



OUMV
Observatorio Universitario
Metropolitano de Veracruz

**INFORME: OPINIÓN PÚBLICA DEL
CENTRO DE VERACRUZ. LA VOZ DE
LOS VERACRUZANOS: PERCEPCION Y
DESAFIOS EN EL CENTRO DE
VERACRUZ**

Universidad Veracruzana, Septiembre 2025

OBJETIVO

Monitoreo y divulgación de resultados de opinión pública sobre el centro de la ciudad y puerto de Veracruz

Equipo

Dra. Ruth M. Grajeda Rosado (Responsable),
Mtra. Margarita Diaz Olaldez (Colaborador),
Mtra. Elsa Teresita Prieto Alonso (Colaborador),
Mtro. Max Mondragón Olán (Colaborador)

1. Institución y equipo

Universidad Veracruzana
Facultad de Ingeniería de la Construcción y el Hábitat
Observatorio Universitario Metropolitano de Veracruz

Equipo:

Dra. Ruth María Grajeda Rosado (Responsable)
Mtra. Margarita Díaz Olalde (Colaborador)
Mtra. Elsa Teresita Prieto Alonso (Colaborador)
Mtro. Max Mondragón Olán (Colaborador)

Alumnos del PE Arquitectura, Experiencia Educativa Desarrollo Urbanos

Alumnos del PE Ingeniería Mecánica - Electrónica, Experiencia Educativa: Probabilidad y Estadística

2. Fecha

Septiembre, 2025

3. Introducción

Conocer la percepción ciudadana respecto al Centro de Veracruz (CV) es un objetivo central del Observatorio Universitario Metropolitano de Veracruz (OUMV), enmarcado en la línea de “Patrimonio y Centro Histórico”, cuyo fin es desarrollar un indicador anual que registre y analice la opinión de los habitantes sobre diversos aspectos de esta zona emblemática.

Este documento presenta los resultados de la primera encuesta aplicada a 500 personas entre mayo y junio de 2025, diseñada para captar la opinión pública sobre la situación actual del Centro, abarcando elementos tangibles e intangibles que inciden en la experiencia y valor del lugar, tales como estado de conservación, funcionalidad, seguridad, así como su atractivo cultural y social. La intención es obtener datos representativos que fundamenten políticas públicas orientadas a mejorar la conservación, revitalización y disfrute del Centro por parte de la comunidad veracruzana, que incluye la parte histórica.

Entre las metas principales está contar con una visión clara y actualizada del estado del Centro desde la perspectiva de habitantes y visitantes, lo cual permitirá un análisis profundo para su preservación y mejora continua. Además, se busca fomentar la participación ciudadana mediante el OUMV, fortaleciendo el vínculo entre academia, sociedad y gobierno para incentivar la implicación activa en decisiones urbanas y culturales. Es fundamental promover la revitalización y apropiación del espacio público, diseñando estrategias que favorezcan la reinserción de la población en áreas habitables y la reactivación económica y cultural del entorno de forma inclusiva y sostenible, evitando la gentrificación que podría desplazar a los residentes originales. También se pretende contribuir a la mejora de la calidad de vida de quienes habitan y visitan el Centro Histórico, identificando problemáticas principales para crear un entorno más seguro, agradable y habitable. Este estudio ofrece una herramienta valiosa para orientar intervenciones integrales que fortalezcan el patrimonio, la identidad y el bienestar de la comunidad en su espacio urbano más representativo.

Ante las actuales condiciones urbanas caracterizadas por un crecimiento demográfico acelerado y dinámicas internas en las ciudades, resulta indispensable analizar a fondo lo que ocurre en los centros urbanos, especialmente cuando estos constituyen símbolos culturales e históricos de un país, como es el caso del CV, que representa un referente patrimonial y, a la vez, un núcleo vital para la vida social y económica local. En este contexto, la colaboración entre la Universidad Veracruzana, a través del OUMV, y el Ayuntamiento de Veracruz busca fortalecer la gobernanza mediante el desarrollo de encuestas de opinión pública centradas en el Centro Histórico.

Esta iniciativa responde al proyecto de rehabilitación municipal en la zona histórica iniciado en 2024, lo que subraya la necesidad de contar con información precisa sobre las percepciones ciudadanas acerca del estado del entorno urbano. En 2024 se realizó una encuesta piloto con 219 participantes que permitió validar variables y metodología, y el presente informe, basado en la encuesta de 2025 con 500 personas, ofrece datos actualizados y

confiables para la planificación y gestión del sector. El análisis propuesto no solo pretende cumplir con las expectativas del proyecto de rehabilitación, sino también generar una herramienta que fortalezca la gobernanza, apoye la rehabilitación física y contribuya a consolidar el tejido social mediante la inclusión de los habitantes en un diálogo constructivo sobre su espacio.

La realización de este informe es de gran importancia, pues proporciona información clave para la toma de decisiones fundamentadas que influyen directamente en la conservación, desarrollo y gestión urbana del Centro Histórico de Veracruz. La ausencia de estudios de esta naturaleza puede provocar un desconocimiento de las necesidades y problemáticas reales de la población, dificultando la implementación de políticas públicas eficaces y poniendo en riesgo tanto el patrimonio cultural como la calidad de vida de los habitantes y visitantes. Sin este instrumento, se corre el riesgo de llevar a cabo acciones poco acertadas que podrían acentuar problemas sociales, económicos y ambientales, comprometiendo la sostenibilidad y el valor histórico del espacio urbano más emblemático de Veracruz.

