ¿Se paga alguna cuota por pertenecer a esta asociación?

R = *Sí, \$ 600.00 pesos anuales para sueldos, luz y teléfonos. Aunque si existe alguien que pide ayuda y no paga cuota; ésta no es limitante para acudir a apoyarlo.*

9. ¿Cuáles son los problemas a los que actualmente se enfrenta el comercio organizado del Centro Histórico de la Ciudad de México?

R = *Básicamente las ventas callejeras (vendedores en vía pública) porque de ellas se deriva la inseguridad, deterioro de mobiliario urbano: banquetas, etc. Marchas, manifestaciones y plantones; así como la regulación administrativa por la corrupción. El comercio implica responsabilidad y ejercicio legal, mientras que los ambulantes son aquellos que deambulan.*

10. ¿Cuáles son las ventajas del comercio organizado en el Centro Histórico de la Ciudad de México?

R = *El Centro Histórico es una zona comercial por excelencia desde la época prehispánica, es una zona que ya ganó el comercio; es una zona acreditada que la gente ya reconoce por naturaleza. Es un lugar absolutamente posicionado por Centro Comercial. Se ha perdido un poco las calles por giro.*

11. ¿Cuáles son las desventajas del comercio organizado en el Centro Histórico de la Ciudad de México?

R = *La misma problemática, ya que los vendedores en vía pública se aprovechan del trabajo de los comerciantes organizados, además de que dificultan el acceso a los comercios.*

12. ¿Se llevan a cabo juntas o reuniones con los asociados para formular propuestas sobre algún proyecto que se tenga en mente y con qué periodicidad?

R = *Cada 15 días y se procura hacer juntas intercaladas por calles para conocer qué está pasando. Hay juntas semanales con comerciantes.*

13. ¿Cuáles son los trámites legales que hay que realizar para poder constituirse como comercio organizado en el Centro Histórico de la Ciudad de México?

R = *Aparentemente Aviso de Apertura. Sin embargo, aproximadamente, son 30 trámites tal es el caso de Bomberos que ya no existe, pero la corrupción lo exige.*

14. ¿Cuáles son los impuestos que actualmente paga el comercio organizado en el Centro Histórico de la Ciudad de México?

R = *ISR y 2% de Nómina.*

15. ¿Qué tipo de apoyo reciben por parte de las autoridades?

R = *Ninguno.*

16. ¿Qué medidas de seguridad existen en los establecimientos que permitan realizar compras de manera tranquila y segura?

R = *Por iniciativa propia. Alarmas conectadas entre las cuadras con botones colocados estratégicamente. Otros contratan seguridad privada, pero no están autorizados para portar armas. En la calle de Jesús María han hecho justicia por propia mano.*

17. ¿Qué acciones llevan a cabo los comerciantes para mantener el valor cultural del Centro Histórico de la Ciudad de México, sin perder su atractivo comercial y turístico?

R = *Especial énfasis porque están convencidos de que el valor se lo dan ellos mismos. Que tienen el privilegio de estar en la zona de mayor historia de América Latina y el enorme compromiso de mantenerlo. Se han restaurado fachadas y edificios. Pero para la autorización ni el INBA ni el INAH se ponen de acuerdo de qué época es el inmueble porque al INHA le corresponden del Siglo XIX hacia atrás, mientras que al INBA del Siglo XX hacia adelante.*

18. ¿Existe algún acuerdo con el representante de los comerciantes ambulantes?

R = *No.*

19. ¿Qué se hace cuando los comerciantes ambulantes se establecen frente a sus locales?

R = *Generalmente si se hace de manera personal se hacen daños muy fuertes. Se habla por calles, hay que tratar de limpiar por cuadras y se acude a la Delegación. Se procura que no haya enfrentamientos, sino lo que se busca es la intervención de la autoridad.*

DESGLÓSE DE DELITOS SEGÚN COLONIAS ADSCRITAS A CADA UNA DE LAS SUBDELEGACIONES EN LA DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC
ENERO A DICIEMBRE DE 1997

Colonias	D.P.A.	Lesiones	Homicidio	Robo a Negocio	Robo a Casa Hab.	Robo Repartidor	Robo a Transigente	Robo de Auto	Robo de Acc.	Robo de Vanos	Amenazas	Contra la Salud	Denuncia de Hechos	Port. De Arma Proh.	Fraude	Despojo	Otros	Total
SUBDELEGACIÓN TLATELOLCO																		
Alianza	32	30	7	34	5	22	77	41	5	27	7	6	14	3	2	2	6	320
Sta. Ma. Ja Ribera	144	141	34	165	87	89	320	343	37	181	60	60	61	10	39	15	55	1,841
Buenavista	53	37	17	52	19	20	89	60	10	67	21	58	37	5	13	4	10	572
Tlatelolco	67	70	15	30	56	49	91	143	18	58	25	12	44	4	3	3	13	701
Sta. Ma. Insurgentes	24	8	3	18	7	11	49	41	3	22	3	1	8	0	7	0	5	210
San Simón Totolhuac	27	27	6	22	15	20	50	82	19	31	13	3	16	2	0	1	9	343
SUBDELEGACIÓN TEPITO-GUERRERO																		
Peralvillo	69	62	12	54	21	28	67	177	10	52	14	11	35	0	6	7	12	637
Ex-hipódromo Peralvillo	48	61	1	68	29	23	40	127	4	38	16	9	28	3	11	3	16	525
Valle Gómez	17	15	1	13	6	10	16	43	6	9	6	4	4	0	1	0	2	153
Maza	22	8	2	20	1	2	15	35	1	6	3	4	15	1	5	0	4	144
Felipe Pescador	3	0	0	4	2	2	4	4	0	0	3	0	3	0	0	0	3	28
Morelos	78	136	46	120	35	105	319	207	9	105	23	361	96	21	10	10	25	1,706
Guerrero	259	259	45	168	88	201	660	324	68	309	82	425	249	22	44	18	52	3,273
SUBDELEGACIÓN SAN RAFAEL-ZONA ROSA																		
Juárez	272	114	13	225	34	28	314	360	15	180	31	11	77	6	86	6	67	1,839
San Rafael	107	88	16	179	35	48	152	351	21	120	23	10	52	4	20	9	29	1,264
Revolución	60	42	8	63	22	2	81	65	5	59	12	17	22	2	11	7	11	489
Cuahtémoc	153	76	6	145	40	22	228	301	17	117	76	58	57	5	33	8	39	1,328
SUBDELEGACIÓN CENTRO HISTÓRICO																		
Centro	571	783	140	1,199	126	345	1,884	594	37	792	164	594	582	88	200	41	149	8,289
SUBDELEGACIÓN ROMA-CONDESA																		
Roma Norte	346	206	30	444	98	56	369	781	42	210	58	8	117	4	79	29	74	2,951
Roma Sur	42	16	1	101	23	6	52	141	11	39	8	2	8	1	6	5	10	472
Condesa	124	47	7	134	65	28	138	523	20	74	22	7	41	1	29	3	26	1,289
Hipódromo Condesa	29	12	2	74	14	1	48	133	6	30	6	0	9	0	14	6	15	399
Hipódromo	2	1	0	2	3	0	4	19	0	3	0	0	3	0	0	1	1	39
C.U. Benito Juárez	1	0	0	2	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	6
SUBDELEGACIÓN OBRERA-DOCTORES																		
Doctores	196	229	51	163	37	76	629	344	60	228	59	147	206	8	46	20	33	2,532
Buenos Aires	9	6	3	11	3	6	28	35	2	8	4	4	2	8	0	2	3	130
Algarín	24	25	2	31	5	9	23	39	9	15	5	2	21	0	3	5	3	221
Asturias	31	23	4	32	5	10	34	63	6	22	9	6	12	0	9	3	4	273
Amp. Asturias	7	9	1	6	3	1	6	31	0	5	4	1	5	1	0	2	0	82
Paulino Navarro	6	10	6	3	2	16	16	13	0	7	6	20	7	0	1	6	3	122
Obrera	168	161	19	128	36	92	215	225	41	149	75	122	126	16	29	7	32	1,641
Tránsito	36	38	7	29	8	19	70	85	2	40	19	22	32	6	8	3	7	431
Esperanza	4	4	1	6	0	0	2	5	0	2	4	1	2	1	0	0	1	33
Vista Alegre	10	19	4	5	10	5	17	27	3	11	4	27	8	1	1	2	4	158
TOTALES	3,041	2,763	510	3,750	940	1,352	6,108	5,763	487	3,016	812	2,012	2,005	215	716	228	723	34,441
PROMEDIO	253	230	43	313	78	113	509	480	41	251	68	168	167	18	60	19	60	3,131

ANEXO 3

PARQUES Y JARDINES

PARQUE	SUPERFICIE	ANDADORES Y BANQUETAS	SUPERFICIE TOTAL	UBICACIÓN
J. Tresguerras	1,286 m ²	3,664 m ²	4,950 m ²	Emilio Donde y Plaza Ciudadela.
J. Tolsá	3,682 m ²	3,618 m ²	7,500 m ²	Enrico Martínez y Balderas.
J. San Salvador en Seco	264.20 m ²	553.60m ²	817.80m ²	Fray Servando y Nezahualcóyotl.
J. Gabriel Hernández	207.30 m ²	359.93m ²	558.23 m ²	Arcos de Belén y Gabriel Hernández.
J. San Miguel	1,080 m ²	1,904 m ²	2,984 m ²	José María Pino Suárez e Izazaga.
J. Del Árbol	500 m ²	450 m ²	950m ²	Pino Suárez, Nezahualcóyotl y Fray Servando.
J. San Jerónimo	900 m ²	1,100 m ²	2,000 m ²	5 de Febrero e Isabel la Católica.
J. Regina	400 m ²	800 m ²	1,200 m ²	Bolívar e Isabel la Católica.
J. Primo Verdad	510 m ²	900 m ²	1,410 m ²	Rep. del Salvador y Buenos Aires.
J. San Pablo	2,100 m ²	1,100 m ²	3,200 m ²	San Pablo y Médico Militar.
Plaza Solidaridad	495 m ²	4,486 m ²	4,981m ²	Balderas y Av. Juárez.
Plaza de la Ciudadela	5,632 m ²	7,400 m ²	2,293 m ²	Ernesto Pugibet, Pescaditos y Revillagigedo.
Plaza de las Vizcainas	1,877 m ²	676 m ²	2,533 m ²	Eje Central Plaza de las Vizcainas.
Plaza Torres Quintero	174 m ²	2,086 m ²	3,832 m ²	Torres Quintero y Joaquín Herrera.
Plaza Tlaxcoaque	6,500 m ²	6,445 m ²	12,945 m ²	20 de Noviembre y Fray Servando.
Plaza Pino Suárez	4,000 m ²	4,700 m ²	8,700 m ²	Izazaga y Pino Suárez.
Plaza Alonso y García Bravo	1,000 m ²	1,100 m ²	2,100 m ²	Venustiano Carranza, J. Ma. Izazaga y Roldán.
P. San Juan	1,704 m ²	1,631 m ²	3,335 m ²	Ayuntamiento, E. Pugibet, Dolores y Buen Tono.
Alameda Central	45,052 m ²	40,083 m ²	85,135 m ²	Av. Juárez, Av. Hidalgo, Doctor Mora y Angela Peralta.
Plaza Loreto	470 m ²	m ²	470 m ²	J. Sierra y San Ildefonso.
Plaza de la Concepción	421 m ²	m ²	421 m ²	Belisario Domínguez y Eje Central.

ANEXO 4

VISITA SUBDIRECCIÓN DE MEJORAMIENTO URBANO

Información proporcionada por el Sr. José Luis García

Es notorio que el área más densamente poblada en cuanto a monumentos conmemorativos, fuentes y relojes monumentales; la posee la Delegación Cuauhtémoc y es función de esta unidad entre otras, realizar un mantenimiento constante para conservación de los mismos; ya que estos constituyen un patrimonio histórico y que es un compromiso con las generaciones venideras legarlos en las mejores condiciones.

En esta delegación se llevan a cabo cuando menos tres manifestaciones por semana; lo cual representa una gran movilización del personal para brindar el apoyo necesario a fin de que dichas contingencias sean atendidas oportunamente y la imagen urbana de esta demarcación no sea deteriorada.

Es importante hacer mención del mantenimiento que se ha venido dando a las principales avenidas de esta jurisdicción en cuanto a la construcción y colocación de arriates, pintura en señalización vial y peatonal, balizamiento; así como la reparación de cintarillas, guarniciones y aplicación de pintura en las mismas; con la finalidad de ayudar a una mejor vialidad, además de preservar la imagen para el bienestar de los visitantes de esta zona urbana y así para los que en ella habitan.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Se realizan acciones en cuanto al apoyo a diversos programas extraordinarios de trabajo, en coordinación con las diferentes direcciones, subdelegaciones y oficinas encargadas de las mismas.

- Programas para el Bienestar de la Ciudad de México.
- Programa Permanente para el embellecimiento del Centro Histórico.
- Programa de Balizamiento Vial y Peatonal.
- Programa de Lavado de Plazas.
- Programa de Martes Vecinal.
- Programa de Recuperación de la Imagen Urbana en Avenidas Principales de esta Delegación.
- Programa de la Dirección General de Prevención y Control de la Contaminación del Departamento del Distrito Federal.
- Apoyo a desalojo de personas que invadieron predios.

En los meses de Julio y Agosto del presente año, se llevó a cabo el retiro de propaganda política (colgajes y pegas), derivados de la campaña para la elección del Gobierno del Distrito Federal, en el cual se conjuntaron los esfuerzos de las distintas áreas que integran esta unidad para que en muy corto plazo las calles y avenidas quedaran limpias de dicha publicidad.

En el presente año se crea la Sección de Supervisión con la finalidad de determinar la cuantificación de trabajos a realizar, verificación de domicilios y de la problemática por los ciudadanos, según sea el caso, se generan órdenes de trabajo a las áreas que corresponda, verificación de los trabajos realizados; además se realizan encuestas a giros mercantiles que en coadyuvancia con la Dirección General de Prevención y Control de la Contaminación del

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Departamento del Distrito Federal en restaurantes, puestos semifijos, baños públicos, hoteles, tortillerías y panificadoras; operación de limpieza y desengrase, talleres de hojalatería y pintura con el objeto de determinar sus emisiones de contaminación, supervisiones especiales (cuantificación de monumentos, estatuas, esculturas, bustos y copas ornamentales). Asimismo se costean los trabajos realizados, se efectúan actas de entrega y croquis.

Se crea la Sección de Emergencia (arbolado) con el objeto de cubrir las emergencias ocasionadas por acciones y por fenómenos naturales, en cuanto a árboles se refiere; además se atienden las demandas ciudadanas en lo relativo a podas en los diferentes sistemas; apoyando a diversas actividades emergentes de las diferentes áreas que conforman la misma.

Además de las oficinas de monumentos y fuentes, se creó la Oficina de Mantenimiento Urbano, que comprende las secciones de herrería y pintura.

Oficina de Monumentos.- Objeto prioritario: el mantenimiento y conservación de 287 piezas entre ellas monumentos, estatuas, esculturas, bustos y copas ornamentales. De acuerdo a los programas cívicos y culturales establecidos se realiza:

- Limpieza general, el abrillantamiento (Patina), borrado de pintas sociopolíticas de los mismos.
- Lo referente a relojes monumentales, existen 23 de los cuales actualmente se encuentran en funcionamiento 11 de ellos, se realiza chequeo y verificación de la hora; además de la limpieza y lubricación de la maquinaria.

No se han proporcionado refacciones para la reparación de los relojes que no funcionan.

Obra Civil.- Dentro de su ámbito laboral, realizan como actividad principal la restauración de cintarillas y guarniciones, bancas y juegos infantiles de concreto, elaboración de jardineras, apoyo al mantenimiento de bodegas; así como la construcción de otras.

Oficina de Fuentes.- Ya se integró a esta unidad. En marzo de 1995 de las 156 fuentes existentes se encontraban funcionando 90. En 1996 no llegó en su totalidad el material solicitado; sin embargo se rehabilitaron un total de 16 fuentes. También se construyó una nueva fuente en Garibaldi: "La Amargura".

En el presente año se lleva a cabo un Programa de Rehabilitación de Fuentes, quedando en operación 26; asimismo se retiraron 4 por obras de interés social, actualmente funcionan 107.

ANEXO 5

SECTOR 17 CENTRO HISTÓRICO

*Primer Oficial Guillermo Girón S.
Jefe de Unidad de Planeación y Control*

Existen 2 direcciones en la policía del D.F.

- **Policía Metropolitana:** agrupamientos que son de apoyo para todos los sectores: granaderos, motopatrullas, bomberos, zorros, etc.
- **Policía Sectorial:** todos los sectores en que está dividido el D.F., tienen un área de responsabilidad y delimitación.

¿Cuál es el número de elementos que se encargan de la seguridad pública en este lugar?

963 elementos distribuidos en los 5 subsectores.

¿Cuáles son los turnos de trabajo que cubren ambos elementos?

Jornadas que cubren las 24 horas: 3 turnos de 8 horas, las patrullas cubren 12 horas y son relevadas, las rondas Pie-Tierra son 2 turnos de 8 horas.

¿Cuáles son los requisitos que se deben cubrir para poder ser elemento de seguridad pública?

- * Certificado de Secundaria.
- * Acta de Nacimiento.
- * No tener antecedentes penales.
- * Examen Psicométrico.
- * Permanencia durante 6 meses en el Instituto Técnico de formación Policial.

¿Cuáles son las calles en las que se encuentran ubicados?

En todas las calles en diferentes rondas.

¿Cuál es el tipo y número de unidades disponibles para el desempeño de las actividades de seguridad?

170 unidades móviles: patrullas, grúas y motocicletas; 16 caballos (es apoyo metropolitano fijo) y 26 elementos caninos de diferentes razas.

¿Con qué periodicidad se le da mantenimiento a estas unidades?

Se da un mantenimiento preventivo en las instalaciones de Balbuena con base en un programa anual, pero en caso de ser necesario existe un mantenimiento extraordinario en talleres particulares de acuerdo con el presupuesto.

¿Qué acciones se realizan para motivar a los elementos de seguridad pública y vialidad?

A cada sector se le pide que haga una evaluación mensual de los elementos para que de esta forma se haga el reconocimiento de aquéllos con el mejor desempeño. Asimismo, se les da una gratificación en efectivo y de ser posible se solicita su promoción o ascenso a través de los cursos de promoción que se imparten en el Instituto.

¿Qué medidas se toman en caso de que algún visitante del Centro Histórico fuera objeto de algún ilícito o sufriera algún accidente?

En caso de que alguna persona reciba alguna agresión o sea objeto de robo, se canaliza a la Agencia Investigadora especializada que se encuentra en la Zona rosa; mientras que en caso de padecimientos físicos se pide el apoyo de la policía metropolitana vía radio, ya que se hace un enlace a través del 06 o 08 en las instalaciones de la Secretaría de Seguridad Pública, pero de hecho los elementos tienen conocimientos de primeros auxilios y enfermedades más comunes para prestar ayuda inmediata.

¿La unidad móvil de Asistencia a Turistas que se encuentra ubicada en la Plaza de la Constitución depende de este sector?

Sí, el personal es poliglota hablan 6 idiomas.

¿Cuál considera que han sido los principales factores que han impedido el combate a la delincuencia?

Los medios de comunicación ya que han "satanizado" la actividad policiaca al distorsionar los hechos. Considero que hace falta apoyo por parte de éstos y del público para poder realizar nuestras actividades.

¿Qué se hace para mejorar los programas de trabajo?

Se realizan juntas con los comités delegacionales, en los que participan los presidentes de manzana, para conocer los problemas y los lugares con mayor problemática.

¿Cuáles son las zonas de mayor riesgo dentro del Centro Histórico?

Los límites del Anillo de Circunvalación y límites de la Merced debido a que existe el asalto de todo tipo y la prostitución.

¿Existe algún módulo de vigilancia dentro del Centro Histórico?

No, porque la cobertura de servicios hace ágil el combate de la delincuencia; además es una área de responsabilidad chica y, por otro lado, el cuartel existe en la zona y de éste salen todos los recursos.