Problemáticas actuales para la mejora del CV, según algunos expertos ([Reyes-Aguilar, 2021](#)), derivan principalmente de la falta de coordinación efectiva entre las dependencias municipales, estatales y federales responsables de su gestión y conservación. Estas acciones carecen de un eje rector común, por lo que una opinión pública bien estructurada podría ayudar a establecerlo y vincular de manera más coherente las ideas y esfuerzos de mejora. Entre las instituciones involucradas que requieren colaboración se destacan: el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), la Secretaría de Cultura de Veracruz, la Dirección de Cultura del Ayuntamiento de Veracruz, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas, la Dirección de Centro Histórico y Turismo del Ayuntamiento de Veracruz, los Servicios Públicos Municipales, la Comisión Federal de Electricidad (CFE), la Comisión Municipal de Agua y Saneamiento (CMAS) y, en materia de seguridad, la Secretaría de Seguridad Pública Municipal, la Policía Estatal y Protección Civil. La ausencia de una estrategia integrada ha generado intervenciones fragmentadas, muchas veces paliativas y reactivas, sin un plan maestro que armonicice las necesidades urbanísticas, sociales y patrimoniales. Además, el enfoque frecuente en el embellecimiento y el negocio inmobiliario se ha separado del significado social y cultural original del Centro Histórico.

3.1 Cambios Históricos y Urbanísticos

El Centro Histórico de Veracruz, fundado en el siglo XVI, ha sido testigo de múltiples transformaciones que van desde la evolución en los tipos de construcción y materiales edificatorios hasta la implementación de diversas políticas urbanísticas a lo largo de los siglos. Estas modificaciones reflejan no solo los cambios tecnológicos y culturales, sino también las tensiones políticas y sociales que han atravesado la ciudad ([Jiménez, 2008](#)). Sin embargo, estas transformaciones no siempre han sido coherentes ni planificadas de manera integral, lo que ha provocado alteraciones en la estructura urbana, pérdida de valor patrimonial y problemas sociales como la gentrificación, la inseguridad y la falta de servicios adecuados.

Durante su fundación en 1519 la ciudad ha sufrido de cambios, considerando su traslado a La Antigua en 1525 y su regreso a la ubicación original en 1600 ([INAFED, 2018](#)). En 1608 recibe el rango de Ciudad por el Rey Felipe II. Ante el continuo asedio de piratas y corsarios, especialmente de Laurent de Graff (Lorencillo) que en 1683 devastó la ciudad, se iniciaron los trabajos de construcción de la Muralla de Veracruz, terminándose en 1790. Esta tenía una longitud de 2.5 kilómetro, 3.34 metros de altos, 84 centímetros de espesor y 9 baluartes ([Gaspar Cobarruvias, 2014](#)).

Durante el siglo XVII, la traza del centro histórico se configuró de forma ortogonal, abarcando aproximadamente 70 manzanas con edificaciones coloniales ([Geoinstitutos, 2025](#)). En esa época se formó el primer polígono, estructurado alrededor de plazas centrales y caracterizado por arquitectura religiosa y civil destacada, como la Catedral de Nuestra Señora de la Asunción y el Palacio Municipal.

En 1883 se iniciaron los trabajos de demolición de la muralla de mar, su concepto defensivo en el siglo XVII, fue pensado para contener grupos desorganizados como piratas y bandidos, y no ejércitos regulares dotados de artillería de campaña, por lo que para inicios del siglo XIX ya era obsoleto y apenas cubría las necesidades de

proteger la ciudad (Gaspar Cobarruvias, 2017). Estos trabajos se realizaron de manera parcial e irregular con el objetivo de permitir la expansión y modernización del puerto.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX el puerto de Veracruz fue objeto de importantes obras de modernización, principalmente bajo la influencia de Weetman Pearson, quien fue contratado para transformar el puerto para la llegada de vapores transatlánticos. Estas obras, impulsadas por Porfirio Díaz, buscaron convertir a Veracruz en un puerto moderno y ejemplar. Esta modernización también trajo consigo cambios sociales, con la llegada de inmigrantes de diferentes nacionalidades que contribuyeron al desarrollo económico y cultural de la ciudad (Gamer, 2005).

Según arquitectos y expertos, el área del Centro Histórico se encuentra en un estado de deterioro, caracterizado por el creciente abandono de edificios y un descenso en la población residente, así como por el cierre de negocios y un aumento en la venta de locales, esta situación ha llevado a muchos a afirmar que "el Centro Histórico se está muriendo", lo que resalta la urgencia de implementar estrategias para su revitalización (Castro, 2022)(Fig. 1).



Figura 1. Fotografías del Sector A de Veracruz

Recientemente, se han llevado a cabo iniciativas como consultas ciudadanas para recopilar opiniones sobre el estado de conservación del Centro Histórico y fomentar la participación de la comunidad en su desarrollo. Estas acciones buscan no solo rescatar el patrimonio arquitectónico, sino también mejorar la calidad de vida de los habitantes. Sin embargo, la implementación de estas estrategias enfrenta obstáculos económicos y resistencia al cambio, complicando aún más la revitalización del área.

La situación actual del Centro Histórico de Veracruz requiere atención urgente para asegurar su preservación y revitalización, garantizando que continúe siendo un punto de referencia cultural y social para la ciudad (Flores, 2024; García, 2023).

4. Diseño metodológico

4.1 Tipo de estudio

Para realizar una descripción metodológica y delimitar el tipo de encuesta desarrollada por el OUMV, cuyo objetivo es conocer la opinión pública acerca de diversas variables relacionadas con el CV, podemos afirmar que se trata de una encuesta de tipo exploratorio, descriptivo y con un enfoque mixto.

Según la metodología propuesta por Sampieri (Hernandez-Sampieri, 2014), una encuesta de satisfacción es un instrumento de recolección de datos diseñado para evaluar la percepción y el nivel de satisfacción de un grupo específico de personas respecto a un servicio, producto o experiencia determinada. En este caso, la encuesta busca obtener información sobre múltiples aspectos, tales como la calidad del servicio, la atención al cliente, la infraestructura, la temporalidad y otros factores que influyen en la experiencia del usuario dentro del CV.

Es considerada de tipo exploratorio porque se pretende conocer y comprender, de manera imparcial, el ideario colectivo, las problemáticas, percepciones y nuevas perspectivas sobre la relación entre los usuarios y el CV. Así, se amplía el conocimiento existente mediante la exploración profunda del fenómeno de la opinión pública desde una perspectiva inicial y abierta, sin hipótesis rígidas.

Se considera, descriptiva porque busca delimitar y especificar las características, propiedades o variables asociadas al CV. Su propósito es medir, clasificar y ofrecer una visión detallada y cuantificable del fenómeno en cuestión, describiendo aspectos concretos de la opinión pública sobre infraestructura, temporalidad, finalidad y otros elementos pertinentes (Fig. 2). Esto permite presentar un panorama claro y preciso de la realidad del objeto de estudio, que en este caso es la interacción y percepción que los usuarios tienen del centro.

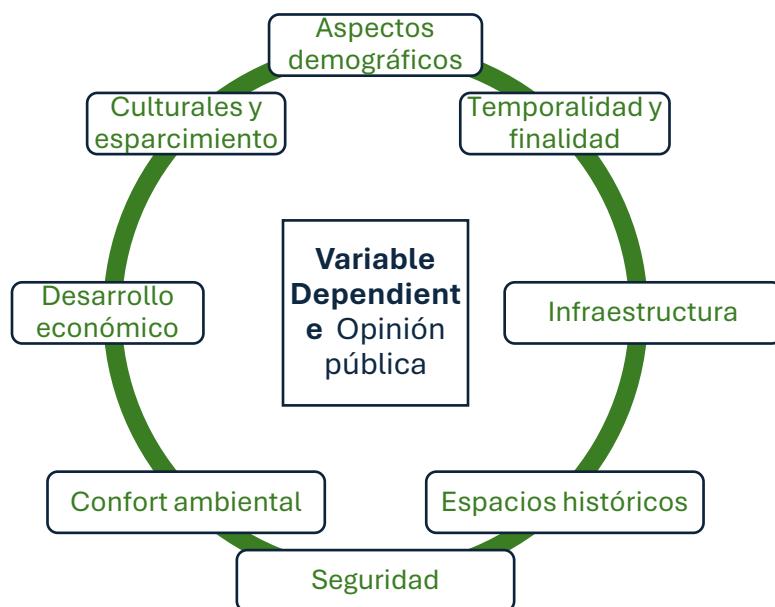


Figura 2. Esquema de variables independientes y dependiente

Por otro lado, la encuesta adopta un enfoque mixto al combinar métodos cuantitativos y cualitativos. Esto se manifiesta en la utilización de preguntas cerradas (cuantitativas) y abiertas (cualitativas) en el instrumento de recolección de datos. Estas respuestas cualitativas se analizarán mediante rúbricas ponderadas en el apartado de resultados, lo que enriquece el análisis al integrar datos numéricos con apreciaciones y opiniones más profundas. De esta manera, se logra una comprensión más completa y matizada de la opinión pública en relación con el CV.

4.2 Diseño muestral

A continuación, se presenta una descripción detallada del conjunto de estrategias, procedimientos y técnicas empleadas para seleccionar la muestra representativa de esta encuesta. En este caso, la selección se realizó mediante un muestreo no probabilístico. En este apartado se explican el área de estudio, la población objetivo, así como el tipo y el tamaño de la muestra utilizada.

4.2.1 Área de estudio

Área de estudio macro escala: Municipio de Veracruz

El municipio de Veracruz se localiza en el estado del mismo nombre, en el oriente de la República Mexicana, y en este lugar se localiza uno de los puertos de altura más importante de México, además de ser un destino turístico de importancia nacional. Junto con el área urbana continua de los municipios de Alvarado, Boca del Río, Jamapa, Manlio Fabio Altamirano y Medellín, conforman la aglomeración urbana de Veracruz, Ver., oscila entre las coordenadas al norte $22^{\circ} 28'$, al sur $17^{\circ} 09'$ de latitud norte; al este $93^{\circ} 36'$, al oeste $98^{\circ} 39'$ de longitud oeste. La superficie del Estado es de 78,815 kilómetros cuadrados, representando el 3.7% de la superficie del país, su litoral es de 745 kilómetros de longitud y sus altitudes varían de 0 a 5,610 m, yendo del nivel del mar al volcán Pico de Orizaba (SEDECOP, 2017).

Sobre los datos urbanos, el informe “El Índice Básico de las Ciudades Prósperas (City Prosperity Index, CPI)” es una herramienta desarrollada por ONU-Hábitat (2016; ONU, 2018) en colaboración con Infonavit para medir la prosperidad urbana en municipios mexicanos, incluyendo Veracruz. Este índice evalúa seis dimensiones clave: productividad, infraestructura de desarrollo, calidad de vida, equidad e inclusión social, sostenibilidad ambiental, y gobernanza y legislación urbana, a través de 22 subdimensiones y 40 indicadores. El objetivo es proporcionar a los tomadores de decisiones información confiable para diseñar políticas públicas que impulsen un desarrollo urbano integral y sostenible, este informe coloca a Veracruz como segunda ciudad con mayor proporción de población urbana en el estado, es relativamente denso y dinámico. Este diagnóstico contextual es fundamental para interpretar los resultados del CPI, que para Veracruz arroja un valor de 51.97, ligeramente por debajo de la media nacional (53.74), indicando una prosperidad moderadamente débil. Esto sugiere la necesidad de fortalecer políticas públicas, especialmente en gobernanza urbana, infraestructura y equidad social, para avanzar hacia un desarrollo más equilibrado y sostenible (ONU, 2018) (Fig. 3).