OPERATIVOS DE PREVENCIÓN Y DISUASIÓN

Alerta.- Prevenir robo a comercios.

Centinela.- Patrullas para prevenir el robo con violencia y de vehículos.

Relámpago.- En diferentes paraderos del Sistema de Transporte Público y en estaciones del Metro.

Protección Obrera.- Vigilancia compartida.

Robo de Autos y Partes.- Evitar robo de autos y partes.

Escarlata.- Revisión en corralones para recuperar vehículos en tianguis y depósitos.

Rima.- Respuesta Inmediata de Máxima Alerta.

Contacto.- En mercados, tianguis populares, bodegas mercantiles, mercancía robada y de contrabando.

Omega.- Vehículos de procedencia extranjera.

Aries.- Delitos contra la salud, venta y consumo de estupefacientes.

Protección Escolar.- Protección en escuelas, alumnos, maestros y padres de familia.

SUBPROGRAMAS DELEGACIONALES VIGENTES

Vigilancia Compartida.- Establecer coordinación permanente con los órganos de presentación social y privados para que las acciones operativas de patrullas a través de las zonas correspondientes alcancen la optimización de las metas.

Protección a Escolares.- Brindar protección (protescolar). Seguridad administrativa y material didáctico de los planteles de educación Preprimaria, Primaria, Secundaria y Nivel Medio Superior en el D.F. de las acciones delictivas.

Mejoramiento Vial.- Reestructurar y modernizar la infraestructura vial, mediante la regularización de las vías de circulación, acceso y penetración dentro de la jurisdicción del D.F. y zonas conurbadas.

Rescate de Emergencia.- Brindar auxilio a la población en situaciones de emergencia y siniestros.

Protección del Hogar.- Proporcionar protección y seguridad a los habitantes del D.F. durante las 24 horas del día.

Apoyo a Eventos Sociales.- Proporcionar los servicios necesarios de vigilancia, seguridad, vialidad y orden público antes, durante y después del desarrollo de diversos eventos especiales.

Protección de Instalaciones de Alto Riesgo.- Proporcionar protección y seguridad a los diferentes oficiales de alto riesgo.

Para Contrarrestar el Robo de Vehículos y Autopartes.- Erradicar la compra-venta de vehículos y autopartes de procedencia dudosa, solucionar o remitir a las personas que participan en dichas actividades ilícitas.

Protección Turística.- Proporcionar protección, seguridad e información a los residentes así como a los turistas nacionales y extranjeros que acuden a los principales sitios de interés del D.F.

Distribución Nocturna.- Proporcionar protección y seguridad en los vehículos de transporte público, así como brindar las facilidades necesarias de vialidad dentro de un horario de las 12:00 a.m. hasta las 05:00 a.m.

Escarabajo.- Brindar vigilancia y seguridad en las inmediaciones de las instituciones bancarias así como a los empleados y cuentahabientes de las mismas.

Conjunto.- Se aplican diversas acciones operativas diariamente para efectuar la vigilancia en conjunto contra la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal en las colonias más conflictivas y delegaciones de mayor índice delictivo.

Chatarra.- Retirar vehículos que se encuentran abandonados en la vía pública y que sean objetivo de alguna averiguación previa, siendo remitidos hacia los depósitos correspondientes.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Cabe señalar que la preparación es la misma para ambos sexos. Una vez concluido este mes los elementos adquieren la categoría de Policía Preventivo.

También existen cursos de superación, los cuales son opcionales y entre los que se encuentran:

- Formación de instructores de tiro.
- Básico de formación especial de rama y comunicaciones.
- Granaderos.

Escala Jerárquica:

Las categorías se encuentran de la siguiente manera:

POLICÍA:

- Policía Tercero.
- Policía Segundo.
- Policía Primero.

OFICIALES:

- Suboficial.
- Segundo Oficial.
- Primer Oficial.

INSPECTORES o JEFES:

- Subinspector.
- Segundo Inspector.
- Primer Inspector.

SUPERINTENDENTES:

- Segundo Superintendente.
- Primer Superintendente.
- Secretario de Seguridad Pública. (Superintendente General).

Toda la carrera policial está a cargo de una Comisión Técnica de Selección y Promoción que es para toda la policía del Distrito Federal. Tiene a su cargo:

- Expedición de convocatorias para el ingreso de los aspirantes, así como diferentes cursos de promoción para las plazas vacantes.
- En el curso básico seleccionan al personal con una evaluación objetiva. Asimismo para las plazas que habrán de ocupar los elementos al término del Curso Básico.
- Realizan evaluaciones de las actividades que desarrollan todos los elementos de la policía del Distrito Federal para tener la excelente formación de los elementos.

El Instituto aún carece de instalaciones que brinden una mejor preparación a sus aspirantes, ya que debido a las limitaciones en el presupuesto no se ha podido llevar a cabo el proyecto de construcción de un gimnasio y una alberca.

Área de Servicio Médico.

El Instituto también cuenta con una área de servicio médico en donde se les atiende a todos y cada uno de los elementos policiacos de manera gratuita para que éstos se encuentren en condiciones sanas al momento de llevar a cabo sus diversas actividades. Se dispone de tres médicos generales y dos odontólogos. Se les brindan las siguientes atenciones: Traumatología, Ortopedia y Oftalmología.

El uniforme y los zapatos son proporcionados por la Secretaría de Seguridad Pública.

Área de Peluquería.

También se cuenta con una área de peluquería en donde se les proporciona dicho servicio a todos los elementos de la corporación

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL INSTITUTO.

- I. Dirección General.
- II. Dirección Ejecutiva.
- III. Dirección Administrativa.
- IV. Dirección Académica.
- V. Dirección de Servicios Escolares y Apoyo Académico.

Actualmente se está analizando la posibilidad de ampliar el periodo del Curso Básico de Formación Policial. Se hace todo lo humanamente posible para transmitir la actitud de servicio y erradicar la corrupción. Por ello, en la actualidad, se han integrado al campo de trabajo los alumnos de la primera generación de la Licenciatura en Policía Preventiva, cuya duración es de 4 años y en la que se requiere el bachillerato terminado.

ANEXO 7

VISITA CENTRAL DE RADIO

*Primer Oficial Eliseo Santibañez Jiménez
Jefe de la Unidad Departamental de Central de Radio*

Se encuentra ubicada en el 9º Piso de la Secretaría de Seguridad Pública y se cuenta con las siguientes áreas:

Áreas de 06 y 08.- Líneas telefónicas para el apoyo de la ciudadanía. Ofrece el servicio de información concerniente a la nomenclatura de la Ciudad de México, zonas de conflicto vial, ubicación de edificios públicos, delegaciones, hospitales, agencias del ministerio público, ubicación de otros lugares. Asimismo, captura de emergencias del público tales como: personas en estado de ebriedad, asaltos, riñas, secuestros, derrumbes, incendios, etc. Para lo cual se solicitan los datos referentes al nombre del denunciante, lugar, problema y domicilio para que la unidad de patrullaje acuda a la zona y brinde el auxilio solicitado.

Área de Radio.- Tiene una cobertura en el Distrito Federal de las 16 delegaciones dentro de cada una existen 4 ó 5 sectores. Todo lo que se genera por el 06 ó 08 se transmite a cada delegación que corresponde para comunicarse con la patrulla más cercana y se debe hacer un reporte vía radio, que de acuerdo a la zona de trabajo se hacen llegar los medios tales como: ambulancias, bomberos, protección civil, hidráulica y rescate de personas atrapadas. En cada auxilio se tendrá que hacer un reporte detallado desde la solicitud de éste y su consecución.

Área de Mapeo.- Este sistema computarizado lleva funcionando 2 años y la tarea principal es la localización vehicular de las unidades móviles en servicio; así como el seguimiento en caso de persecución por aire, tierra y mapeo.

Cabe mencionar que a raíz de 1997 se tienen cámaras instaladas en las zonas que se consideran que puede haber un problema.

SOMETHING OLD, AND NEW

Finding Dollars and Sense In Historic Preservation

By James Andrews
Staff writer at The Christian Science Monitor

BOSTON

HISTORIC preservationists often are regarded – with some justification – as people who breathe in the present but who live in the past.

But many preservationists are looking up from their history books and out from their lovingly restored cupolas onto the surrounding communities.

People who long focused primarily on preserving individual buildings and sites that are historically important or culturally noteworthy are adopting a broader agenda to project the quality of life in the places where many Americans live.

Meanwhile, urban planners, municipal officials, community organizers, and others are seeing historic preservation as a tool to enhance the livability and quicken the economies of the cities and towns.

“Economics is taking its rightful place as one of the pillars on which the historic-preservation movement rests,” says Don Rypkema, a real-estate development consultant in Washington.

Across the urban landscape, the past and the present, culture and commerce are commingling in new ways. People are forming alliances that many preservationists once would have deemed unholy and that many bottom-line types would have seen as pointless.

Witness the theme of the 48th National Preservation Conference held recently in Boston: “Preservation, Economics, and Community Rebirth.”

Besides the usual blend of historians, historical-society members, and architects, the more than 2,500 participants at this year’s preservation conference included federal and state housing and transportation officials, state and local politicians, city planners, commercial developers, and bankers.

More and more, such people are recognizing historic preservation not only as a way to attract tourists and boost property values, but also as a means to stimulate other economic activity in communities.

The primary focus of both preservationists and pragmatists in this regard is on revitalizing small business districts.

The decline is attributable partly to population shifts as people move away from small towns or out from city centers, and partly to the gravitational pulls of outlying malls and discount stores.

In 1980 the National Trust for Historic Preservation, the nation’s largest preservation organization, formed the Nation Main Street Center (NMSC) as a catalyst to revitalize small downtown and neighborhood business districts. The NMSC is not a funding body, but it advises city governments and community groups on setting up organizations to manage Main Street Projects, obtaining local financing, design enhancements, and advertising and promotion for small businesses in the shopping districts.

Today, about 1,000 communities in 37 states have Main Street projects, says Kennedy Smith, director of the NMSC. As of the end of 1993, Ms. Smith reports, the program had resulted in a net gain of 23,000 new business, 80,000 new jobs, 33,500 building rehabilitations, and 3.6 billion for physical improvements.

Last week Boston Mayor Thomas Menino and the National trust announced the creation of the first Citywide Main Street program. The coordinated program, to be officially launched next year, will bring revitalization projects to about 20 Boston neighborhoods.

Mr. Menino says he fears became excited about the main street program in 1984, win as a Boston City councilor representing the city’s Roslindale neighborhood he introduced a successful main street project in the community.

Numerous other large cities have all ready expressed in Boston’s approach, Smith says.

Says Mr. Rypkema, the consultant whose clients include the NMSC, “Economic development through historic preservation works.”

ANEXO 9

UNIDAD MÓVIL DE ASISTENCIA TURÍSTICA

En esta unidad son proporcionados los servicios de orientación acerca de lugares de interés comercial, gastronómico y cultural. El personal que labora en este lugar tiene dominio de los idiomas: Inglés, Italiano y Francés; así como conocimientos de primeros auxilios. El horario de servicio es de 08:00 a 20:00 hr. con 2 turnos de 6 hr. cada uno y 3 personas por turno.

Asimismo, se cuenta con folletería que es proporcionada por la Oficina de Turismo del Departamento del Distrito Federal que se encuentra ubicada en la Zona Rosa.

Por otro lado, en caso de emergencias se solicita el apoyo via radio al Sector 17 de Seguridad Pública.

ESTUDIO

DE

MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO

La presente investigación llevada a cabo estuvo enfocada a lo siguiente:

PROBLEMA: Analizar la situación actual de los diferentes sectores que desarrollan actividades en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

OBJETIVO GENERAL: Identificar la percepción de las personas que se encuentren desarrollando alguna actividad en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

I. VISITANTES Y NO VISITANTES:

- Identificar los motivos de asistencia de los visitantes al Centro Histórico de la Ciudad de México.
- Identificar los motivos de no asistencia de los no visitantes al Centro Histórico de la Ciudad de México.
- Conocer los aspectos de mayor atracción para los visitantes del Centro Histórico de la Ciudad de México.
- Identificar las características que los no visitantes desearían encontrar en el Centro Histórico de la Ciudad de México.
- Identificar las ventajas y desventajas del Centro Histórico de la Ciudad de México, respecto a otras zonas comerciales de la Ciudad de México.

II. COMERCIANTES ESTABLECIDOS:

- Conocer el horario de trabajo de los establecimientos.
- Conocer la existencia de pertenencia a alguna Asociación o Cámara.
- Conocer la problemática que enfrentan actualmente dichos establecimientos.
- Conocer la participación respecto a la solución de dicha problemática.
- Conocer el apoyo proporcionado por parte de las autoridades.
- Conocer las ventajas y desventajas de dichos establecimientos respecto a otros similares.
- Identificar los medios que utilizan para dar a conocer la existencia de su establecimiento.
- Identificar las medidas de seguridad con las que cuentan dichos comercios.
- Conocer el grado de participación de los comerciantes establecidos para mantener el valor cultural del lugar.

III. SEGURIDAD PÚBLICA:

- Conocer los factores que limitan el desempeño de sus actividades.
- Conocer la opinión respecto al equipo auxiliar para el desarrollo de sus labores.
- Identificar las zonas de mayor conflicto dentro del Centro Histórico de la Ciudad de México.

IV. BICITAXISTAS

- Identificar el grado de disposición respecto a la creación de un reglamento que regule el servicio que prestan.
- Conocer la existencia de Asociaciones.
- Conocer la frecuencia de mantenimiento de las unidades.
- Conocer las garantías que se ofrecen al usuario de este servicio.
- Conocer el número de unidades que prestan este servicio.

POBLACIÓN DE ESTUDIO: Habitantes del Distrito Federal y Área Metropolitana.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA:

SEXO: Masculino y Femenino.

EDADES: Entre 14 y 70 años.

OCUPACION: Amas de casa, estudiantes, empleados y jubilados.

INGRESOS: No se hizo una clasificación, debido a la gran diversidad socioeconómica de las personas que acuden a este lugar.

TAMAÑO DE LA MUESTRA:

30 visitantes (mañana, tarde y noche) porque se realizaron en las calles del Centro Histórico y éstos contaban con un tiempo limitado para responder a nuestras preguntas.

20 comercios establecidos, estas encuestas fueron efectuadas en los locales comerciales en donde se observó menor afluencia de compradores porque de esta forma los dueños o encargados se mostraban accesibles para contestar.

7 elementos de seguridad pública, debido a que los superiores les indicaban que no estaban autorizados para este tipo de cuestionamientos y que su función era cumplir con su deber.

10 bicitaxistas porque la mayoría de las unidades se encontraban en servicio y sólo algunas estaban en espera de clientela.

200 encuestas en el Distrito Federal y Área Metropolitana que fueron hechas a personas de ambos sexos, de edades que oscilan entre 14 a 70 años y diferentes niveles socioeconómicos.

La selección del tamaño de la muestra estuvo en función de las limitaciones de tiempo de cada uno de los grupos entrevistados.

TIPO DE MUESTREO: El tipo de muestreo que se utilizó fue el Aleatorio Simple, ya que todas las personas tienen la misma probabilidad de ser entrevistadas.

A continuación se presentan las encuestas realizadas:

RESUMEN DE LAS ENCUESTAS A LOS VISITANTES DEL CENTRO HISTÓRICO

<i>FACTOR ANALIZADO</i>	<i>ENCUESTAS MAÑANA/TARDE</i>	<i>ENCUESTAS NOCHE</i>
Motivo	<ul style="list-style-type: none"> • Compras. • Paseo cultural. • Visita a familiares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabaja en la zona. • Vive. • Para conocerlo. • Por tradición. • Comercios.
Frecuencia de Asistencia	1 vez al mes	<ul style="list-style-type: none"> • Diario. • 2 a 3 veces semana.
Horario de Asistencia	De 10:00 de la mañana a las 6:00 de la tarde.	<ul style="list-style-type: none"> • Mañana: desde las 09:30 ó 10:00. • Tarde/Noche: 3:00 ó 5:00 hasta las 12:30 ó 05:00 a.m.
Más Gusta	<ul style="list-style-type: none"> • Monumentos, edificios coloniales y museos. • Variedad de productos y tiendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura: Catedral, Templo Mayor y Bellas Artes. • Comercios. • Danzas.
Más Desagrada	<ul style="list-style-type: none"> • Basura. • Tráfico excesivo: ambulantes, mucha gente y descarga de mercancía. • Inseguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tráfico. • Nada. • Policías y ambulantes. • Mucha gente. • Basura y Smog: aspecto de descuido.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

<i>FACTOR ANALIZADO</i>	<i>ENCUESTAS MAÑANA/TARDE</i>	<i>ENCUESTAS NOCHE</i>
Lo que le Gustaría que Hubiera	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza. • Seguridad. • Discoteques. • Lugar de juegos típicos de nuestro país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Módulos de información y guías para dar a conocer nuestra cultura. • Centros recreativos y juegos para niños. • Eventos más baratos y actividades al aire libre, porque sólo hay en el Festival del Centro Histórico; al menos en fines de semana. V.g.: estudiantinas, etc. • Rescate de ruinas arqueológicas. • Nada, así está bien. • Más cines.
Opinión sobre el Centro Histórico	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar comercial y turístico, pero en el que se está deteriorando su imagen debido al descuido de sus monumentos y edificios, por la basura y los ambulantes. • Parte del Patrimonio de la Humanidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Está bien. • Lugar de caos y desastre. • Un lugar de inseguridad. • Lugar bonito, pero sin ambulantes. • Es todo: lugar turístico, comercial y conflictivo.
Opinión sobre Visitantes del Centro Histórico	Gente de todos los niveles, unas que están por obligación; otros que realizan visita de placer.	Es muy variada: trabaja, realiza compras, va de paseo: turismo nacional e internacional, interesada en conocer las cosas bonitas de México.
La Seguridad que Tienen al Asistir al Centro Histórico	No muy seguro.	<ul style="list-style-type: none"> • No muy seguro. • Seguro.
Problemática Actual	<ul style="list-style-type: none"> • Ambulantes. • Inseguridad pública. • Falta de fomento como lugar bonito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio Ambulante: riñas. • Delincuencia. • Marchas y mítines. • Gente que viene de fuera: se queda a dormir y tira basura. • Muchos cuerpos de policía: granaderos, judiciales.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

<i>FACTOR ANALIZADO</i>	<i>ENCUESTAS MAÑANA/TARDE</i>	<i>ENCUESTAS NOCHE</i>
Propuestas de Solución	<ul style="list-style-type: none"> • Reubicación de ambulantes en los alrededores. • Conscientización de todos para mantener en buen estado la infraestructura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reubicación de los ambulantes en Plazas. • Mayor vigilancia y seguridad. • Que hubiera un lugar a dónde poder ir a reclamar sin tener que provocar el cierre de calles. • Más empleos. • Conscientización de todos.
Opinión sobre la Atención de los Comerciantes	Regular porque a veces se molestan de que uno les pregunte.	Varía dependiendo del comercio porque a veces atienden bien y otras mal.
Opinión sobre el Comercio Ambulante	Es molesto, ya que hay que esquivar sus puestos del suelo.	Tiran basura y no dejan pasar por las calles.
Opinión sobre la Circulación Vial	Pésima, muy lenta.	<ul style="list-style-type: none"> • Pésima, cada vez está peor. • Se ve afectada por las marchas. • Está bien. • Sería conveniente sólo en determinadas horas. • Regular. • Muy excesiva demasiado vehículo pesado.
Opinión sobre la Distribución de los Comercios	<ul style="list-style-type: none"> • Se está perdiendo la distribución de los comercios. • Así está bien. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mala porque están como quieren. Es confusa porque está un poco "regada". • Está bien porque depende de los edificios ya establecidos.
Asistencia a Restaurante, Bar o Disco	<ul style="list-style-type: none"> • No. • Sí: Sanborns, Potzolcalli, Arbys. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí: Sanborns, Vips, McDonald's, Burger Boy, La Montañesa, Café Tacuba, Bar Roco, La Vecindad. • No

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

<i>FACTOR ANALIZADO</i>	<i>ENCUESTAS MAÑANA/TARDE</i>	<i>ENCUESTAS NOCHE</i>
Propuestas para la Conservación del Atractivo Comercial y Turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Conservación de edificios y construcciones arquitectónicas. • Limpieza y solución a marchas. • Mayor difusión de los eventos culturales y artísticos a través de módulos y guías en donde se brinde información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Módulos de información para aprovechar el turismo y dar a conocer nuestra historia. Debido a que es muy fácil perderse. • Mayor difusión de eventos culturales (conciertos al aire libre y material artístico) e instalaciones porque cada calle es maravillosa. • Reinstalación de ambulantes, apoyo a comercio organizado y mejor atención a clientes.
Necesidad de Revitalizar el Comercio en el Centro Histórico	<ul style="list-style-type: none"> • Sí porque la gente ha dejado de asistir por temor a formar parte de los pleitos. • No porque viene mucha gente a comprar cosas baratas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí porque la gente ha dejado de visitarlo por acudir a otros centros comerciales tal vez porque hay negocios que están mal, ya se ven feos. • No porque viene mucha gente porque saben que hay de todo y existen cosas que no encuentran en otros centros comerciales.

<i>FACTOR ANALIZADO</i>	<i>ENCUESTAS NOCHE</i>
Opinión sobre la Seguridad en la Noche	<ul style="list-style-type: none"> • Si en el día no es seguro, menos de noche. • Sí han estado hasta las 12:30 y 5:00 a.m. y no les ha pasado nada.

RESUMEN DE ENCUESTAS A COMERCIANTES ORGANIZADOS DEL CENTRO HISTÓRICO

FACTORES ANALIZADOS	
HORARIO DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">• De 10:00 a.m. a 19:30 p.m.
PERTENENCIA A ASOCIACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• La mayoría no pertenece a alguna asociación.• Cámara de Comercio.• Procéntricos (Sr. Gazal).• Asociación de Comerciantes del Centro Histórico.
PROBLEMÁTICA	<ul style="list-style-type: none">• Ambulantes.• Inseguridad: asaltos.• Manifestaciones.
ACCIONES LLEVADAS A CABO PARA RESOLVERLOS	<ul style="list-style-type: none">• Peticiones a las autoridades.• Ninguna.
APOYO RECIBIDO POR PARTE DE AUTORIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Ninguno.• Vigilancia, aunque no está cuando se necesita.• Programas de seguridad limpieza y drenaje.
VENTAJAS DEL ESTABLECIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">• Precios bajos.• Calidad.• Variedad.• Son fabricantes.• Ubicación.• Atención al público.
DESVENTAJAS DEL ESTABLECIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">• Mayoristas.• Ubicación.• Presentación de la tienda.• Competencia.

RESUMEN DE ENTREVISTAS A ELEMENTOS DE SEGURIDAD PÚBLICA

De acuerdo a las observaciones y a las 7 entrevistas realizadas se llegó a las siguientes conclusiones:

Los problemas que actualmente enfrentan son:

- Ambulantes, porque se ponen a como de lugar en las banquetas, pasos peatonales y otros lugares públicos.
- Altos mandos que limitan al personal a que únicamente se encuentren en el Centro Histórico sólo de presencia, sin poder hacer ni decir nada.
- Falta de profesionalización de la actividad policiaca.
- A través de los años, los medios de comunicación han contribuido al deterioro de la imagen policiaca.
- Incremento de la delincuencia en la zona.
- A pesar de que 5 de los 7 entrevistados dijeron que el equipo con el que cuentan es el adecuado para el desempeño de sus actividades, nos dimos cuenta de que éste no reúne las características necesarias para hacer frente a los delincuentes y emergencias debido a que sólo algunos cuentan con chaleco antibalas y el arma predominante es una macana.
- Los elementos encargados de la seguridad pública en el Centro Histórico no son suficientes, hacen falta elementos mejor capacitados.
- Las zonas de mayor riesgo e inseguridad dentro del Centro Histórico son: Tepito, Lagunilla, Merced, Carmen y toda la zona comercial porque se han

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

detectado a personas (*coyotes*) que están cuidando a turistas para aprovechar su desconocimiento de éste y de esta forma robarles.

OBSERVACIONES COMPLEMENTARIAS.-

- Los elementos policiacos se encuentran principalmente en la Plaza de la Constitución y calles principales: Pino Suárez, 20 de Noviembre, 5 de Febrero, 16 de Septiembre, Venustiano Carranza y Madero.
- El personal se va rotando por las diferentes zonas del D.F. y el área metropolitana, y a su vez la ubicación en las calles del Centro Histórico va cambiando.
- No cuentan con un lugar digno para tomar sus alimentos y éstos no tienen un nivel nutritivo que contribuya a una dieta balanceada para el mejor desempeño de sus actividades.
- No hay una comunicación entre jefes (superiores) y subordinados que permita poner de manifiesto las necesidades y desacuerdos del personal de seguridad pública.
- No todos los elementos cuentan con radios (equipos) de comunicación.

RESUMEN DE ENTREVISTAS A BICITAXISTAS

De acuerdo a las entrevistas que se aplicaron a los bicitaxistas del Centro Histórico, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Todos los bicitaxistas están de acuerdo en portar un uniforme que los identifique y de una buena imagen.
- El color que les gustaría utilizar es verde ecológico, aunque otros opinaron que combinado con blanco o azul cielo con blanco. Este uniforme obviamente será Pants y Tenis.
- A las unidades que circulan en el Centro Histórico de la Ciudad de México, el mantenimiento se les da cada 8 días o 2 veces por semana.
- No existe una tabla oficial de tarifas, la cual señale el precio de acuerdo al recorrido.
- Los Bicitaxistas están de acuerdo en contratar los servicios de una Aseguradora, pero dicen que es cuestión de llegar a un acuerdo con el dueño de las unidades.
- Cada una de las Asociaciones de Bicitaxistas tienen un lugar específico en donde guardan sus unidades.
- Todos los Bicitaxistas están de acuerdo en que exista un Reglamento que regule su tránsito.
- Consideran importante el que todas las unidades que transitan en el Centro Histórico de las Ciudad de México, sean del mismo diseño y color.
- El color que les gustaría que tuvieran las unidades es verde ecológico, puesto que son vehículos que no contaminan.
- No están de acuerdo los Bicitaxistas en que cada una de las Asociaciones tengan una ruta establecida de recorrido, ya que por el momento se encuentran bien.

RESUMEN DE ENCUESTAS EN EL DISTRITO FEDERAL Y ÁREA METROPOLITANA

PREGUNTA GENERAL.

PREGUNTA 1:

¿Visita usted el Centro Histórico de la Ciudad de México?

De un total de 200 encuestas, 121 personas que representan el 61% contestaron que no asisten al Centro Histórico de la Ciudad de México, de las cuales el 52% son mujeres y el 9% hombres; mientras que 79 personas que representan el 39% si lo visitan del cual 27% corresponde al sexo femenino y el 12% al sexo masculino. (*Ver Gráfica 1*).

PREGUNTAS A VISITANTES.

PREGUNTA 2:

¿Cuál es el motivo de su visita?

Del total de visitantes al Centro Histórico de la Ciudad de México que corresponde a 79 personas, el 57% acude a realizar sus compras; mientras que el 19% va de paseo, 14 % por razones diversas y el porcentaje restante asiste a eventos culturales. (*Ver Gráfica 2*).

PREGUNTA 3:

¿Qué es lo que más le gusta del Centro Histórico de la Ciudad de México?

Del total de visitantes un 49% manifestó que lo que más le gusta es la variedad de comercios y precios, el 42% expresó que la arquitectura es su mayor atractivo; mientras que el 5 % argumentó otros aspectos y el porcentaje restante puso de manifiesto el aspecto cultural. (*Ver Gráfica 3*).

PREGUNTA 4

¿Qué es lo que más le disgusta del Centro Histórico de la Ciudad de México?

El 25% de los visitantes del Centro Histórico de la Ciudad de México juzga que el ambulante es un aspecto desagradable, el 19% expresó la inseguridad, el 15% el tráfico, el 14% la basura, el 13% manifestaciones, un porcentaje igual hizo referencia a mucha gente y el porcentaje restante puso de manifiesto otra opción. (*Ver Gráfica 4*).

PREGUNTA 5

¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Centro Histórico de la Ciudad de México con relación a otros lugares donde asiste a hacer sus compras?

Entre las ventajas mencionadas se encuentran que el 44% considera que los precios son bajos, el 39% opinó que hay muchos lugares donde comprar y el porcentaje restante no contestó. En cuanto a las desventajas, el 25% manifestó que es la inseguridad, el 20% mucho tráfico (tardanza para llegar), un 18% consideró que es un lugar sucio (basura y contaminación), otro porcentaje igual no contestó; mientras que el 13% mencionó que no hay suficientes estacionamientos y el porcentaje restante indicó otra opción. (*Ver Gráfica 5*).

PREGUNTAS A NO VISITANTES.

PREGUNTA 2:

¿Cuál es el motivo por el cual no asiste?

Del total de no visitantes al Centro Histórico de la Ciudad de México que equivale a 121 personas, el 23% manifestó que la inseguridad es causa de su inasistencia; mientras que el 19% es porque cuenta con una zona comercial cercana a su domicilio. En tanto que el 18% no contestó, el 10% por marchas y mítines, al 9% no le agrada el lugar, el 8% lo considera un lugar sucio, el 7% expresó la falta de tiempo y el porcentaje restante opinó que hay mucha gente en este lugar. (*Ver Gráfica 2-A*).

PREGUNTA 3

¿Qué considera usted que hace falta en el Centro Histórico de la Ciudad de México para que usted pueda visitarlo?

Del total de no visitantes al Centro Histórico de la Ciudad de México, el 27% considera que la seguridad es un aspecto que falta en este lugar, el 19% se refiere a la carencia de limpieza, el 15% a mayor difusión y promoción; mientras que un 12% manifestó que es necesario mejorar y crear más estacionamientos, otro 12% opinó que es recomendable quitar marchas y mítines que ocasionan tráfico, el 10% se refiere a motivos diversos y el porcentaje restante no contestó. (*Ver Gráfica 3-A*).

PREGUNTA 4

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de los lugares donde acostumbra a realizar sus compras en relación con el Centro Histórico de la Ciudad de México?

Entre las ventajas mencionadas, un 79% puso de manifiesto la comodidad; mientras que el 14% prestigio, el 5% no contestó y el porcentaje restante considera la modernidad de las instalaciones como otro aspecto. Y por otro lado, las desventajas manifestadas fueron un 35% que no contestó, el 32% la poca variedad, el 22% precios altos y el 11% indiferencia. (*Ver Gráfica 4-A*).

Y con base en el análisis de esta información, tomamos la decisión de enfocar nuestra investigación principalmente a dos aspectos: Seguridad Pública e Imagen Promocional.

GRÁFICAS

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 1

1. ¿Visita usted el Centro Histórico de la Ciudad de México?



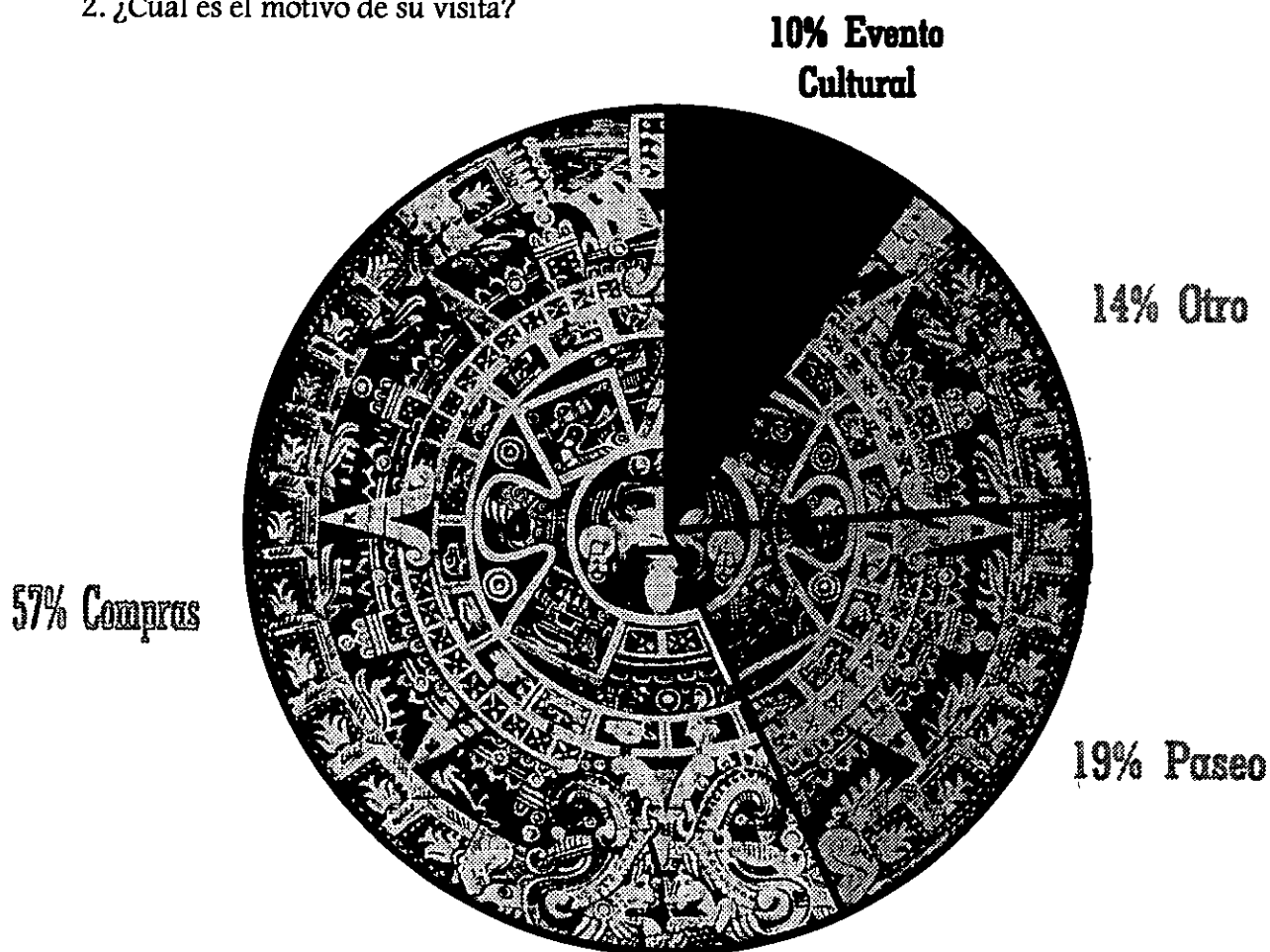
Total de Personas Encuestadas: 200
(Entre Mujeres y Hombres)

	SI		NO		TOTAL	
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Mujeres	54	27	103	52	157	78
Hombres	25	12	18	9	43	22
TOTAL	79	39	121	61	200	100

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 2

2. ¿Cuál es el motivo de su visita?



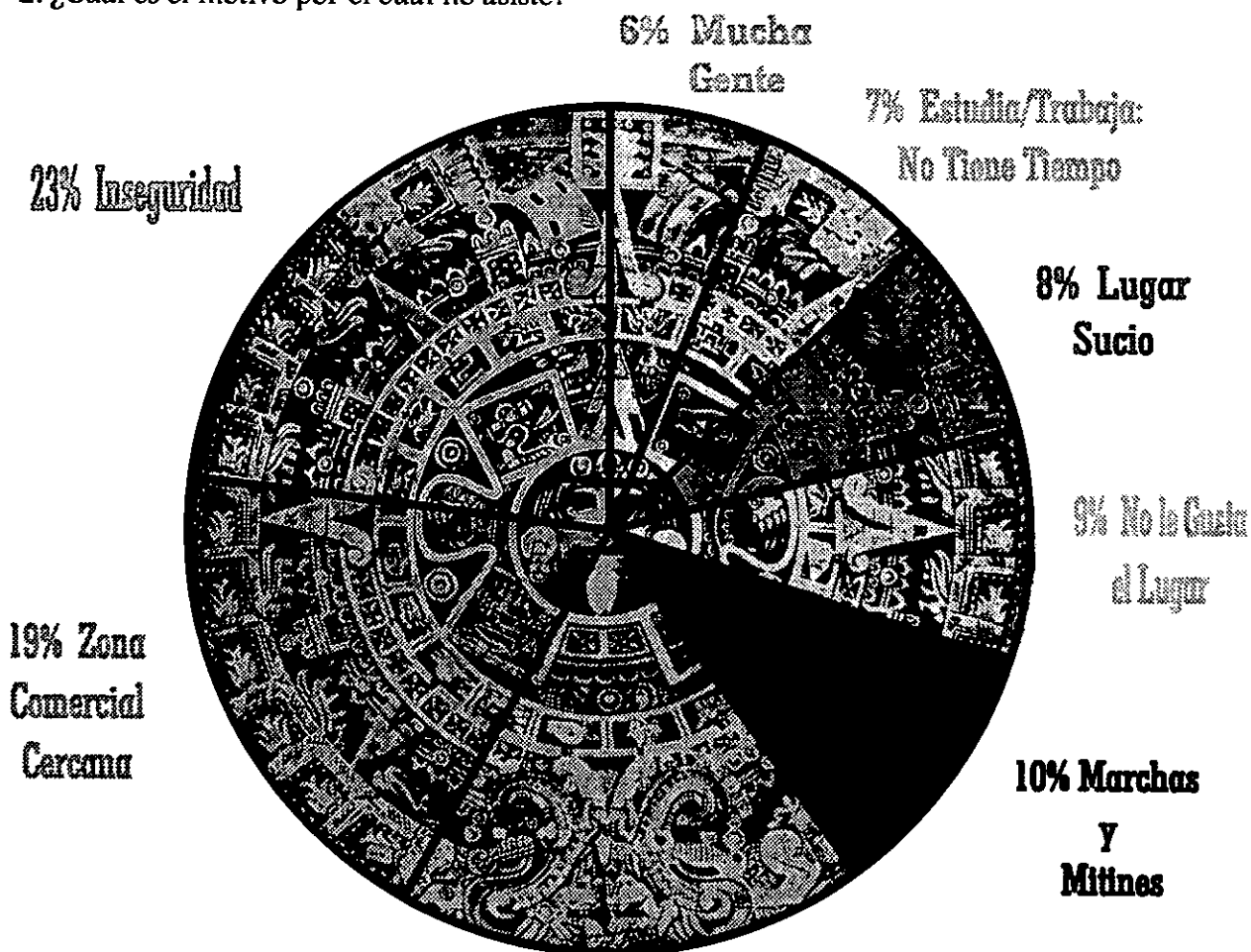
	SI	
	Núm.	%
Compras	45	57
Paseo	15	19
Otro	11	14
Evento Cultural	8	10
TOTAL	79	100

Total de Personas Encuestadas: 79
(Entre Mujeres y Hombres)

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 2-A

2. ¿Cuál es el motivo por el cual no asiste?