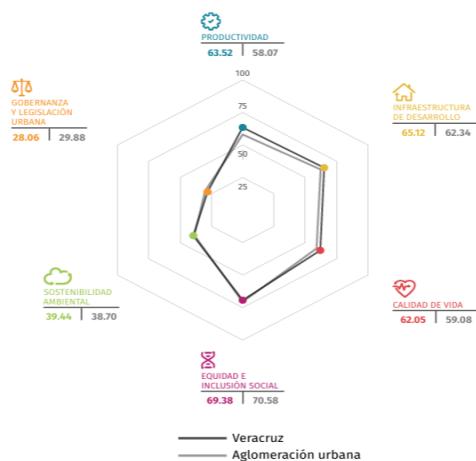


Figura 3. Resultados de CPI por dimensión de la Ciudad de Veracruz y su zona metropolitana. Fuente: (ONU, 2018)

En el caso específico de la ciudad de Veracruz y su aglomeración urbana, los datos contextuales sobre población, territorio y aspectos socioeconómicos, con base en información del INEGI (2020; 2025), Programa de Ordenamiento Territorial de la Zona Metropolitana de Veracruz (POTZMV, 2021), Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2022) y Secretaría de Desarrollo Socioeconómica (SEDESOL, 2021):

- Población y urbanización: El municipio de Veracruz contaba con aproximadamente 602,838 habitantes según el Censo de Población y Vivienda 2020 (INEGI), mostrando un crecimiento moderado respecto al 2010. El índice de urbanización se mantiene alto, rondando el 95.3%, proyectándose un crecimiento moderado para 2030. La Zona Metropolitana de Veracruz alberga una población cercana a 939,000 habitantes, con un índice

de urbanización estimado en 64.66%. La densidad poblacional urbana en el municipio es elevada, con aproximadamente 3,820 habitantes por km², superando la densidad promedio de la aglomeración urbana (estimada en 2,100 hab/km²), lo que indica un área urbana relativamente compacta y densificada.

- Crecimiento y superficie: La tasa media anual de crecimiento poblacional en el municipio fue cercana al 1.6% entre 2010 y 2020, mientras que la construcción de viviendas mostró una tasa más acelerada, estimada alrededor del 5.8%. La superficie total del municipio sigue siendo de aproximadamente 245.9 km², de los cuales cerca de 153 km² están clasificados como área urbana consolidada o en proceso de urbanización.
- Aspectos socioeconómicos: La población económicamente activa continúa predominando en el sector terciario, con un 78% en el municipio, seguida del sector secundario y primario. La tasa de ocupación se mantiene alta, aproximadamente en 95%, con tasas de desempleo abierto alrededor del 3.5%. No obstante, persiste un porcentaje considerable de la población —en torno al 25%— que percibe ingresos inferiores a dos salarios mínimos, reflejando desafíos significativos en términos de equidad socioeconómica. El grado de marginación se mantiene bajo en el municipio, estimado en 5.4%, aunque en la aglomeración urbana alcanza niveles cercanos al 34%, evidenciando disparidades territoriales.
- Gobernanza y dimensiones sociales: De acuerdo con la evaluación presentada en el programa, el índice de Gobernanza continúa siendo el más bajo en comparación con otras dimensiones de desarrollo urbano, ubicándose en 27.5 para la Ciudad de Veracruz y 30.2 para la Zona Metropolitana, señalando áreas de oportunidad en la gestión pública y participación ciudadana.

Área de estudio: Microescala CV

El área de estudio, seleccionada para la encuesta sobre el entorno físico urbano, abarca el Centro de la ciudad y puerto de Veracruz, incluyendo su sección histórica. Geográficamente, se localiza en los 19°10'51" de latitud norte y 96°08'34" de longitud oeste, con una altitud de 15 metros sobre el nivel del mar. Este polígono se inscribe dentro del primer sector intraurbano de Veracruz, según datos del INEGI (2025) (Fig. 4).

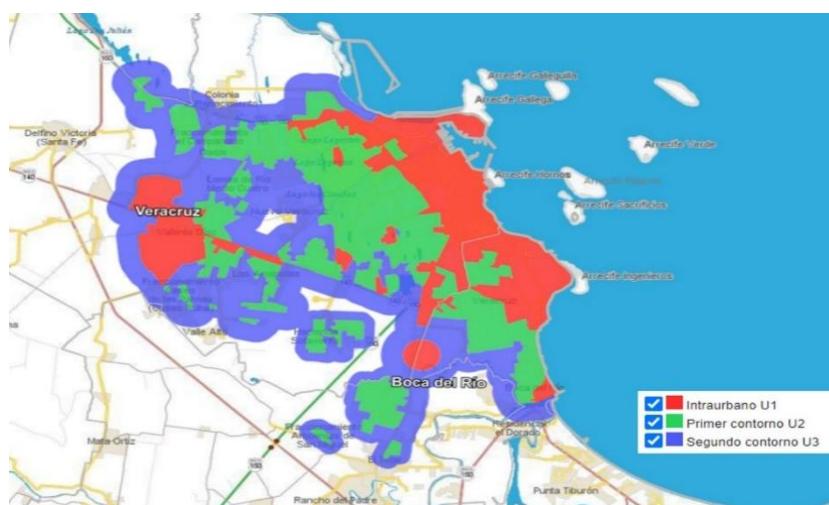


Figura 4. Sectores intraurbanos de la Ciudad y Puerto de Veracruz. Fuente: (INEGI, 2025)

Para obtener una visión integral, la encuesta busca la opinión de sus usuarios o habitantes sobre las condiciones del CV, según el Ayuntamiento esta zona abarca las siguientes colonias y sectores: A) Centro Histórico, B) Faros, C) Californias y D) Residencial-Flores Magón.

Sin embargo, el imaginario colectivo delimita al CV entre las calles: Allende al poniente, Malecón al oriente, Constitución al Norte y Juan Soto-Manuel Doblado al sur. Lo cual incluye, principalmente al Sector A,

conocido por su riqueza histórica. El Sector A, el Centro Histórico, se subdivide en tres subsectores para un análisis más granular: Mercados (A-A), Casco Histórico (A-B) y Ferrocarriles (A-C).