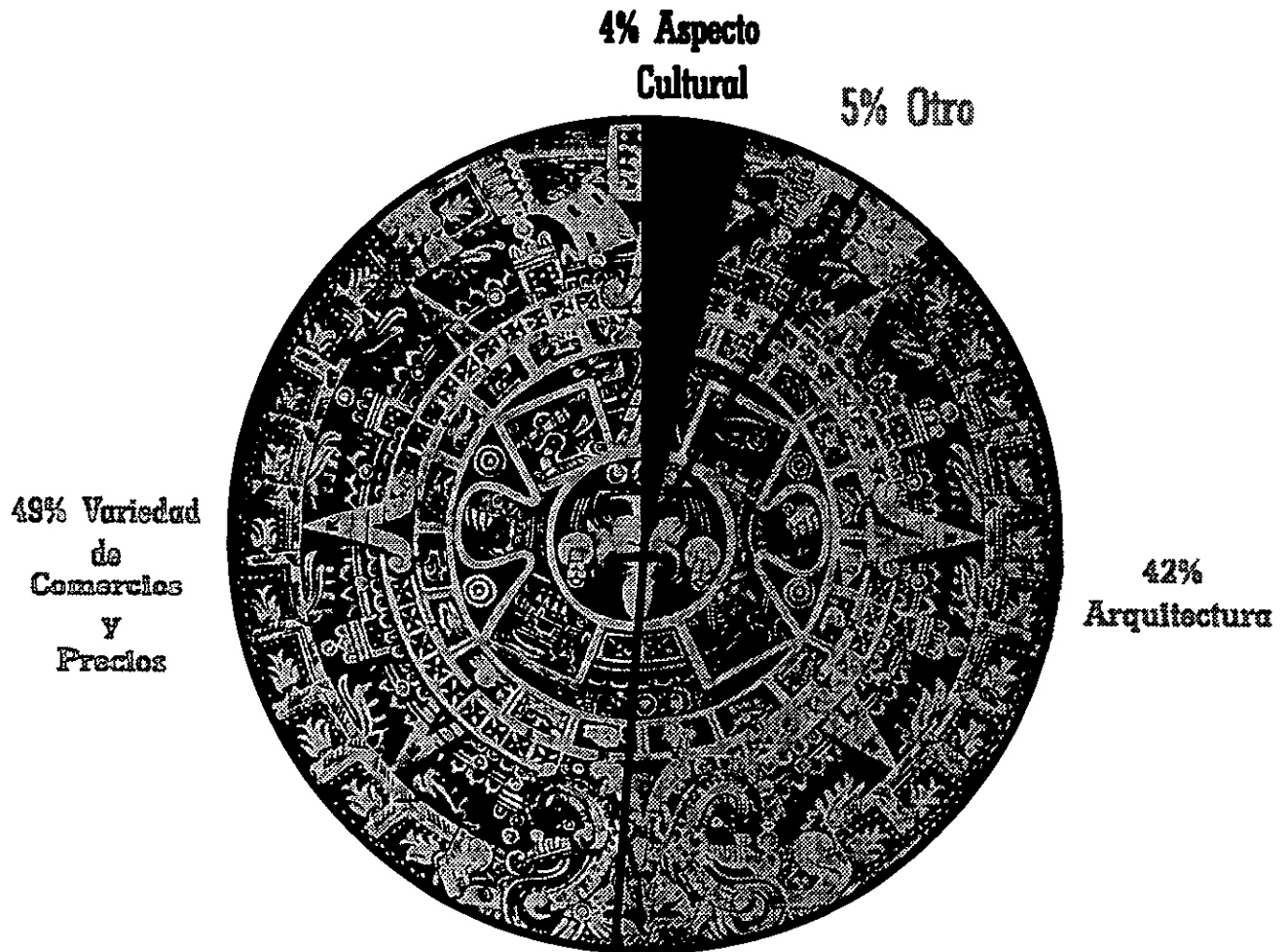
Total de Personas Encuestadas: 121
(Entre Mujeres y Hombres)

	NO	
	Núm.	%
Inseguridad	27	23
Zona Comercial Cercana	23	19
No Contestó	22	18
Marchas y Mitines	12	10
No le Gusta el Lugar	11	9
Lugar Sucio	10	8
Estudia/Trabaja: No Tiene Tiempo	9	7
Mucha Gente	7	6
TOTAL	121	100

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 3

3. ¿Qué es lo que más le gusta del Centro Histórico de la Ciudad de México?



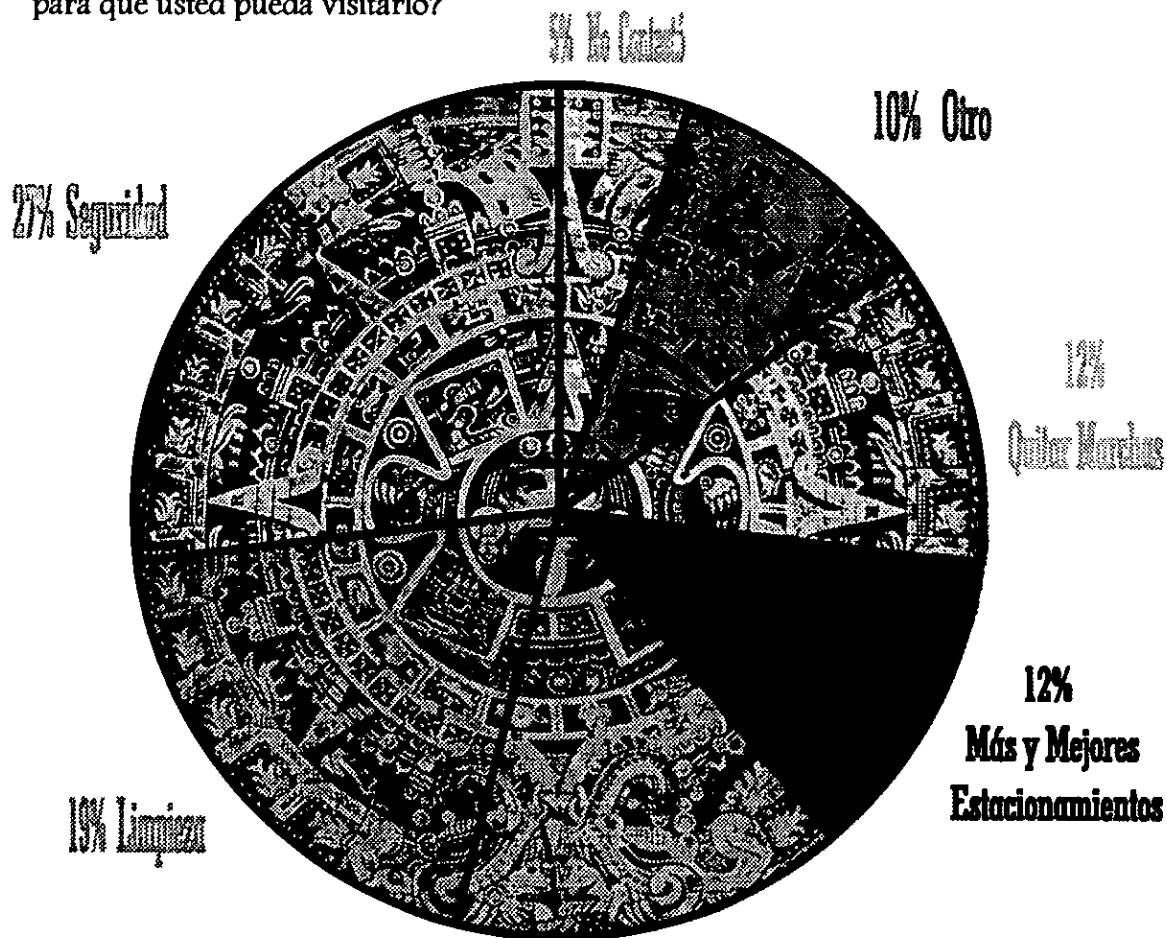
Total de Personas Encuestadas: 79
(Entre Mujeres y Hombres)

	SI	
	Núm	%
Variedad de Comercios y Precios	39	49
Arquitectura	33	42
Otro	4	5
Aspecto Cultural	3	4
TOTAL	79	100

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 3-A

3. ¿Qué considera usted que hace falta en el Centro Histórico de la Ciudad de México para que usted pueda visitarlo?



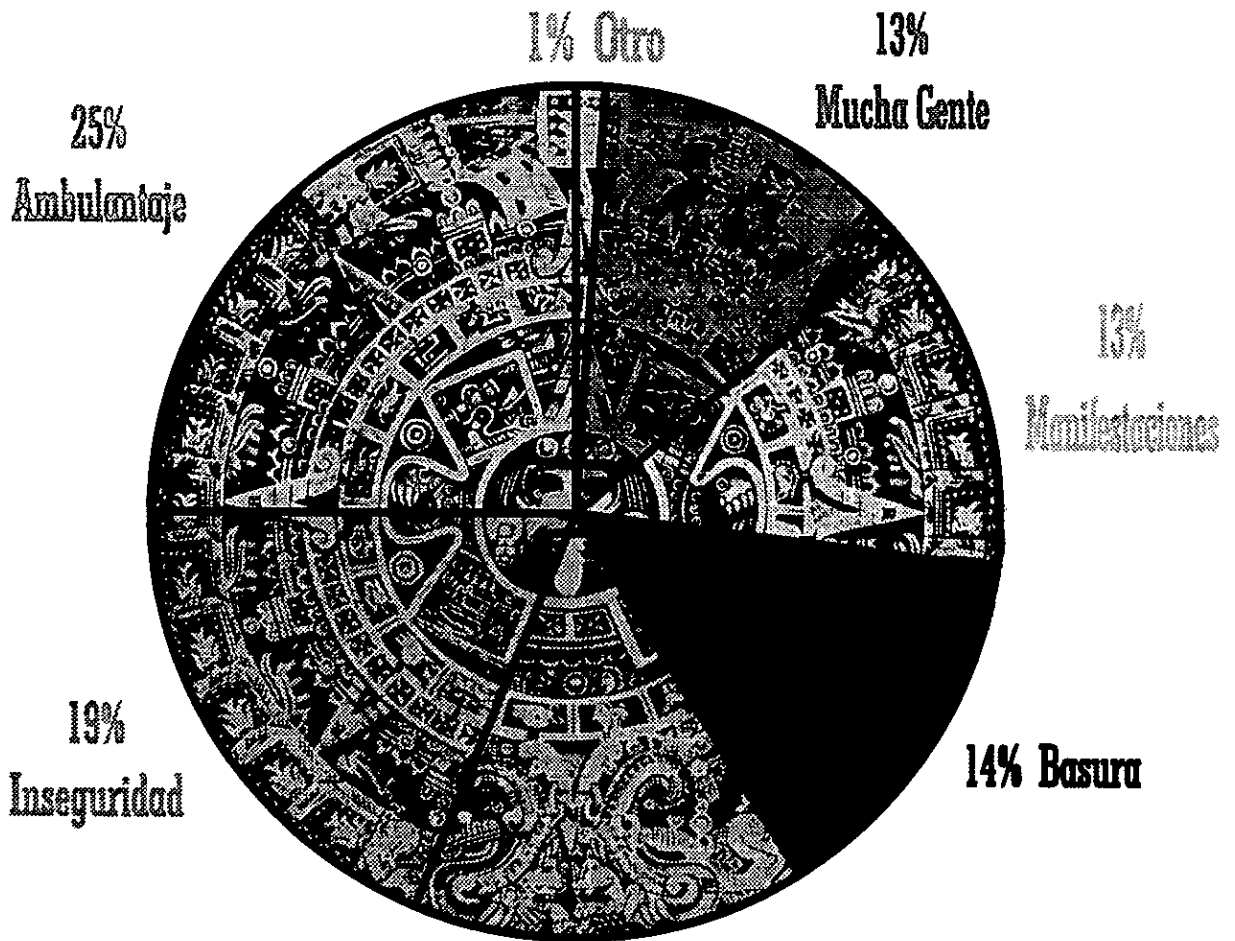
Total de Personas Encuestadas: 121
(Entre Mujeres y Hombres)

	NO	
	Núm.	%
Seguridad	33	27
Limpieza	23	19
Mayor Difusión y Promoción	18	15
Más y Mejores Estacionamientos	15	12
Quitar Marchas y Mítines: Ocasional Tráfico	14	12
Otro	12	10
No Contestó	6	5
TOTAL	121	100

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 4

4. ¿Qué es lo que más le disgusta del Centro Histórico de la Ciudad de México?



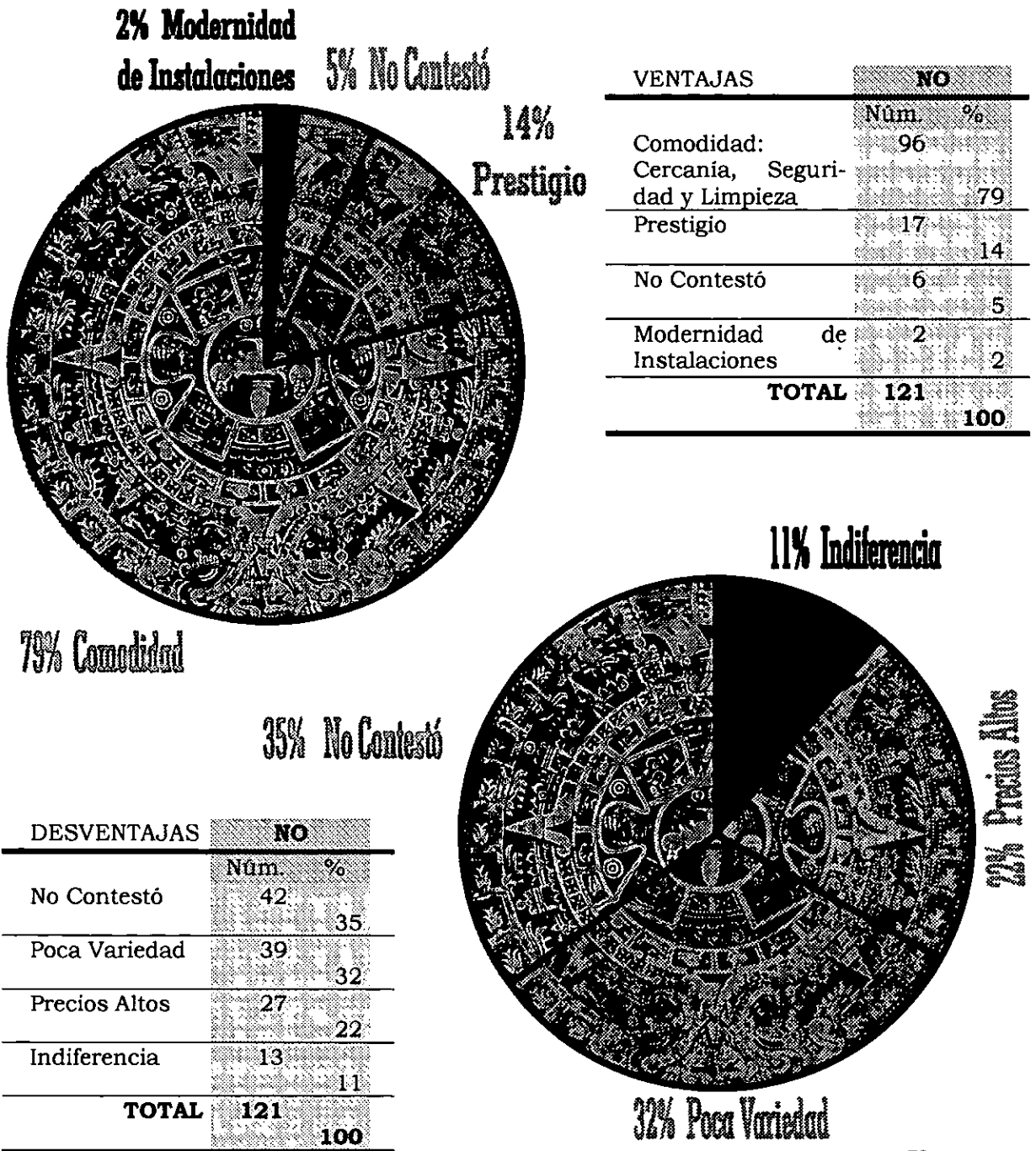
	SI	
	Num.	%
Ambulantaje: Causa Desagrado	20	25
Inseguridad	15	19
Tráfico	12	15
Basura	11	14
Manifestaciones	10	13
Mucha Gente	10	13
Otro	1	1
TOTAL	79	100

Total de Personas Encuestadas: 79
(Entre Mujeres y Hombres)

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 4-A

4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de los lugares donde acostumbra a realizar sus compras en relación con el Centro Histórico de la Ciudad de México?



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS REALIZADA EN EL DISTRITO FEDERAL Y ZONAS CONURBADAS

Gráfica 5

5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Centro Histórico de la Ciudad de México con relación a otros lugares donde acude a hacer compras?

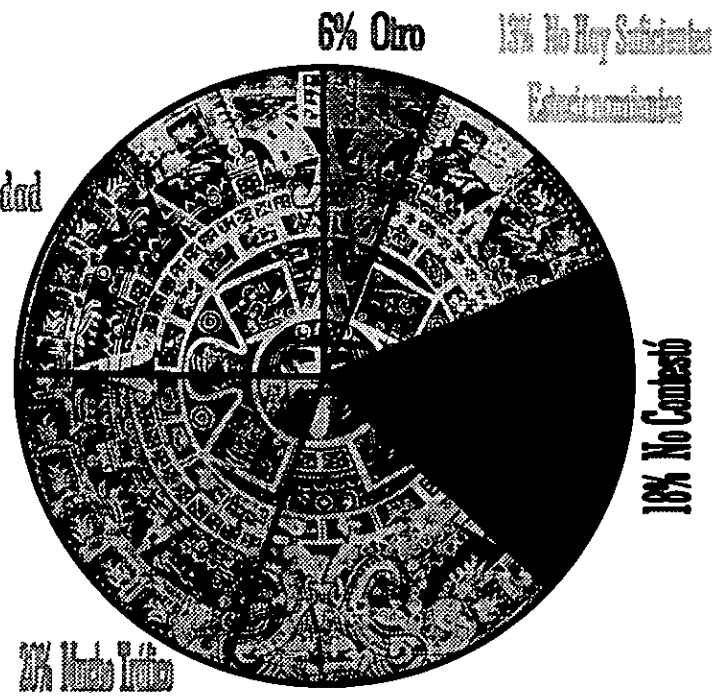


VENTAJAS	SI	
	Núm.	%
Precios Bajos	35	44
Muchos Lugares donde Comprar	31	39
No Contestó	13	17
TOTAL	79	100

39% Muchos Lugares donde Comprar

25% Inseguridad

DESVENTAJAS	SI	
	Núm.	%
Inseguridad	19	25
Mucho tráfico: Tardanza para llegar	16	20
Lugar Sucio: Basura y Contaminación	14	18
No Contestó	14	18
No hay suficientes estacionamientos	10	13
Otro	5	6
TOTAL	79	100



18% Lugar Sucio: Basura y Contaminación

**DELIMITACIÓN
DEL
ÁREA
DE
INVESTIGACIÓN**

DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El estudio se realizó en el *Périmetro "A"* del Centro Histórico de la Ciudad de México; por lo tanto, al llevar a cabo la investigación de campo con la aplicación de los métodos de observación directa y encuestas, que fueron llevadas a cabo a 30 visitantes en la mañana, tarde y noche; 20 comercios; 7 elementos de seguridad; 10 bicitaxistas y 200 encuestas en el Distrito Federal y las zonas conurbadas, Hemos podido encontrar que las condiciones del Centro Histórico no son las mismas en todas sus calles. Por lo tanto, podemos identificar dos zonas:

ZONA I.- En esta zona se encuentran los edificios en mejor estado y los próximos a ser restaurados. Aquí se puede observar que el tipo de comercios que predomina es de reconocido prestigio y que realizan ventas a las personas que buscan exclusividad, en el aspecto de los locales se conjugan elementos arquitectónicos coloniales y modernos. Otra de las características notorias de esta zona es que en la parte superior de los edificios se encuentran oficinas y despachos. Asimismo, la iluminación, pavimentación y limpieza de las calles dan una apariencia de preocupación por el lugar. La presencia de comerciantes ambulantes es mínima. Esta zona tiene el aspecto de ser una región comercial.