Por su parte, el Sector D, Residencial-Flores Magón, incluye una única subdivisión: La Huaca (D-A). Esta delimitación permite un estudio detallado de las percepciones ciudadanas en diversas áreas del centro urbano, facilitando la identificación de necesidades y expectativas de los residentes (Fig. 5). El Sector A-B, específicamente el Casco Histórico, posee un valor patrimonial significativo, albergando la mayoría de los edificios, monumentos históricos y artísticos del puerto. Esta zona fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación en 2004, extendiéndose por aproximadamente 1.5 kilómetros cuadrados y conteniendo alrededor de **505 monumentos históricos** construidos desde el siglo XVII (Municipio de Veracruz, 2022). Sin embargo, a pesar de su relevancia, muchos de estos monumentos, como la Catedral de Nuestra Señora de la Asunción y el Palacio Municipal, enfrentan desafíos considerables debido al deterioro y abandono, lo que impacta negativamente el entorno urbano, comercial, socioeconómico y ambiental.

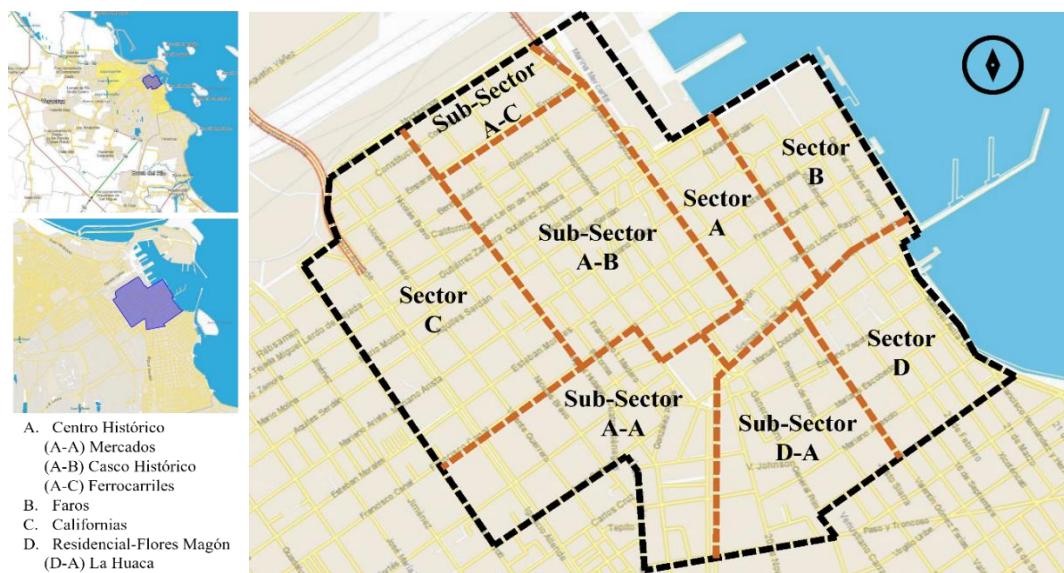


Figura 5. Modificado del INEGI e Información provista por el Ayuntamiento de Veracruz (2024)

Gracias a la herramienta del INEGI denominada “Espacios y Datos de México” (INEGI, 2025), se ha calculado de la zona en estudio (CV) la siguiente información

- Población y urbanización. La zona alberga un total de 9,250 habitantes, de los cuales 4,995 son mujeres y 4,141 hombres. La distribución por grupos de edad es la siguiente: 1,214 personas tienen entre 0 y 14 años, 1,771 entre 15 y 29 años, 3,557 entre 30 y 59 años, y 2,484 son adultos mayores de 60 años. Además, se registra una población con discapacidad de 531 personas. Comprende aproximadamente un total de 271 manzanas, con una extensión territorial de 2.3 km². En este espacio se encuentran un total de 5,724 viviendas, de las cuales 5,534 son viviendas particulares. De estas, 3,380 están habitadas, mientras que 2,123 permanecen no habitadas. Algunas características particulares de estas viviendas incluyen que el 60% tiene tres o más ocupantes por cuarto, 3,350 cuentan con piso de material distinto a tierra, 3,352 disponen de energía eléctrica, 3,350 tienen servicio sanitario y 3,353 están conectadas al drenaje.
- Infraestructura y servicios. El recubrimiento de calles está presente en prácticamente todas las manzanas (266), mientras que rampas para silla de ruedas solo se encuentran en 11 manzanas, con 93 manzanas que cuentan con rampas en alguna parte y 162 sin ninguna. Los pasos peatonales están presentes en 90 manzanas, con 143 que tienen algunos y 33 sin ninguno. Las banquetas y guarniciones están mayormente presentes, con 171 y 168 manzanas respectivamente que las tienen en todas sus calles. Sin embargo, ciclovías y ciclocarriles

prácticamente no existen, con solo una manzana que cuenta con alguna y 265 sin ninguna. El alumbrado público está presente en 37 manzanas en todas sus calles, pero en 213 solo en algunas y 16 sin alumbrado. Otros elementos como letreros con nombre de calle, teléfonos públicos, árboles y palmeras, semáforos para peatones, y paradas de transporte colectivo muestran una presencia limitada o parcial en la zona.

- Aspectos económicos. Se identificaron un total de 4,493 establecimientos, además de 24 dependencias gubernamentales, lo que refleja una actividad económica significativa en la zona del CV

4.2.2 Población objetivo *Muestra*

La población objetivo de esta encuesta se dividió en cinco segmentos: visitantes locales, turistas, residentes, locatarios y dueños de negocios.

- a) **Visitantes locales:** Personas que residen en la zona conurbada de Veracruz y que visitan el centro de manera ocasional, ya sea como transeúntes o consumidores de los servicios disponibles en la zona.
- b) **Turistas:** Visitantes provenientes de fuera de la zona conurbada, tanto nacionales como internacionales, que llegan al centro por motivos variados.
- c) **Residentes:** Personas que viven permanentemente en la zona centro, sin importar si su vivienda es propia o rentada.
- d) **Locatarios:** Individuos que trabajan o poseen un local dentro del CV, ofreciendo productos o servicios en el área.
- e) **Propietarios:** Dueños de inmuebles o negocios ubicados en la zona centro.

Los criterios de inclusión establecen que todas las personas deben tener alguna interacción o presencia en la zona CV, además de ser mayores de 18 años, requisito necesario por el contenido de las preguntas. Esta subdivisión responde a que cada grupo tiene opiniones particulares según el uso que dan al centro y cómo se ven afectados por sus condiciones. Por ejemplo, visitantes y turistas suelen tener una estancia breve y objetivos puntuales, como el entretenimiento o necesidades ocasionales, mientras que los residentes, locatarios y dueños dependen de un uso más prolongado y constante.

Como criterios de exclusión se consideró que las personas deben conocer la zona en algún momento y contar con la capacidad para responder adecuadamente el cuestionario. También se excluyeron quienes no tengan una relación directa con el área o presenten impedimentos que dificulten su participación, como limitaciones cognitivas o lingüísticas.

4.2.3 *Tipo de muestreo*

Respecto al procedimiento empleado para seleccionar a los participantes, se optó por un muestreo no probabilístico. Esto se debe a la inviabilidad de usar un muestreo probabilístico, dado que no existe un universo definido para cada grupo. En su lugar, se utilizó un muestreo por cuotas, una técnica común en estudios de opinión pública basada en la selección de un número determinado de individuos con características específicas, distribuidos geográficamente (Ojeda-Ramírez & Díaz-Camacho, 2012).

Esta modalidad permite lograr una representación relativa acorde a cada grupo, sin estricta vinculación con el espacio total de estudio, facilitando la diversidad de perfiles y manteniendo un equilibrio proporcional en la muestra.

4.2.4 *Tamaño de la muestra*

Considerando la participación de 60 estudiantes como encuestadores, se estimó que cada uno podría aplicar entre 5 y 10 encuestas, lo que generaría un rango aproximado de 300 a 600 cuestionarios aplicados en total. Como meta intermedia y objetivo principal, se estableció la aplicación de 450 encuestas ([ver Tabla 1](#)). Bajo esta premisa, cada estudiante estaría encargado de aplicar entre 7 y 8 encuestas, lo que permite una distribución equilibrada y manejable para el equipo. Esta propuesta de distribución se fundamenta en criterios prácticos estratégicos, tales como la accesibilidad para el acceso a los participantes, el tiempo disponible para la recolección de información y

la visibilidad y presencia de cada grupo poblacional dentro de la zona de estudio. Cabe destacar que el levantamiento de datos se realizará de forma presencial, en diversos puntos estratégicos tanto del Centro Histórico como del Puerto de Veracruz, espacios que permiten captar la diversidad de usuarios y actores involucrados.

Tabla 1. Distribución del cálculo del tamaño de la muestra y del total final de encuestados

Población	Porcentaje estimado	Total encuestados estimado	Porcentaje final	Total encuestados	Diferencia
Visitantes locales	30%	135	46%	228	16%
Turistas	25%	112	8%	40	-17%
Residentes	25%	112	34%	168	9%
Locatarios	15%	68	10%	52	-5%
Dueños de negocios	5%	23	2%	12	-3%
Total	100%	450	100%	500	

No obstante, como se muestra en la [Tabla 1](#), el número final de encuestas aplicadas ascendió a 500, superando la meta inicial. Este aumento aportó mayor robustez a la muestra y amplió el margen para análisis estadísticos más detallados. Sin embargo, la distribución porcentual presentó algunas variaciones significativas: se observaron incrementos notables en la proporción de visitantes y residentes, con un aumento del 16% y 9% respectivamente, lo cual indica una mayor disponibilidad y accesibilidad de estos grupos durante el periodo de muestreo. Por otro lado, los segmentos de locatarios y dueños de negocios experimentaron una disminución en su representación, con caídas del 5% y 3%, atribuidas principalmente a la dificultad para identificarlos y acceder a ellos, así como a las condiciones particulares del periodo en que se realizó el estudio. Asimismo, el número de turistas disminuyó un 17%, lo que puede explicarse por el hecho de que la aplicación de encuestas no coincidió con temporadas vacacionales o de mayor afluencia turística, reduciendo su presencia en la zona durante la recolección de datos.

Estas diferencias en la distribución resaltan la importancia de considerar factores temporales y de accesibilidad al diseñar y ejecutar el muestreo, para lograr una representación adecuada y garantizar la validez de los resultados obtenidos.

4.3 Diseño de la encuesta

4.3.1 Estructura del cuestionario

La encuesta consta de un total de 65 reactivos, organizados en ocho categorías temáticas que abordan distintos aspectos relevantes para evaluar la opinión pública sobre el centro de la ciudad de Veracruz. Cabe destacar que algunas de estas categorías están restringidas o aplican únicamente a segmentos específicos de la población objetivo, con el fin de asegurar la pertinencia y precisión de las preguntas según el perfil del encuestado. En términos generales, la encuesta está compuesta por **51 preguntas cerradas y 14 preguntas abiertas**, buscando así combinar datos cuantificables con respuestas más detalladas y cualitativas que complementan el análisis.