Establecimiento
de reconocido
prestigio.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Dentro de esta zona quedan comprendidas las siguientes calles: *partiendo del lado Este de República de Guatemala con esquina Monte de Piedad y siguiendo por Plaza de la Constitución, doblando por Venustiano Carranza hasta Erasmo Castellanos, y siguiendo por Corregidora hasta doblar con Correo Mayor, llegando al cruce con José Ma. Izazaga, y topando con el Eje Central Lázaro Cárdenas, doblando por Avenida Juárez y continuando por Dr. Mora, hasta entroncar con Avenida Hidalgo, prosiguiendo por el Eje Central Lázaro Cárdenas, corriendo por Donceles hasta llegar al punto de partida en el lado Este de República de Guatemala. (Ver mapa 3).*

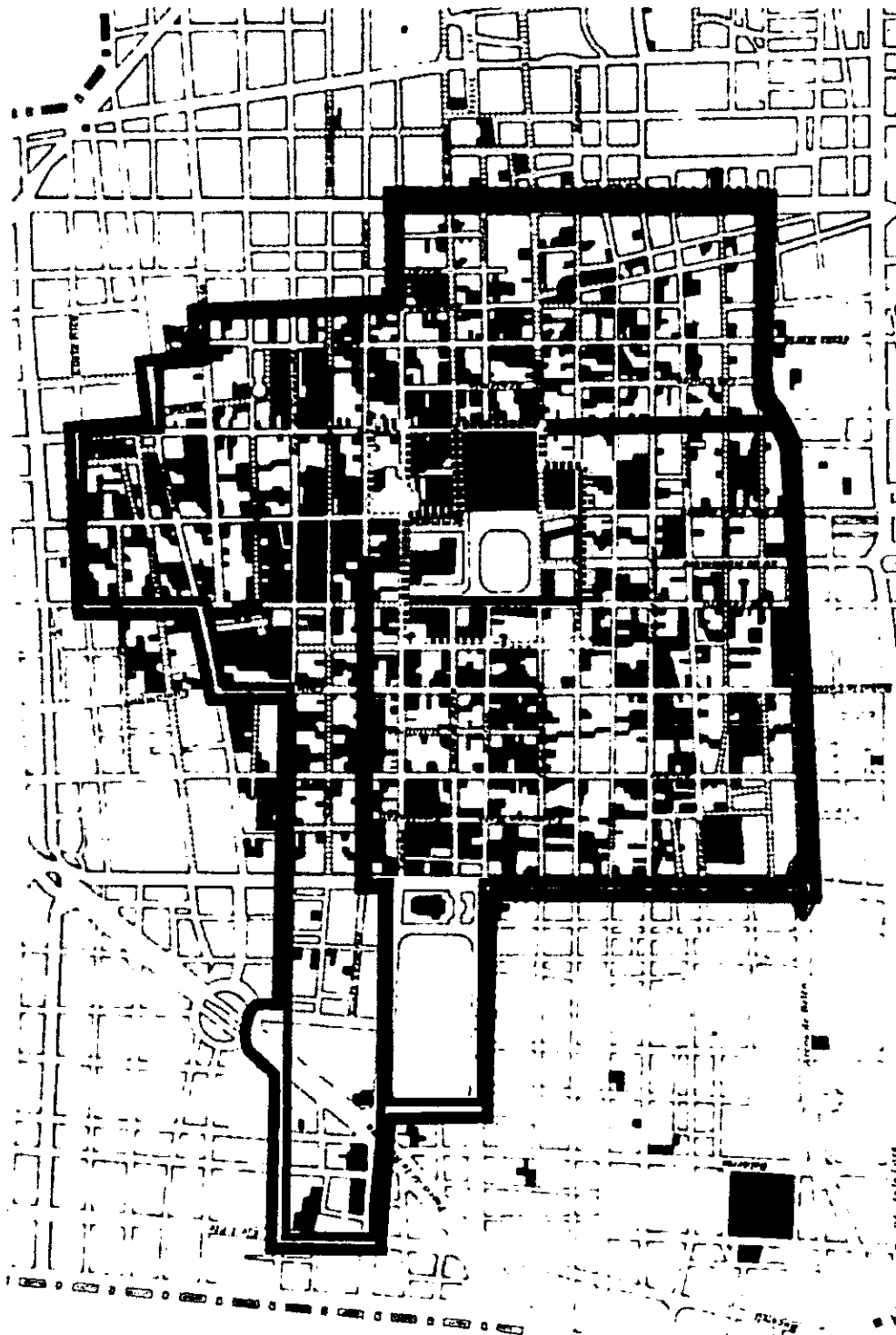
ZONA II.- En esta zona se encuentra el mayor número de edificios en proceso de deterioro y otros ya abandonados. En la parte superior encontramos viviendas, bodegas y talleres de maquila; mientras que en la parte inferior se encuentran los comercios que realizan ventas al mayoreo destinadas a las personas que buscan productos baratos y de compras masivas. Los locales tienen el aspecto de descuido y poca presentación de los productos. Asimismo la iluminación, pavimentación y limpieza de las calles ponen de manifiesto la despreocupación por la conservación del lugar. La presencia de comerciantes ambulantes es excesiva. Esta zona tiene el aspecto de ser un mercado sobre ruedas.



Tipo de comercios que predomina en la zona.

Dentro de esta zona quedan comprendidas las siguientes calles: partiendo del lado Oeste de *República de Guatemala con Seminario hasta el cruce con Moneda, siguiendo por Correo Mayor hasta entroncar con San Pablo, hasta llegar al Eje 1 Oriente Anillo de Circunvalación, prosiguiendo por República de Guatemala, hasta su entronque con Leona Vicario, continuando hacia Gral. José J. Herrera, doblando hasta el Callejón Torres Quintero, hasta el cruce con Apartado, siguiendo por Aztecas, hasta cruzar con República de Costa Rica, yendo por República de Brasil, hasta República de Paraguay, siguiendo la línea por Comonfort, hasta su entronque con República de Perú, llegando hasta el Eje Central Lázaro Cárdenas y su cruce con Francisco J. Mina, continuando hasta el entronque de Eje 1 Poniente Guerrero con Puente de Alvarado continuando por Avenida Hidalgo, doblando hasta el cruce del Eje Central Lázaro Cárdenas y Donceles hasta República de Guatemala. (Ver mapa 3)*

Mapa 3



DELIMITACIÓN DE ZONAS I Y II

- Límite del Centro Histórico.
- Zócalo.
- Zona I.
- Zona II.

A continuación se enunciará la problemática actual en cada una de las zonas:

ZONA I.-

- ◆ Presencia de un reducido número de ambulantes, principalmente en esquinas.
- ◆ Circulación vial excesiva.
- ◆ Ausencia de personal que regule el tránsito vehicular, ya que éste se encuentra en calles cercanas a la Plaza de la Constitución; tal es el caso de 20 de Noviembre y Pino Suárez.
- ◆ Ausencia de patrullas para auxilio de la comunidad en general.
- ◆ Algunas calles carecen de botes de basura.
- ◆ Algunas calles se encuentran poco iluminadas.
- ◆ Algunos estacionamientos públicos eran lotes baldíos y parecen no ser muy seguros.
- ◆ Se encuentra un número de niños de la calle y gente que pide limosna en la vía pública o fuera de ciertos establecimientos.
- ◆ Descarga de mercancía.
- ◆ Actividades de saneamiento que impiden el libre tránsito por las banquetas.
- ◆ No existen lugares que brinden el servicio de sanitario público.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

De acuerdo con este análisis específico, se puede concluir que la problemática a resolver es la siguiente:

SEGURIDAD PÚBLICA.- Actualmente el Centro Histórico se asocia como un lugar de robos, asaltos y delincuencia debido a la incidencia de éstos. Por tal motivo, la gente ha perdido la confianza al asistir a este lugar.



La Seguridad Pública es notoria sólo en acontecimientos oficiales.



REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

COMERCIO AMBULANTE.- Representa un problema grave debido a que contribuyen al deterioro de la imagen urbana del Centro Histórico, ocasionando riñas frecuentes en determinadas calles como: Moneda, Corregidora y Correo Mayor.



A pesar de la Legislación Oficial, el comercio ambulante es predominante.

BASURA.- A pesar de los esfuerzos de la Delegación Cuauhtémoc, a través de la Subdirección General de Limpia, resultan insuficientes por conservar limpias las calles del Centro Histórico. Esto se debe a que diversas calles no cuentan con botes de basura, así como a la falta de conciencia de los comerciantes ambulantes y ciudadanos que no se preocupan por recoger sus desperdicios.



La falta de botes de basura, en algunas calles, y recolección continua provocan esta escena típica en el Centro.

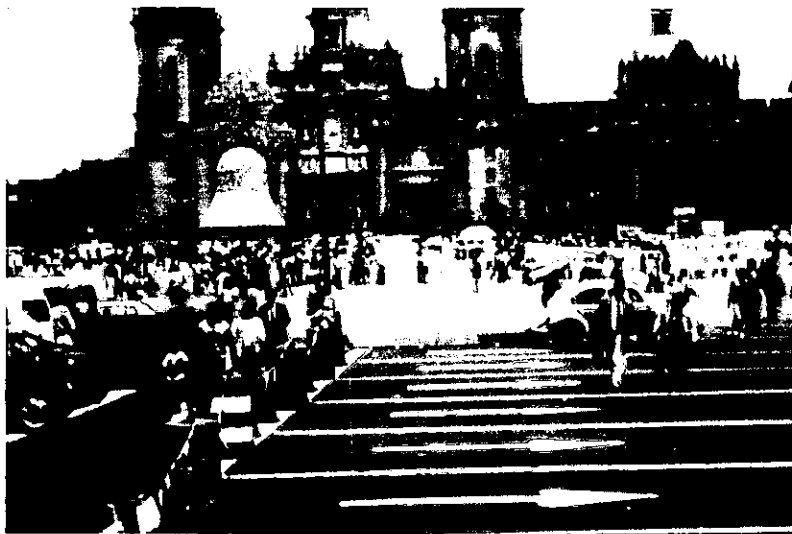
REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

VIALIDAD Y TRANSPORTE.- Debido a la gran afluencia de vehículos en el Centro Histórico, da como resultado un congestionamiento vial.



La excesiva entrada y salida de vehículos por las calles del Centro Histórico puede tomar varios minutos.

MARCHAS Y MÍTINES.- Representan un problema debido a que grupos manifestantes se reúnen en el Centro Histórico para exponer sus descontentos y con ello, entorpecen la circulación además de contribuir a la concentración de desechos y basura.



El Centro Histórico se ha convertido en el lugar favorito de los manifestantes.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

CARGA Y DESCARGA DE MERCANCÍA.- Representa un problema tanto vehicular como peatonal debido a que los vehículos se estacionan en las calles y con ello obstaculizan la circulación de los vehículos que transitan por esas calles; y a su vez provocan en el peatón un temor a ser golpeado.



Las actividades de carga y descarga de mercancía impiden el libre tránsito vehicular y peatonal por las calles.

ESTACIONAMIENTOS INADECUADOS.- Existen lugares que brindan el servicio de estacionamiento, pero que tienen el aspecto de ser poco seguros debido a que están al aire libre. Asimismo, existen lugares gastronómicos que carecen de estacionamiento propio y no tienen servicio de Valet Parking confiable.



El aspecto de desconfianza e inseguridad y el cobro no son acordes con el servicio ofrecido.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

CONTAMINACIÓN AMBIENTAL.- Representa un problema ocasionado por la congestión vial, ya que la emisión de contaminantes de los automóviles contribuye a la destrucción acelerada de los edificios.



La emisión de monóxido de carbono y otras partículas dan origen a índices elevados de contaminación.

VIVIENDA.- Muchas viviendas se encuentran en muy mal estado como consecuencia de los sismos de 1985, mismas que hasta la fecha no han sido restauradas en su totalidad; lo cual ha originado que las familias emigren a otras zonas ya muy pobladas. Las viviendas que actualmente se encuentran habitadas muestran un aspecto de desconfianza e inseguridad.



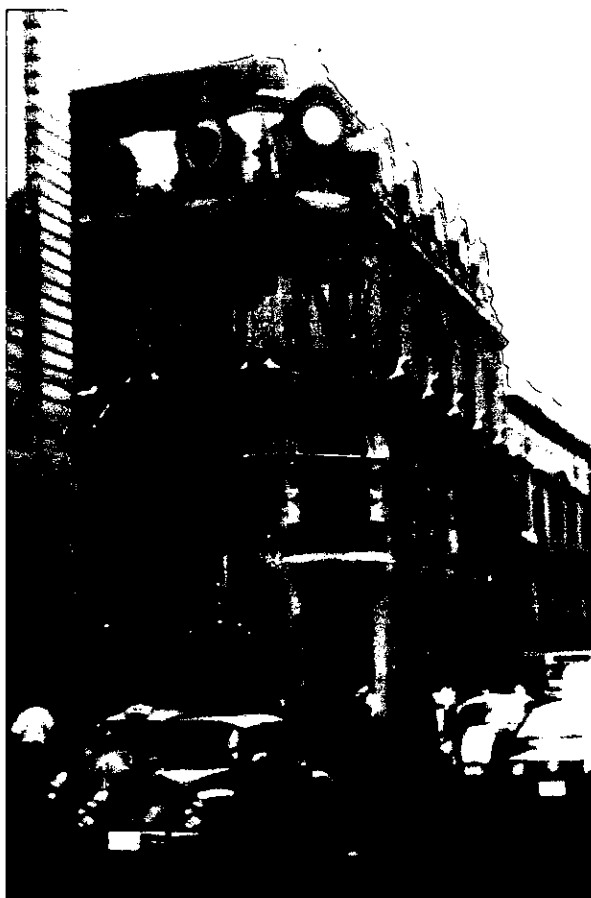
Demora y burocracia en los trámites administrativos representan una barrera en el mejoramiento de las viviendas del Centro Histórico.

CASETAS TELEFÓNICAS.- Los teléfonos públicos que se encuentran dentro del Centro Histórico presentan un aspecto de suciedad y que han sido objeto del vandalismo y delincuencia porque en su mayoría están pintados y algunos no tienen bocinas.



El deterioro del mobiliario urbano es ocasionado por la falta de cultura y conciencia de la ciudadanía.

FALTA DE SEÑALAMIENTOS.- No existen indicadores adecuados y completos que auxilien al visitante para conocer la ubicación de las diferentes opciones comerciales, culturales, religiosas; así como edificios de gobierno que se encuentran en el Centro Histórico.



La falta de señalamientos provoca sentido de desubicación en los visitantes del Centro Histórico.

SANITARIOS PÚBLICOS.- Los lugares que actualmente proporcionan el servicio de sanitario público no cuentan con instalaciones adecuadas y las condiciones de higiene necesarias para evitar contagios. Asimismo, no se ha contemplado el diseño ergonómico para visitantes extranjeros.



La inadecuada planeación de sanitarios públicos da un aspecto antihigiénico.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

BICITAXISTAS.- El servicio de bicitaxis que se proporciona en el Centro Histórico carece de reglamentación; resaltando los aspectos deficientes tales como: no hay tarifas oficiales, no existe uniformidad en las unidades, se pueden encontrar algunas unidades en mal estado, entre otras.



A pesar del gran número de unidades que prestan este servicio, éstas carecen de una organización.

INDIGENTES.- Existen concentraciones de personas que deambulan en ciertas áreas tales como: parques, jardines, plazas y fuera de establecimientos con mayor afluencia; lo que genera una imagen de desconfianza.



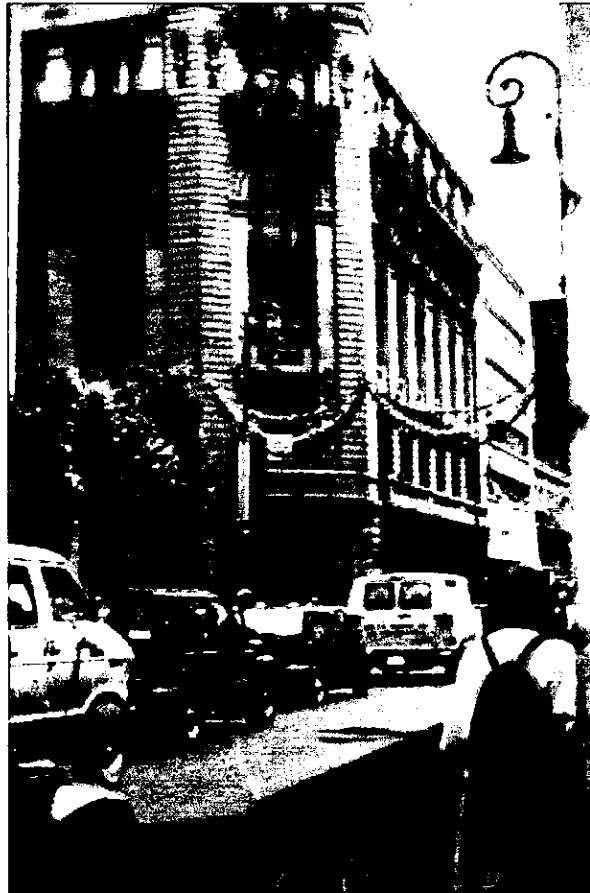
La presencia de indigentes da un aspecto de abandono y pobreza.

EDIFICIOS DETERIORADOS.- Existen propiedades públicas y privadas que actualmente se encuentran en muy mal estado, que a pesar de su valor histórico se han descuidado parcial o totalmente.



La ineficiencia de los programas de restauración de edificios ha sido un obstáculo para la conservación de éstos.

ILUMINACIÓN.- Existen calles que no son seguras para ser transitadas de noche debido a que el alumbrado público no funciona.



A pesar del número de lámparas en las calles del Centro Histórico, no todas tienen un funcionamiento óptimo.

DESARROLLO

DE

PROPUESTAS

PROPUESTAS PARA LA REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

En el siguiente apartado se desarrolla una serie de propuestas que son el resultado de la investigación llevada a cabo a través de la observación directa y las diferentes encuestas mencionadas con anterioridad, así como en base a las noticias y reportajes que fueron vistos y escuchados en televisión y radio concernientes a la demarcación del Centro Histórico de la Ciudad de México. Estas propuestas sólo contemplan algunos de los muchos aspectos que al día de hoy siguen conformando la problemática actual de este lugar, los cuales pueden ser objeto de mejora, y que fueron manifestados en el Estudio de Mercado.

Cabe hacer mención que este apartado está dividido en dos secciones: la primera corresponde a una propuesta genérica y la segunda a propuestas específicas. En cada una se señalan las partes involucradas para su realización.

GENÉRICA. Esta propuesta está encaminada a brindar un nuevo servicio de atención a los visitantes del Centro Histórico de la Ciudad de México.



**PROGRAMA DE ASISTENCIA AL VISITANTE DEL
CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

Descripción Genérica: El Programa de Asistencia al Visitante del Centro Histórico de la Ciudad de México llevará este nombre de manera Institucional y de forma Descriptiva; mientras que para identificación con el público se ha necesitado denominarlo con una manera más fácil de recordar "*Bienvenido*".

BIENVENIDO.- "Venida o llegada feliz/Parabién que se da a uno por haber llegado con felicidad"⁴⁷.

Se ha seleccionado este nombre para que el visitante de cualquier nacionalidad e idioma, de manera más digerible, identifique y recuerde con una sola palabra el servicio de información y asistencia que le será útil para su estancia dentro del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Bienvenido es un concepto universal, ya que existe una traducción exacta en los idiomas más importantes: Inglés (Wellcome); Francés (Bienvenue); Alemán (Willkommen); Italiano (Benvenuto) y Portugués (Boavinda).

⁴⁷JACKSON, W.M. Inc. Editores. *Diccionario Hispánico Universal. Enciclopedia Ilustrada de la A a la Z.* México. 1970.

Logotipo:



**PROGRAMA DE ASISTENCIA AL VISITANTE DEL
CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

Descripción y Posición de Iconos y Símbolos:



Este icono⁴⁸ ha sido extraído de la representación gráfica de “*Haciendo crecer el maíz*” dentro del Códice Fejérváry Mayer. Ha sufrido algunas modificaciones, ya que sólo se ha tomado la representación humana. Se seleccionó este icono para darle al logotipo un aspecto que nos remitiese a una de las partes de la cultura prehispánica de México. Pensando que es necesario mostrarnos hacia el visitante con una identidad cultural, y al mismo tiempo tratar de rescatar estos valiosos legados de nuestros antepasados.

⁴⁸**Icono:** imagen o representación que por su grado de importancia y generalidad dentro de una cultura alcanza el rubro de icono.



La modernidad que muestra la otra parte que conforma el logotipo indica la función que tendrá este programa: dirigirnos hacia algún lado. Las flechas indican dirección y el círculo representa el Centro Histórico de la Ciudad de México. La novedad de este simbolismo refleja al espectador que estamos a la vanguardia en cuanto a la información y asistencia del visitante.