De las 51 preguntas cerradas:

- 10 corresponden a preguntas dicotómicas, con opciones de respuesta de tipo sí/no, que permiten identificar la presencia o ausencia de características o percepciones específicas.
- 29 son preguntas de opción múltiple; de estas, 22 permiten la selección de una única respuesta, mientras que 7 permiten seleccionar múltiples opciones simultáneamente. Estas últimas (preguntas 20, 49, 51, 53, 54, 59 y 60) están diseñadas principalmente para indagar las causas o motivos detrás de ciertos fenómenos reportados, como, por ejemplo, problemas asociados al confort ambiental en el centro histórico.

- 12 preguntas están estructuradas mediante escalas tipo Likert, que permiten evaluar el grado de calificación en cinco categorías: muy deficiente, deficiente, regular, buena y excelente. No obstante, la aplicación de estas preguntas genera un total de 29 respuestas específicas, ya que algunas incluyen múltiples ítems agrupados, abarcando la evaluación de diferentes dimensiones o aspectos, como infraestructura, servicios, áreas verdes y de esparcimiento, monumentos históricos y eventos culturales. Por ejemplo, las preguntas 36, 38, 43, 56 y 61 requieren que el encuestado responda a 5, 7, 2, 3 y 5 reactivos respectivamente, sumando en total 22 ítems. Al sumar estas respuestas a las de otras siete preguntas tipo Likert adicionales, se obtiene un total de 29 respuestas analizadas dentro de esta categoría

Esta combinación estratégica de preguntas cerradas (dicotómicas, de opción múltiple y de escala Likert) junto con las preguntas abiertas, permite captar tanto la cuantificación precisa de opiniones y percepciones como la expresión libre de ideas, sugerencias o comentarios que enriquecen la comprensión sobre el uso, percepción y problemáticas del centro histórico de Veracruz. De este modo, la encuesta está diseñada para ofrecer un panorama integral que facilite el análisis y la toma de decisiones en torno a aspectos urbanísticos, sociales, culturales y económicos relevantes para el desarrollo sostenible y la mejora en la calidad de vida de los usuarios y habitantes del centro de la ciudad ([Anexo 8. Encuesta final](#)).

4.3.2 Validación

Para validar esta encuesta, previamente se llevó a cabo, durante el periodo de febrero a julio de 2024, una prueba piloto de consulta ciudadana en el cuadrante del Centro Histórico de Veracruz, logrando la participación de 219 personas. El muestreo se realizó gracias al valioso apoyo de las maestras Margarita Díaz Oláldez, Elsa Teresita Prieto Alonso y Ruth María Grajeda Rosado, junto con sus alumnos, quienes coordinaron grupos encargados de aplicar la encuesta de manera presencial en el Centro Histórico. En esta fase piloto no se definió una población objetivo-específica; el único criterio fue ser mayor de 18 años.

La encuesta piloto incluyó 21 preguntas enfocadas en aspectos de temporalidad, habitabilidad, cultura y confort térmico. Su estructura consideró 8 preguntas cerradas dicotómicas, 5 de selección única y 8 preguntas con escala Likert, que clasificaba las respuestas en cinco categorías: Excelente, Muy bien, Bueno, Regular y Malo.

Para evaluar la fiabilidad del instrumento, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, una herramienta fundamental para medir la consistencia interna de un conjunto de ítems en el cuestionario. Este coeficiente garantiza que las preguntas sean coherentes entre sí y que midan el mismo constructo, lo cual es esencial para asegurar la validez de la encuesta de opinión realizada en el Centro Histórico de Veracruz.

La interpretación del Alfa de Cronbach se basa en el siguiente rango: 0-0.20 (muy baja), 0.21-0.40 (baja), 0.41-0.60 (moderada), 0.61-0.80 (buena) y 0.80-1.00 (alta). En el presente estudio, se obtuvo un valor de **0.85**, que indica una alta consistencia entre los ítems y, por ende, una fiabilidad adecuada para los resultados.

El cálculo del Alfa se realizó mediante un proceso sistemático: primero, se diseñó un cuestionario con múltiples preguntas relacionadas al tema de estudio; luego, tras la recopilación de los datos, se calcularon las varianzas individuales de cada ítem y la varianza total de las puntuaciones combinadas. Aplicando la fórmula del Alfa de Cronbach ([Ecuación 1](#)), se comparó la varianza total observada con la varianza esperada en caso de que todos los ítems midieran la misma variable. Este análisis se efectuó utilizando Excel, lo que garantizó precisión y facilidad para el cálculo.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right] \quad (1)$$

Donde:

k = Número de ítem o preguntas

V_i = Varianza de cada ítem o pregunta

V_t = Varianza total de las puntuaciones sumadas de todos los ítems

En esta validación se consideraron 8 ítems, correspondientes a las preguntas 6, 7, 8, 9, 10, 11, 15 y 16, las cuales emplean una escala Likert con las categorías mencionadas, asignando valores del 5 al 1 (de Excelente a Malo). Sustituyendo los valores se obtuvo el siguiente resultado:

$$\alpha = \frac{8}{8-1} \left[1 - \frac{7.797}{30.4785} \right] = 0.8504 \quad (1)$$

Gracias a esta validación previa, se consideró que la nueva encuesta, ahora ampliada a 65 preguntas — incluyendo 44 preguntas adicionales — aportaría información más detallada y robusta. Entre las mejoras se destacan la inclusión de una categoría demográfica y la división en cinco categorías específicas de población objetivo, lo que enriquece el análisis y la representatividad del instrumento.

4.3.3 Variables clave o dimensiones analizadas

1. Categoría: Aspectos Demográficos

La primera sección de la encuesta está orientada a recopilar información demográfica básica de la población encuestada. Esto incluye datos como edad, género, estado civil, nivel educativo, ocupación actual, nacionalidad, condiciones de vivienda e ingresos.