Esta pleca funciona como asentamiento del logotipo y en otras ocasiones como separador entre algún texto y el logotipo.

Bienvenido

Bienvenido es eslogan del logotipo, es la palabra de impacto y de primer contacto con el público.

Nombre institucional y descriptivo del programa.

Periodo: Plan a mediano plazo.

Propósitos:

- ⇒ Proporcionar asesoría e información sobre los sitios de interés del Centro Histórico de la Ciudad de México al visitante nacional y extranjero de este lugar.
- ⇒ Otorgar un servicio integral al visitante buscando cubrir sus necesidades y expectativas; así como también las de los comercios que conformarán el Programa.
- ⇒ Promocionar eventos artísticos y culturales.
- ⇒ Generar la imagen de confianza, seguridad y amabilidad.

Objetivos:

- ⇒ Contribuir al incremento del nivel de asistencia en los lugares promocionados.
- ⇒ Brindar información acerca de la gran variedad de opciones de acuerdo a las preferencias y posibilidades de cada persona.
- ⇒ Dar a conocer, en el ámbito nacional e internacional, el Programa de Asistencia la Visitante del Centro Histórico de la Ciudad de México.
- ⇒ Mejorar la estancia de las personas durante su visita al Centro Histórico de la Ciudad de México.

Políticas:

- ⇒ Las bases de datos de cada una de las áreas de servicio deberán ser actualizadas cada semana.
- ⇒ La atención al visitante se basará en los sentidos de rapidez, amabilidad y respeto.
- ⇒ Actualizar el control de prestadores de servicio social.
- ⇒ Evitar el desperdicio de papelería.
- ⇒ El módulo de atención no deberá permanecer sólo en ningún momento.
- ⇒ Mantener un inventario de la folletería que se proporcionará a los visitantes.

Determinación de Recursos:

Humanos.- Jefe de Oficina Central o Módulo, personal de capacitación y prestadores de Servicio Social.

Materiales.- Locales, equipo de cómputo, escritorios, libreros, archiveros, sillas, sillones, mesas de centro, lámparas, servicio telefónico, plantas, equipo de primeros auxilios y papelería. Así como material promocional de las Empresas Patrocinadoras.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Financieros. - Para la obtención del dinero necesario para la iniciación de este programa y, posteriormente, su mantenimiento; se considera vital la creación de un Fideicomiso entre los comerciantes del Perímetro "A" y el gobierno para garantizar la eficiencia en la aplicación de los recursos. Para ello, los comerciantes pueden establecer –de común acuerdo– una aportación de un porcentaje de las ventas; o bien, una cuota. El Gobierno aportará una cantidad equivalente a la que se haya fijado. La administración de este fideicomiso podría estar a cargo del Consejo del Centro Histórico o cualquier otro organismo que se considere para tal fin. Asimismo, las Empresas de Bienes de Consumo, tales como Coca Cola, Colgate-Palmolive, Procter & Gamble, entre otras; podrán participar como patrocinadores a través de la adopción de un Módulo.

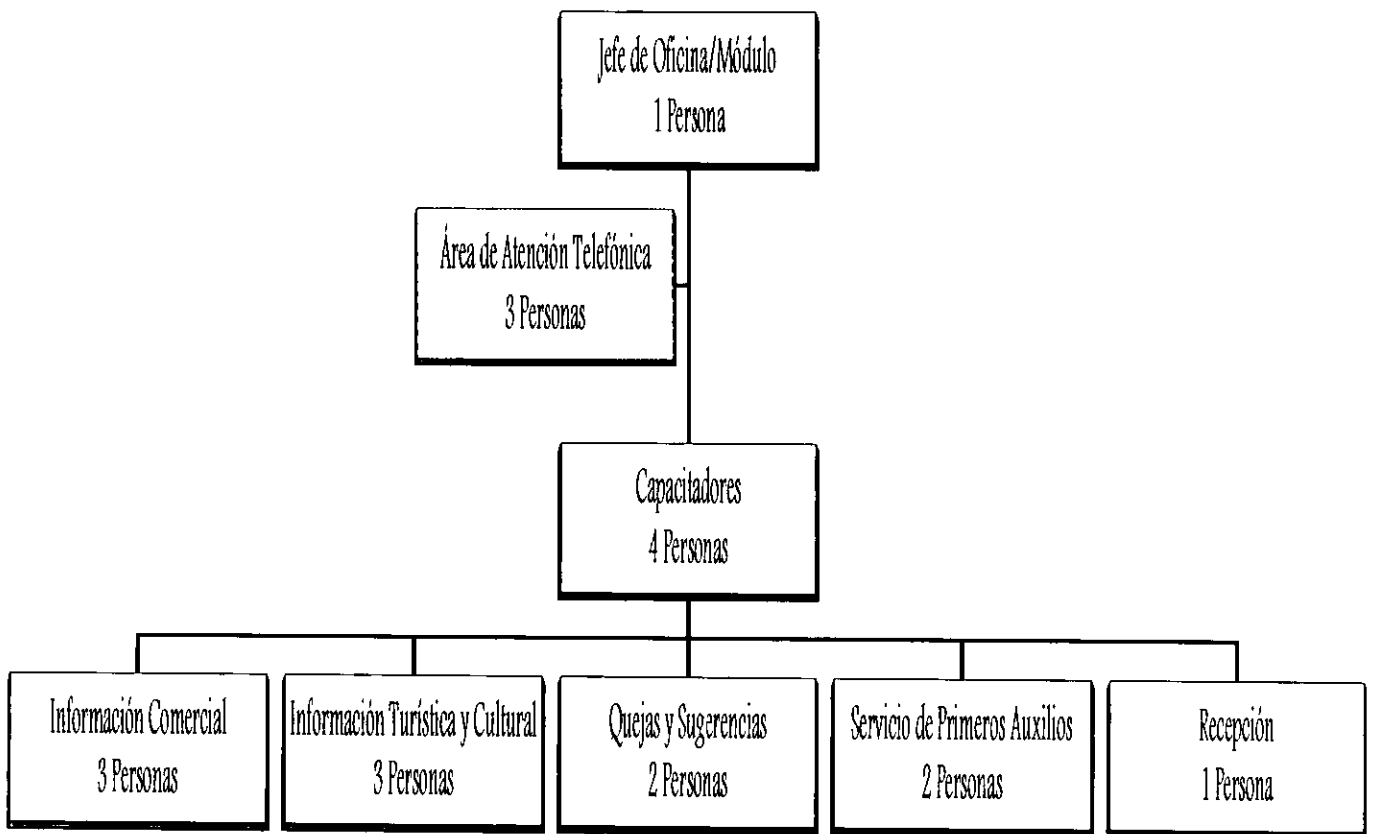
Perfil de los Recursos Humanos:

Jefe de Oficina/Módulo. - Licenciatura en Turismo, dominio de dos idiomas, conocimientos en computación.

Personal de Capacitación. - Ser titulado en alguna de las siguientes áreas: Licenciatura en Pedagogía, Psicología o Administración. Un año mínimo de experiencia en la impartición de cursos de capacitación. Manejo de PC y dominio de un idioma extranjero.

Prestadores de Servicio Social. - Estudiante de nivel técnico o licenciatura y tener cubierto el 70% de créditos. Dominio oral y escrito de los idiomas inglés, francés u otro, en un 80% como mínimo. Manejo de PC.

Estructura Organizacional:



REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Es importante señalar que el Programa de Asistencia al Visitante del Centro Histórico de la Ciudad de México, estará integrado por una Oficina Central y Módulos de Información. La Oficina Central contará además con una Área de Atención Telefónica de Emergencia e Información; para ello, será necesario la creación de un número telefónico de emergencia e información especial para el Centro Histórico de la Ciudad de México, tomando en cuenta el número de teléfonos públicos disponibles en esta área. Esta Oficina Central estará enlazada con cada uno de los Módulos que se encontrarán ubicados en el Centro Histórico con el objeto de proporcionar el servicio de información referente a las áreas de servicio de éstos; y, en el caso de emergencia la comunicación será vía radio con los Jefes de cada Subsector, en que se divide el Sector 17 de Seguridad Pública, para que éste asigne al personal de seguridad pública que sea necesario. O bien, en caso de ser necesario se enlace directamente con el Sector 17.

Con el objeto de mantener en óptimo estado la Oficina Central y los Módulos de Información, podría establecerse un Programa de Limpieza Continua, en el cual los encargados de realizar esta tarea sean las mismas personas que laboren en ellos.

Planeación de las Etapas del Programa.- Es importante señalar que el programa estará dividido en las siguientes etapas:

- ◇ *Preliminar.*- En esta etapa se hará la evaluación de los lugares que reúnan los criterios propuestos, así como la selección y la capacitación de los recursos humanos.

Una vez seleccionados los lugares, el siguiente paso será el acondicionamiento de los mismos.

Debido a que estas actividades se realizarán de manera simultánea, la capacitación se llevará a cabo en un lugar que se considere adecuado para estos fines. La duración de esta etapa puede ser de dos a cuatro meses.

- ◇ Piloto. - En esta etapa se pondrá en operación la Oficina Central y dos Módulos más, con el objeto de identificar su aceptación o rechazo; así como las opiniones de la ciudadanía con relación a los servicios que serán proporcionados en estos lugares. Se recomienda que esta etapa tenga una duración de entre tres y seis meses.
- ◇ Implantación. - En esta etapa entrarán en funcionamiento el resto de los Módulos ya seleccionados y que a su vez, conformarán el programa como resultado de la necesidad de información por parte de los visitantes. Asimismo se pondrá en marcha el servicio de número telefónico gratuito. La duración de esta etapa podrá ser de seis meses a un año.
- ◇ Evaluación. - En esta etapa se hará el análisis del funcionamiento del programa, haciendo énfasis en la retroalimentación con el objeto de mejorar continuamente los servicios y el programa en su conjunto. Esta evaluación deberá realizarse en forma mensual, para poder medir la eficiencia, la eficacia y la economía del programa.

Una vez que el Programa haya sido evaluado de manera satisfactoria, las Empresas Patrocinadoras podrán adoptar un Módulo, con el fin de mantener un excelente nivel de eficiencia; así como apoyos financieros.

Funciones de las Áreas de Servicio:

ÁREA DE SERVICIO	FUNCIONES	PERFIL EDUCATIVO
JEFE DE OFICINA/MÓDULO	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar al personal y los recursos materiales. • Elaboración de presupuestos. • Administración de recursos financieros. • Elaboración del Programa de Limpieza Continua de las instalaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. en Turismo.
ATENCIÓN TELEFÓNICA*	<ul style="list-style-type: none"> • Dar atención a las llamadas de información o emergencia, sin descuidar la prontitud de éstas. • Canalizar las llamadas a los diferentes módulos según se requiera. • Llevar el control de llamadas por tipo y fecha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. en Comunicación. • Lic. en Relaciones Públicas.
CAPACITACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento y selección de los recursos humanos que laborarán en la oficina central y los diferentes módulos. • Elaboración de los programas de capacitación. • Formulación de calendarios de trabajo. • Capacitar a los diferentes recursos humanos que se requerirán en la oficina central y cada uno de los módulos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. en Pedagogía. • Lic. en Psicología. • Lic. en Administración.

* Esta área sólo estará en la Oficina Central.

<i>ÁREA DE SERVICIO</i>	<i>FUNCIONES</i>	<i>PERFIL EDUCATIVO</i>
INFORMACIÓN COMERCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una base de datos que incluya los datos de los comercios tales como: razón o denominación social, giro y precio de los principales productos con el fin de asesorar a los consumidores y evitar abusos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. en Administración. • Lic. en Mercadotecnia.
INFORMACIÓN TURÍSTICA Y CULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una base de datos que incluya los lugares de calidad turística tales como hoteles, restaurantes, bares y/o discoteques ubicados dentro del Centro Histórico para que de esta forma se puedan realizar reservaciones en alguno de estos lugares. • Mantener folletería actualizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo nivel técnico. • Lic. en Relaciones Internacionales.
RECEPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el primer contacto con los visitantes que requieran alguno de los servicios. • Canalizar al visitante a cada una de las áreas de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial bilingüe.

ÁREA DE SERVICIO	FUNCIONES	PERFIL EDUCATIVO
<p>QUEJAS Y SUGERENCIAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una base de datos para recabar lo siguiente: nombre del denunciante, domicilio, teléfono, tipo de queja y en lugar y fecha donde ocurrieron los hechos, así como la fecha. Este sistema deberá estar conectado con la Agencia Investigadora del Ministerio Público correspondiente a la Delegación Cuauhtémoc. • Ser el enlace para mantener la mejora constante del Programa. • Realizar un reporte sobre la captación de quejas y sugerencias que se efectúen en: Oficina Central/Módulo. (<i>Ver formato sugerido</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. en Derecho. • Lic. en Trabajo Social.
<p>SERVICIO DE PRIMEROS AUXILIOS*</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se brindarán los primeros auxilios a las personas que así lo requieran. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medicina. • Enfermería.

*Se ha considerado esta área debido a que sólo existen 4 lugares de atención médica al público en general. (*Ver mapa 4*).



**PROGRAMA DE ASISTENCIA AL VISITANTE DEL
CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

FORMATO DE CAPTACIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

Instrucciones: Marque con una X en el recuadro. Ejemplo Si No

1. ¿Con qué frecuencia ha visitado este módulo en los últimos 2 meses?

1 vez 2-3 veces 4-5 veces Más de 5 veces

2. ¿Cuál es el tipo de su opinión?

Queja Sugerencia

3. ¿Cuál es el aspecto objeto de su opinión?

Atención en Comercio Seguridad Pública

Robo/Asalto Bicitaxista

Museo/Evento Cultural Módulo

Núm. _____

4. Diga en qué consiste su queja y/o sugerencia.

5. Mencione el lugar, fecha y hora dónde sucedieron los hechos.

Lugar : _____

Fecha: _____

Hora: _____

6. Califique el servicio que le fue proporcionado en este lugar.

Pésimo Deficiente Regular Bueno Excelente

Nombre : _____

Edad: _____

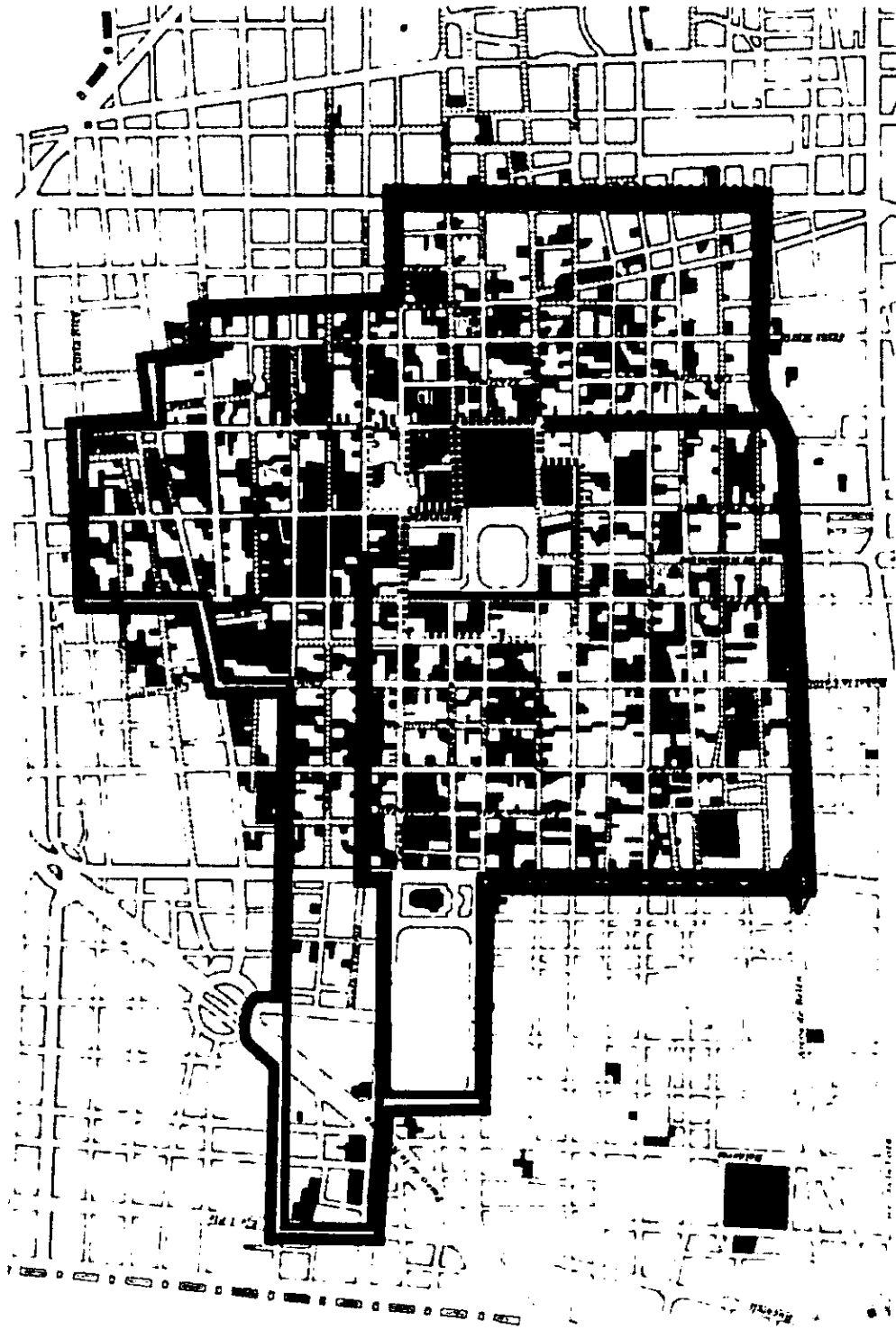
Nacionalidad: _____

Domicilio: _____

Ocupación: _____

Fecha: _____

Mapa 4



- 1. Gregorio Salas.
- 2. Clínica No. 2.
- 3. Dr. A. Eduardo Liceaga.
- 4. Hospital de Jesús.

- Límite del Centro Histórico.
- Zócalo.
- Zona I.
- Zona II.

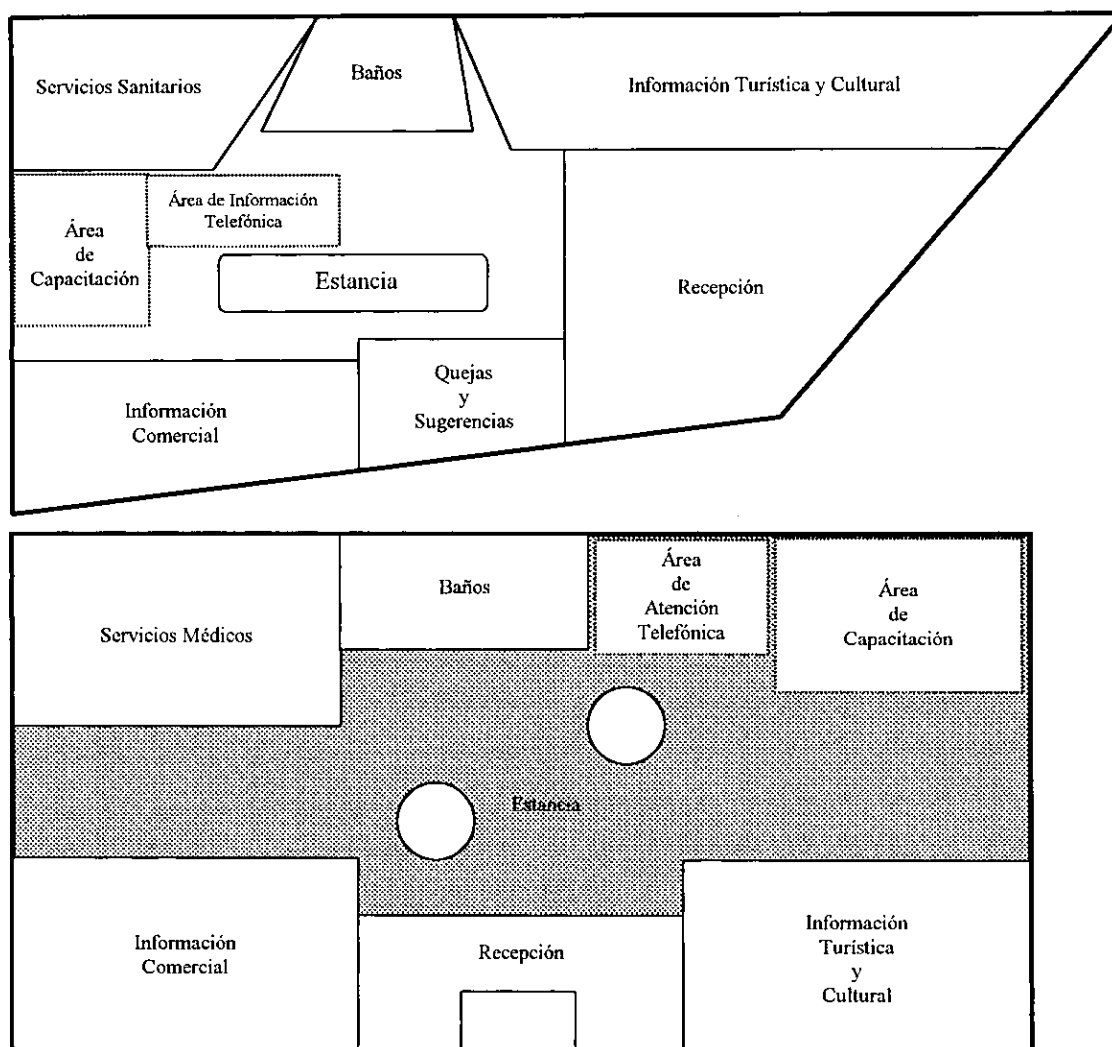
CENTROS DE SALUD Y HOSPITALES

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Criterios de Selección de Módulos:

La ubicación estaría en función de los locales disponibles en planta baja o primer piso; edificios que actualmente están abandonados y que puedan ser aprovechados para este fin; así como de acuerdo a la afluencia de visitantes. El radio de ubicación propuesto es de cuatro cuadras de cada módulo. El tamaño podrá estar comprendido entre 82.04m² y 114.88m² para los Módulos y Oficina Central respectivamente. (Ver Cálculo de Área).

Distribución Física de Módulos:

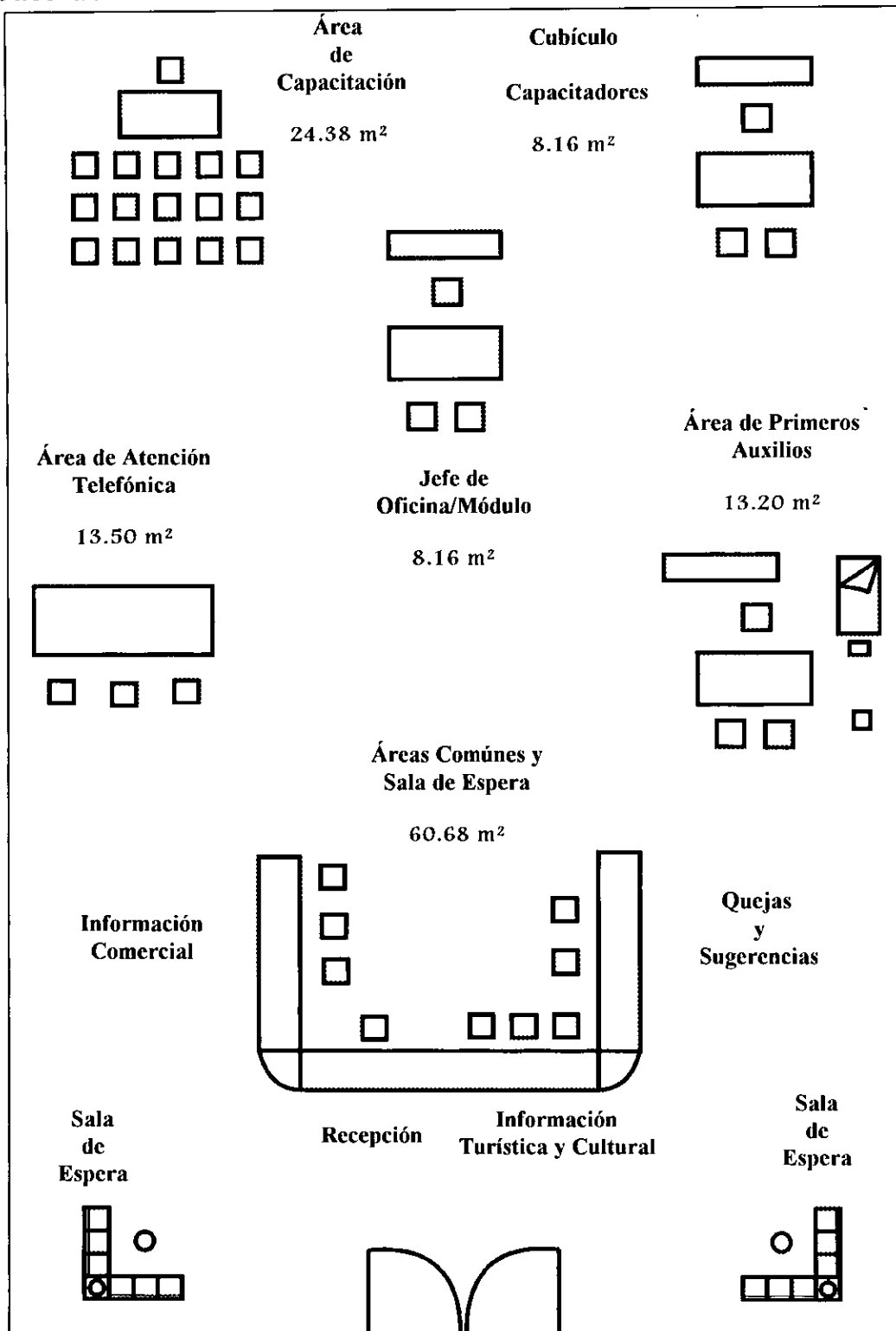


..... Áreas sólo en Oficina Central.

———— Áreas en la Oficina Central y Módulos.

* Esta es una posible distribución.

Cálculo de Área:



Oficina Central: $24.38+8.16+13.50+8.16+13.20+60.68 = 114.88 \text{ m}^2$.

Módulos: $8.16+13.50+13.20+60.68 = 82.04 \text{ m}^2$.

Nota: Los cálculos de las áreas fueron realizados tomando en cuenta medidas estándar; así como los espacios máximos de los mínimos requeridos. Sólo es una representación que pretende ejemplificar la posible realidad.

Medios de Difusión: Para dar a conocer este programa en su etapa introductoria se requerirá el apoyo de la Oficina de Turismo de la Delegación Cuauhtémoc, Oficina de Turismo del Departamento del Distrito Federal, la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico, A.C., para llevar a cabo una campaña publicitaria a través de diversos medios tales como: Radio, Televisión, Prensa; así como folletería que se distribuirá en agencias de viajes, aeropuertos, centrales camioneras y ferroviarias, casetas de autopista, módulos de información del metro, hoteles, embajadas y cualquier otro lugar que se considere adecuado. En la segunda etapa se requerirá del apoyo de la Secretaría de Turismo para la creación de una página de Internet que difunda este programa.

Horario de Servicio: Oficina Central: las 24 horas para el servicio de Atención Telefónica. Módulos: de 09:00 a 21:00 horas (3 turnos: 09:00-13:00, 13:00-17:00 y 17:00-21:00).

Tipo de Decoración: Al tomar en cuenta que uno de los mayores atractivos del Centro Histórico de la Ciudad de México es el aspecto arquitectónico⁴⁹; y con base en el Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal en su artículo 145⁵⁰, se ha optado porque la decoración interior de cada Módulo mantenga un aspecto acorde con las características históricas de este lugar, para ello se sugiere una decoración rústica que contraste con la tecnología actual; siempre destacando uno de los objetivos: servicio de calidad.

⁴⁹Ver apartado de Estudio de Mercado, pregunta 3 Visitantes, gráfica 3.

⁵⁰Título V, Sección Tercera, Capítulo V.

GOBIERNO.- La participación de las autoridades jugará un papel muy importante para la realización de estas propuestas en los siguientes aspectos:

- Crear conciencia entre los representantes de los comerciantes acerca de los beneficios de la derrama económica que traerá como consecuencia este programa.
- Proporcionar estímulos fiscales a los dueños de los locales o edificios en donde se encuentren ubicados la Oficina Central y los Módulos.
- Que brinden estímulos o descuentos fiscales a los organismos e instituciones que muestren una actividad participativa en la conservación del Centro Histórico.
- Realizar las actividades de saneamiento en horarios nocturnos para que no se afecte la circulación vial y peatonal.



Las obras de saneamiento provocan incomodidad entre los visitantes de este lugar cuando éstas se llevan a cabo en horas de mayor afluencia.

- Para evitar que las jardineras y fuentes de lugares como la Plaza de la Constitución y la Plaza de Santo Domingo sean utilizadas como asientos, realizar un estudio para determinar las calles en donde sea posible la colocación de bancas.
- Realizar una Convocatoria Anual a Nivel Nacional para que todos los organismos de carácter cultural interesados y que deseen efectuar presentaciones en el Centro Histórico de la Ciudad de México, colaboren en la elaboración de un Programa Cultural Anual para este lugar; mismo que servirá para dar a conocer las diferentes actividades y eventos culturales que se llevarán a cabo en este lugar durante el año.
- Difundir este Programa Cultural Anual tanto en embajadas extranjeras que se encuentran en el país y en el extranjero a través de las relaciones diplomáticas de México y agencias de viajes en el país y en el extranjero. Se podrá elaborar un folleto, el cual deberá ser lo suficientemente atractivo como para llamar la atención del público en general. La difusión deberá ser también en el ámbito nacional en escuelas y dependencias gubernamentales de cada uno de los estados de la República Mexicana.
- Darle mayor difusión al programa de radio *Ritos y Retos del Centro Histórico*, conducido por la Presidente de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico, con la finalidad de que este espacio sea un estrecho vínculo entre el Centro Histórico y la ciudadanía; además de servir como un constante recordatorio de las múltiples opciones: comerciales, culturales y muchas más que nos ofrece este maravilloso lugar.

COMERCIANTES.- El apoyo y las acciones de este predominante sector económico serán fundamentales para el desarrollo de las siguientes propuestas:

- Proporcionar los datos necesarios para la creación de la base de datos que requerirá una de las áreas de servicio del Programa.
- Mejorar la atención hacia los clientes para que éstos regresen motivados a los establecimientos para la realización de sus compras.
- Motivar a su personal para que éste tome consciencia del buen servicio a la clientela.
- Que en los establecimientos donde la clientela lo solicite, la presentación de sus productos incluya el precio adherido.
- En los comercios que sea necesario se realice una remodelación general con el fin de hacerlos más atractivos.
- Mantener un buzón que sirva para conocer las inquietudes y sugerencias de la clientela.
- Aprovechar la existencia de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico para dar a conocer la problemática y/o propuestas que se les presenten.
- Aprovechar los medios publicitarios para difundir su actividad comercial.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

- Con el objeto de proporcionar mayor seguridad dentro de los establecimientos podrían organizarse por calle para que en todos éstos se contara con un sistema de alarma o equipos de intercomunicación.
- Sería conveniente que las actividades de limpieza se realizarán mucho antes de abrir los establecimientos para evitar hacerlo en el horario de inicio de operaciones, o en su caso, organizarse para contratar el servicio de una empresa privada con la finalidad de disminuir el desperdicio de agua y facilitar el tránsito por las banquetas.



En ocasiones hay que esperar a que se termine la limpieza del local para poder entrar a éste.

PÚBLICO EN GENERAL.- Por ser parte esencial en el desarrollo de cualquier actividad dentro del Centro Histórico de la Ciudad de México deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Poner de manifiesto las inconformidades e inquietudes para que de esta manera contribuya al mejoramiento de los servicios que se brinden en el Centro Histórico.
- Organizar comités de participación ciudadana para tratar la problemática existente, sin perder la estrecha relación con la Subdelegación Centro Histórico.
- Mantener el orden y respeto durante su permanencia en cualquier instalación o evento artístico o cultural que tenga lugar en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

ESPECÍFICAS. En este apartado de propuestas específicas se señalan algunas recomendaciones para una parte de la problemática antes mencionada, como son: Seguridad Pública, Basura, Carga y Descarga de Mercancía, Vivienda, Falta de Señalamientos, Sanitarios Públicos y Bicitaxistas, que a continuación se mencionan:

PROBLEMÁTICA: *SEGURIDAD PÚBLICA.*

Las siguientes propuestas contemplan algunos aspectos que son susceptibles de mejora en lo concerniente a Seguridad Pública, para lo cual será necesario la coordinación de esfuerzos entre el Gobierno a través de las autoridades correspondientes, los elementos de seguridad, comerciantes, público en general y que a continuación se mencionan:

GOBIERNO.-

- Realizar un inventario del equipo y vehículos para que se evalúe su vida útil y de este modo efectuar su renovación o sustitución por equipos actuales y eficientes con los cuales se pueda combatir a la delincuencia con eficiencia.
- Los programas de seguridad pública en el Centro Histórico son los adecuados, lo que se requiere es que éstos se ejecuten con eficiencia durante todo el año y no sólo se hagan notables en situaciones específicas.

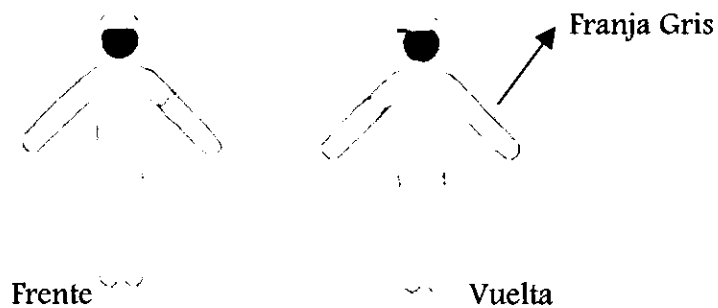
REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

- Se recomienda la capacitación constante y obligatoria para todos los niveles del cuerpo policiaco de esta demarcación y no únicamente para obtener ascensos.
- El Cuartel del Sector 17 debe, para efectos de un aspecto de confianza, ser remodelado.
- Realizar convenios con algunos de los restaurantes y/o fondas que se encuentren dentro del Centro Histórico para que en estos lugares se hagan válidos bonos para que los elementos de seguridad pública puedan tomar alimentos que contribuyan a una dieta balanceada, lo cual estaría en función con cada uno de los subsectores en donde se encuentren asignados.
- Brindar a los elementos de seguridad pública la oportunidad de asistir a realizar actividades deportivas para tener una mejor condición física y mental en las instalaciones del Deportivo Nader o Guelatao; mismos que se encuentran ubicados en el Centro Histórico.
- Hacer énfasis en el sentido humanista en el desempeño de la actividad policiaca.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

- Cambiar el color de uniformes para dar un distintivo especial a los policías del Centro Histórico de la Ciudad de México⁵¹.

Uniforme Propuesto:



ELEMENTOS DE SEGURIDAD.-

- Asistir a los cursos de capacitación haciendo énfasis en el aspecto de idiomas⁵², ya que el Centro Histórico es uno de los lugares con mayor afluencia turística de la Ciudad de México y de esta forma brindar un mejor servicio a los visitantes del Centro Histórico.

⁵¹De acuerdo con la plática que se tuvo con el Sr. Misóforo Ramírez en la Secretaría de Seguridad Pública, no existe reglamentación oficial que regule el tipo y color del uniforme de los elementos de seguridad pública en el Distrito Federal, ya que el Jefe de Gobierno del Distrito Federal o el Secretario de Seguridad Pública toman la decisión respecto a su cambio.

⁵²En la Ciudad de México el número de visitantes internacionales de los meses de Enero a Abril de 1997 fue de 30,674, con un gasto de 2,779 Millones de Dólares y el porcentaje de ocupación de los hoteles fue de 59.03%.

COMERCIANTES Y PÚBLICO EN GENERAL.-

- Exigir que se lleve a cabo el Programa de Seguridad en los establecimientos.
- Mantener el orden en las instalaciones ubicadas en el Centro Histórico.
- Denunciar los actos ilícitos de los que sean objeto o presenciados.
- Dar a conocer sus quejas y sugerencias para mejorar este programa.

PROBLEMÁTICA: *BASURA*.

En las siguientes propuestas se han tomado en cuenta aquellos aspectos que pueden ser mejorados a través de la participación activa del Gobierno por medio de las Dependencias involucradas, Iniciativa Privada, Comerciantes y Público en General:

GOBIERNO.-

- Modernizar el equipo de recolección y limpieza de basura para brindar un mejor servicio en el Centro Histórico.
- Privatización de los servicios de limpieza y recolección de basura en el Centro Histórico para hacer más eficiente el servicio.

- En cualquiera de los casos anteriores, se propone el uso de uniforme⁵³ y equipo de trabajo: gorras, escobas, recogedores, guantes y cubreboca; para todo el personal.



Existe disparidad en el uniformado de los elementos de limpia.

Uniforme Propuesto:



Limpia



Limpia



Frente

Vuelta

⁵³De acuerdo con información proporcionada en la Subdirección General de Limpia de la Delegación Cuauhtémoc, en el Reglamento Interno de la Sección Sindical de Limpia se establece o no el cambio de uniformes del personal de limpia.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

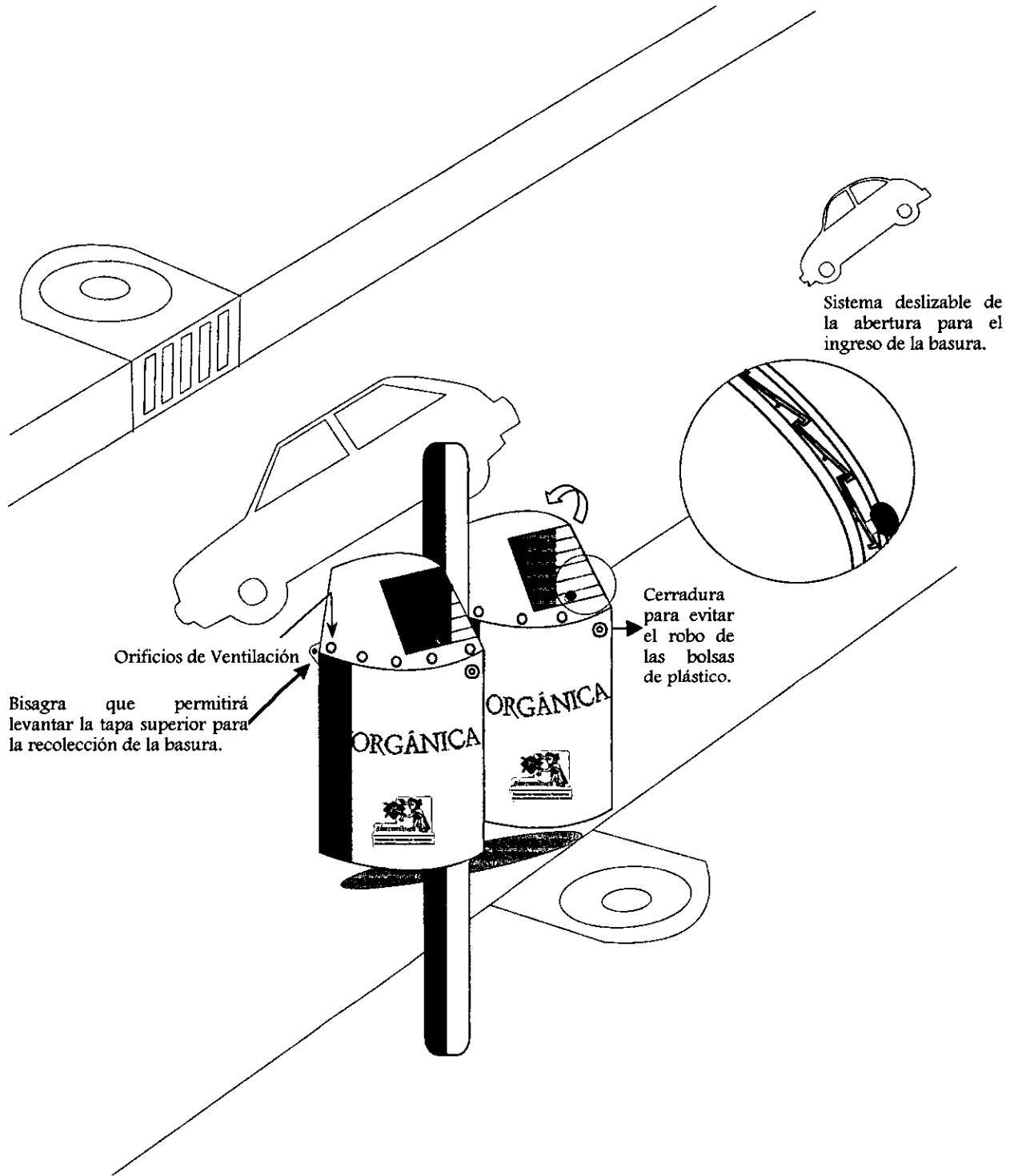
- Para evitar el traslado diario de los botes de basura móviles, se propone el cambio de éstos por botes fijos.



Este tipo de botes de basura es el que actualmente predomina en el Centro Histórico para llevar a cabo las actividades de recolección.

Botes Propuestos:

Se sugiere que estos botes sean de lámina, mismos que en la parte superior tendrán una tapa que permita la fácil recolección de la basura. Dentro del bote habrá una bolsa plástica fotodegradable para agilizar el servicio de recolección. Se pretende que estos depósitos de basura sustituyan a los botes actuales con la finalidad de evitar el desbordamiento de ésta, para tal efecto los botes contarán con una abertura; la cual tendrá un sistema deslizable.



- Fomentar la participación de los ciudadanos para la separación de la basura.

COMERCIANTES.-

- En el caso de la privatización del servicio de recolección de basura, deberán cubrir una cuota mensual fija durante todo el año; o bien, una sola cuota anual.

INICIATIVA PRIVADA.-

- Elaborar los proyectos que sirvan para la elección de la empresa que se dedicará a la recolección de basura en el Centro Histórico.
- Tener en cuenta al personal que hasta el momento de la licitación del servicio de recolección de basura, ha desempeñado las actividades de limpia en el Centro Histórico.

PÚBLICO EN GENERAL.-

- Separar la basura y hacer uso de los botes de basura.

PROBLEMÁTICA: *CARGA Y DESCARGA DE MERCANCÍA.*

Para las siguientes propuestas se han considerado algunos aspectos que aún pueden mejorarse y para tal efecto será necesaria la participación de: Distribuidores, Comerciantes y Gobierno.

DISTRIBUIDORES.-

- Sería conveniente que las actividades de carga y descarga de mercancía se realizaran en la noche para evitar de esta manera el entorpecimiento de la circulación vehicular y peatonal.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

- En el caso de que no se pueda realizar la carga y descarga nocturna, sería conveniente utilizar carros eléctricos, con la ayuda de financiamiento público y/o privado.

En ambos casos, se busca agilizar la circulación vehicular y peatonal sin afectar a terceros; así como también la disminución de las emisiones de contaminantes en el Centro Histórico.

COMERCIANTES.-

- Colaborar para la fijación de un horario conveniente para la realización de las actividades de carga y descarga de mercancía.

GOBIERNO.-

- Apoyar las actividades de carga y descarga, en el nuevo horario establecido, con operativos de protección y seguridad pública.

PROBLEMÁTICA: *VIVIENDA.*

En las siguientes propuestas se señalan los aspectos susceptibles de mejora por medio de la participación en conjunto del Gobierno, Propietarios e Inquilinos.

GOBIERNO.-

- Realizar un inventario de todas las propiedades que actualmente sirven como vivienda para que de esta forma se realicen reuniones con los propietarios y, conjuntamente, establezcan las acciones que se llevarán a cabo a través de un Programa de Apoyo a la Vivienda Popular que contribuya al mejoramiento real de las condiciones de vida de los ciudadanos que habitan el Centro Histórico.

PROPIETARIOS.-

- Asistir a las reuniones con las autoridades para exponer los problemas que les aquejan.
- Conocer los apoyos que brinda el Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México para la restauración de los edificios en donde se encuentran ubicados las viviendas y comercios, y de esta forma se aprovechen los edificios al 100 %.

INQUILINOS.-

- Tomar conciencia de que el programa los beneficiará y, por tanto, se requiere su activa participación.

PROBLEMÁTICA: *FALTA DE SEÑALAMIENTOS.*

Para las siguientes propuestas se requiere de la colaboración conjunta del Gobierno, Iniciativa Privada y Público en General.

GOBIERNO.-

- Instalación de mapas en los lugares de mayor afluencia peatonal, en donde se indique el lugar de ubicación de la persona con la leyenda: *Usted se encuentra aquí*; así como la ubicación de los Módulos del Programa de Asistencia al Visitante del Centro Histórico y de otros sitios de interés. Estos mapas deberán de contener la información tanto en español como en inglés y, en donde así se requiera, en el Sistema Braille.

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

- Para que los visitantes tengan conocimiento que se encuentran dentro del área histórica de la Ciudad de México, se propone la colocación de algunos señalamientos.



Podrán existir algunos otros señalamientos que indiquen por ejemplo el número telefónico de la Oficina Central y los Módulos del Programa de Asistencia al Visitante del Centro Histórico, pero todos se regirán por el mismo tipo de diseño y dimensiones.



INICIATIVA PRIVADA.-

- Apoyar con tecnología *Touch Screen* (Pantalla sensible al tacto) a través de grupos de pantallas para que los visitantes del Centro Histórico tengan información precisa y eficiente de lugares específicos que quieran visitar, ya sea de manera visible en la pantalla o de manera impresa; esta impresión tendría un costo para el usuario. La información con la que cuenten estos módulos electrónicos, por lo menos, deberá estar en 3 idiomas: español, inglés y francés.
- Apoyo en forma de patrocinio.

PÚBLICO EN GENERAL.-

- Tiene la responsabilidad de hacer uso adecuado de los mapas como de la tecnología *Touch Screen*. Además los usuarios deberán aportar nuevas ideas para mejorar este servicio de información; así como también de los demás servicios que son proporcionados en el Centro Histórico. Con esto se contribuirá a la reformulación de proyectos y su seguimiento.

PROBLEMÁTICA: *SANITARIOS PÚBLICOS.*

Las siguientes propuestas contemplan determinados aspectos que son dignos de mejora en lo referente al servicio e imagen de higiene en las instalaciones de sanitarios públicos, para tal efecto participarán el Gobierno, Dueños e Iniciativa Privada y el Público en General.

GOBIERNO.-

- A través del Departamento de Regulación Sanitaria de la Delegación Cuauhtémoc, garantice las mismas condiciones de servicio y calidad de los actuales sanitarios públicos, así como también de los sanitarios futuros que se licitarán a la iniciativa privada.

DUEÑOS E INICIATIVA PRIVADA.-

- Remodelación de los actuales sanitarios públicos para que den un servicio de calidad, eficiencia y sobre todo confianza.
- Planeación de futuros sanitarios públicos, basada en la reglamentación para este servicio.
- En los casos anteriores, en el diseño de las instalaciones el aspecto ergonómico de otros países es muy importante.

PÚBLICO EN GENERAL.-

- Deberá mantener limpios los baños, ya que las instalaciones están para proporcionar un servicio digno.

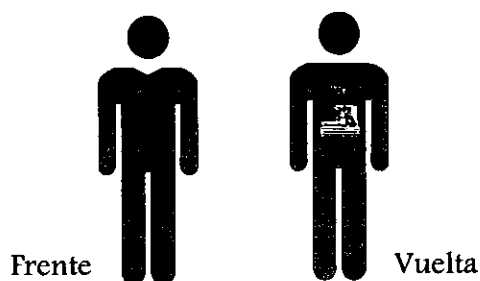
PROBLEMÁTICA: BICITAXISTAS.

Para las siguientes propuestas se han considerado sólo algunos de los aspectos que pueden ser mejorados para brindar un servicio de calidad a través de la colaboración del Gobierno, Bicitaxistas⁵⁴ y Público en General.

GOBIERNO.-

- Formular la reglamentación adecuada para estandarizar el servicio de bicitaxis del Centro Histórico conforme a los siguientes aspectos: diseño seguro (cinturón, pasamanos, etc.) de las cabinas y que éste sea el mismo para todas las unidades, un uniforme que identifique a los prestadores del servicio que están autorizados por la ley. Así como un chequeo general tanto de unidades como de sus operadores.

Uniforme Propuesto:



Este uniforme consistirá de un conjunto deportivo, tenis y gorra.

⁵⁴Con este término, nos referimos tanto a los dueños de las unidades como a los prestadores del servicio.

- Elaboración de Tarifas Oficiales para regular el cobro por la prestación del servicio.
- Apoyar con elementos de vigilancia para el lugar de guarda de las unidades.

BICITAXISTAS.-

- Que cada unidad cuente con un seguro para la protección de los usuarios.
- Mantener a la vista la identificación del operario de cada unidad.
- En días lluviosos usar un uniforme impermeable para evitar la suspensión del servicio en estos días.

PÚBLICO EN GENERAL.-

- Hacer uso de las unidades y tomar conciencia de que están para brindar un servicio cómodo y rápido.
- Dar a conocer sus quejas y sugerencias de este servicio.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Al término de esta investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- El Centro Histórico de la Ciudad de México es uno de los sitios de mayor importancia, no sólo en la Ciudad de México sino en todo el país. Es por ello que debemos llevar a cabo todas las actividades que sean necesarias para continuar recuperando el esplendor de este lugar maravilloso.
- El Centro Histórico de la Ciudad de México es uno de los lugares que mayor interés despierta en los visitantes tanto nacionales como extranjeros, aunque a pesar de ser el sitio histórico de la Ciudad de México la mayoría de la población civil desconoce que se encuentra dividido en 2 perímetros y los límites de cada uno de ellos.
- Hay que reconocer que las acciones llevadas a cabo para la conservación del Centro Histórico de la Ciudad de México, han permitido la mejora de diversos aspectos en los ámbitos comercial, cultural y arquitectónico; sin embargo, hay que recordar que no es un trabajo de una sola vez y de una sola persona; sino de todo el tiempo y de cada uno de los ciudadanos que visitamos este lugar. Por ello, puede decirse que el primer paso es un cambio de actitud que implique la toma de conciencia sobre que está en

nuestras manos el compromiso de mantener este gran legado histórico para las generaciones venideras.

- La palabra *Revitalización* comúnmente se identifica con la acepción de *dar nueva vida*, es decir, que es necesario revivir lugares que al parecer ya no son concurridos. Sin embargo, en este lugar: el Centro Histórico de la Ciudad de México, tal acepción no puede ser aplicada por tener gran actividad económica y esto de acuerdo con algunas personas que tienen este particular punto de vista, pero para algunas otras esta palabra puede tener un mayor alcance: *hacer que un lugar que está vivo, viva mucho mejor*.
- Para algunas personas el comercio ambulante es un factor preponderante para la revitalización del comercio en el Centro Histórico de la Ciudad de México; sin embargo, en esta investigación no se dio énfasis a este rubro debido a que el gobierno –por medio de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)– ha estado llevando a cabo programas para controlar esta actividad. A lo cual añadimos la información dada a conocer a través de los medios de comunicación acerca de los vínculos existentes entre algunos funcionarios de la Delegación Cuauhtémoc y líderes del comercio ambulante.
- Sabemos que a pesar de que diversos eventos o programas artísticos y culturales que son desarrollados en muchas de las instalaciones de este lugar Histórico de la Ciudad de México, son difundidos en los medios de comunicación

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

masiva, esto no ha sido una garantía para motivar a la Sociedad Civil para que asista a ellos.

- Si bien no podemos generalizar que la atención al cliente en todo y cada uno de los comercios establecidos en la demarcación del Centro Histórico de la Ciudad de México no es suficientemente adecuada, si podemos decir que todavía hay mucho por hacer para enriquecer la actitud de servicio a los clientes de estos comercios y que no es tarde para hacerlo.
- En los últimos días el aspecto de seguridad pública ha sido el de mayor demanda por parte de la ciudadanía y dado que en el Centro Histórico de la Ciudad de México existe gran actividad comercial y resulta un lugar estratégico para llevar a cabo actividades ilícitas como: robos y asaltos tanto a comercios como a transeúntes, pero esto no significa que las autoridades no estén realizando acciones al respecto, puesto a través de los años éstas se han venido perfeccionando con el fin de lograr la profesionalización de la actividad policiaca y recuperar la confianza perdida por parte de los ciudadanos. Asimismo, con los resultados del Estudio de Mercado se comprobarán las hipótesis referentes a los aspectos de seguridad.
- De acuerdo con el punto de vista de algunos funcionarios entrevistados la imagen urbana no influye de manera directa en la revitalización del comercio en el Centro Histórico de la Ciudad de México; sin embargo, en esta investigación se pudo observar que para los visitantes y no visitantes de este lugar es considerado como un lugar desagradable, con ello la hipótesis

GLOSARIO

A stylized, three-dimensional shadow of the word "GLOSARIO" is cast below the main title. The shadow is rendered in a halftone or stippled pattern, giving it a textured, depth-like appearance. The letters in the shadow are slightly offset and smaller than the main title, creating a sense of perspective.

GLOSARIO

Actividad Económica.- “Conjunto de operaciones relacionadas con la producción y distribución de bienes y servicios, realizadas por personas físicas o morales, públicas o privadas”.⁵⁵

Baldío.- “Superficie del terreno producto de una lotificación no autorizada dentro de un centro de población”.⁵⁶

Calidad.- Es todo aquello que esperan encontrar los visitantes del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Centro de la Ciudad.- “Núcleo principal de atracción dentro del área urbana, generalmente caracterizado por ser el Centro Histórico y por la presencia de instituciones de gobierno, de Administración, de Servicios Públicos, así como por localizarse en él actividades comerciales, financieras, sociales y culturales de primer importancia o altamente especializados”.⁵⁷

Deterioro Urbano.- “Decadencia física que se presenta en las construcciones y dispositivos urbanos, por uso excesivo e inadecuado, mal estado de conservación y obsolescencia de una o más áreas de la ciudad”.⁵⁸

⁵⁵*Gaceta Oficial del Distrito Federal. op. cit. Pág. 392.*

⁵⁶*Ibidem, Pág. 394.*

⁵⁷*Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas. op. cit. Pág. 26.*

⁵⁸*Gaceta Oficial del Distrito Federal. op. cit. Pág. 400.*

Remodelación Urbana.- Acción encaminada al cambio o mejoramiento de la fisonomía urbana, por lo general en áreas específicas, modificando el funcionamiento y/o la apariencia de órganos o elementos urbanos concretos: edificios, plazas, vías públicas, accesos, alumbrado, parques y jardines, etcétera”.⁶⁶

Suburbio.- “Barrio arrabal. Conjunto habitacional contiguo a una ciudad, pero alejado a un centro poblado periférico o marginal”.⁶⁷

Zona Comercial.- “Concentración de establecimientos de comercio en focos de acción, centralizado respecto a las zonas residenciales y a la mayor afluencia de público”.⁶⁸

Zona Urbana.- “Se llama así a todo el espacio que está comprendido dentro de la periferia de una ciudad, en que se incluyen las construcciones habitacionales, comerciales, administrativas y otros servicios propios de una concentración demográfica”.⁶⁹

⁶⁶Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas. op. cit., Pág. 132.

⁶⁷*Ibidem*, Pág. 215.

⁶⁸*Ibidem*, Pág. 224.

⁶⁹*Ibidem*, Pág. 224.

FUENTES

DE

CONSULTA

FUENTES DE CONSULTA

Libros.



Indicadores de la Actividad Turística. Secretaría de Turismo. Enero-Abril de 1997.



Enciclopedia Temática de la Delegación Cuauhtémoc. Secretaría de Gobierno del Departamento del Distrito Federal. México, 1994, tomos I y II.



Monografía de la Delegación Cuauhtémoc. Secretaría de Gobierno del Departamento del Distrito Federal. México, 1996, Pág. 96.



¡échame una manita! 1991 - 1994. Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México. México, 1994. Pág.126.



Centro Histórico: Ciudad de México, Guía Turística. INEGI-SECTUR. México. 1995. Pág. 413.



Técnicas Actuales de Investigación Documental. 3ª ed., Trillas. México, 1990, Pág. 194.

Hemerografía.

Periódicos:

El Reforma.	Marzo a Diciembre de 1997.
La Jornada.	Marzo a Diciembre de 1997.
El Financiero.	Marzo a Diciembre de 1997.
The Washigton Post.	October and December 1994.
The New York Times.	April to November 1994-1995.
Washington Business.	October 1994.
Los Angeles Times	February to July 1996.
The Wall Street Journal.	January 1994.
The Christian Science Monitor	July 1994.

Revistas:

Adecebra	Noviembre 1997.
----------	-----------------

REVITALIZACIÓN DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTÓRICO

Lugares Visitados.

INSTITUCIÓN O DEPENDENCIA	UBICACIÓN
Bibliotecas: Facultad de Contaduría y Administración, Facultad de Economía y Central de la UNAM	Circuito Interior s/n de la Ciudad Universitaria
Cámara Nacional de Comercio	Paseo de la Reforma No. 42
Departamento del Distrito Federal	Plaza de la Constitución y Pino Suárez
Archivo Histórico de la Ciudad de México	Rep. de Chile No. 7. Col. Centro
Delegación Cuauhtémoc	Aldama y Mina s/n Col. Buenavista
Subdelegación del Centro Histórico de la Ciudad de México	Erasmó Castellanos No. 20 Col. Centro
Coordinación Nacional de Monumentos Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia	Correo Mayor No. 11 Col. Centro
Patronato y Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México	Rep. de Chile No. 7 y 8. Col. Centro
Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de la Ciudad de México, A.C.	Corregidora No. 35 Altos Centro Histórico C.P. 06060
Subdelegación General de Limpia	Delegación Cuauhtémoc
Séptima Agencia del Ministerio Público de la Procuraduría General de Justicia	Delegación Cuauhtémoc
Secretaría de Transporte y Vialidad	Valladolid Esq. Alvaro Obregón. Col. Roma
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática	Av. Patriotismo No. 711. Col. Mixcoac
Colegio de Arquitectos de la Ciudad de México	Av. Veracruz No. 24. Col. Roma
Banco de Obras y Servicios (BANOBRAS)	Insurgentes Norte No. 423
Banco de Comercio (BANCOMER)	Paseo de la Reforma No. 5 Col. Juárez
Banco Nacional de México (BANAMEX)	Madero No. 7. Col. Centro
Antiguo Ayuntamiento	Plaza de la Constitución a un costado del Departamento del Distrito Federal
Fondo de Desarrollo Económico y Social del Distrito Federal (FONDEDF)	Cuauhtémoc. No. 1236. Col. Sta. Cruz Atoyac.
Secretaría de Desarrollo y Comercio	Av. Cuauhtémoc s/n Metro Eugenia.
Subdirección de Imagen Urbana y Subdirección de Mejoramiento Urbano	Tolnoahuac s/n Col. San Simón a un lado del Parque de la Ballenita
Secretaría de Seguridad Pública	Liverpool Esq. Amberes. Col. Juárez
Sector 17 de la Secretaría de Seguridad Pública	Chimalpopoca No. 100. Col. Obrera
Instituto Técnico de Formación Policial	Camino al Desierto de los Leones No. 5715. Col. Olivar de los Padres
Biblioteca Benjamín Franklin	Londres No. 16 Col. Juárez
Embajada de España	Galileo No. 114 Col. Polanco
Secretaría de Turismo	Presidente Masaryk No. 172. Col. Chapultepec Morales
Oficina de Turismo del Departamento del Distrito Federal	Amberes 54. Col. Juárez
Unidad Móvil de Asistencia al Turismo	Plaza de la Constitución, col. Centro
Asamblea de Representantes del Distrito Federal	Donceles Esq. Cuba, col. Centro