2. Categoría: Temporalidad y Finalidad

Esta sección está dirigida principalmente a los visitantes locales y se enfoca en comprender la duración de sus estancias, la finalidad de sus visitas y sus patrones de movilidad dentro del centro. Utilizando preguntas de opción múltiple, se indaga sobre el tiempo que permanecen en el área y los motivos de su visita, que pueden incluir esparcimiento, negocios, trámites o simplemente disfrutar del ambiente. Además, se incluye una pregunta sobre la disposición a vivir en el centro; en caso de responder negativamente, se solicita explicar las razones, lo que aporta información valiosa para identificar barreras o percepciones negativas sobre la habitabilidad del lugar.

3. Categoría: Infraestructura

Categoría compuesta mayormente de preguntas con escala Likert y respuestas dicotómicas, diseñadas para evaluar la calidad de vida y las condiciones físicas del centro. La escala utilizada va desde "excelente" hasta "muy deficiente", permitiendo asignar valores ponderados para análisis cualitativos y cuantitativos.

Los aspectos evaluados incluyen:

- Infraestructura de Servicios: Para residentes, locatarios y propietarios, se incluyen preguntas específicas sobre servicios básicos como electricidad, agua potable, drenaje, manejo de basura, internet, así como espacios comunitarios de apoyo como comedores o zonas de refugio.
- Infraestructura del entorno urbano: Se solicita la opinión sobre la conservación de edificios, alumbrado público, pavimentación, banquetas, limpieza y accesibilidad peatonal.
- Espacios y áreas verdes: Se evalúa el estado de conservación, diseño y la percepción sobre la inversión gubernamental en estas zonas, fundamentales para el bienestar y recreación.

4. Categoría: Espacios Históricos

Sección que incluyó preguntas de opción múltiple para evaluar el conocimiento y la visita a ocho lugares emblemáticos de la ciudad. Además, se formuló una pregunta dicotómica (sí/no) para indagar la percepción sobre la suficiencia de módulos de información para visitantes. Para valorar la calidad de estos sitios, se consideraron tres variables principales —estado de conservación, difusión y publicidad, y accesibilidad— que fueron evaluadas mediante una escala Likert, desde "excelente" hasta "muy deficiente", y posteriormente ponderadas. También se segmentaron las opiniones, destacando especialmente la valoración de los turistas, lo que permitió identificar áreas de mejora, particularmente en la promoción y publicidad de los espacios históricos.

5. Categoría: Aspectos de Seguridad

La parte correspondiente a seguridad en el CV incluyó dos preguntas principales: una dicotómica (sí/no) para conocer si los encuestados se sienten inseguros en algún lugar del centro, y una pregunta abierta para identificar las zonas específicas donde perciben inseguridad. Además, se analizó la percepción según diferentes tipos de encuestados, como locatarios, visitantes locales, dueños de negocios, residentes y turistas. Esta combinación de preguntas permitió obtener una visión detallada sobre la sensación de inseguridad y los lugares que generan mayor preocupación, facilitando así la identificación de áreas prioritarias para mejorar la seguridad urbana.

6. Categoría: Confort Ambiental

Esta sección utiliza preguntas tipo Likert y abiertas para evaluar la percepción de los usuarios sobre el ambiente térmico, niveles de ruido y presencia de olores desagradables. Al final, se presenta una lista de posibles causas para estas molestias, con el fin de comprender mejor los factores que afectan la calidad ambiental. Los resultados obtenidos serán fundamentales para diseñar estrategias que mejoren el confort térmico, acústico y olfativo, contribuyendo a una experiencia más agradable para visitantes y residentes.

7. Categoría: Desarrollo económico

En esta categoría se emplean preguntas tipo Likert para obtener la opinión sobre la viabilidad económica del centro histórico como ubicación para negocios, evaluando la relación costo-beneficio. Además, se incluye una pregunta dicotómica para conocer si los locatarios consideran mantener o cambiar la ubicación de sus negocios en el centro, información clave para el desarrollo económico local.

8. Categoría: Aspectos Culturales y de Esparcimiento

Esta sección está compuesta por preguntas con respuestas en escala Likert y dicotómicas, enfocadas en las actividades culturales y recreativas organizadas por el Ayuntamiento de Veracruz. Se investiga la asistencia a eventos, la calidad y diversidad percibida, la logística y difusión de las actividades, así como el nivel de satisfacción de los participantes. Esta información es esencial para evaluar la efectividad de las políticas culturales y turísticas, y para orientar futuras acciones que fomenten la participación ciudadana y el turismo cultural en la zona.

La encuesta ofrece un panorama amplio y detallado sobre la percepción que tienen los distintos actores vinculados al centro histórico de Veracruz. Destaca aspectos cruciales como la opinión ciudadana respecto a la inversión gubernamental en conservación, la calidad de los servicios, la seguridad, el confort ambiental, el dinamismo comercial y la oferta cultural. Los datos recopilados constituyen una base sólida para la toma de decisiones informadas y la implementación de estrategias integrales que mejoren la calidad de vida y la experiencia de quienes viven, trabajan o visitan esta emblemática zona.

4.4 Aplicación de la encuesta

4.4.1 Periodo de aplicación

La encuesta de opinión pública sobre el centro de la ciudad de Veracruz se aplicó en un periodo de 40 días, desde el 19 de mayo hasta el 30 de julio de 2025. El método principal de aplicación fue a través de la plataforma digital GoogleForms, lo que permitió un acceso amplio y flexible para los participantes.

Previo al cuestionario, se incluyó una introducción que explica el objetivo de la encuesta y a qué público está dirigida; en este caso, exclusivamente a personas mayores de 18 años. Este criterio de edad se estableció para garantizar que los encuestados tuvieran la capacidad legal y cognitiva para responder adecuadamente. La encuesta se estructuró en secciones y cada pregunta fue marcada como obligatoria, garantizando que no quedaran ítems sin responder.

4.4.2 Método de aplicación

Para ampliar el rango y la diversidad de participantes, se distribuyó el formulario mediante un enlace web, facilitando su acceso a través de diferentes medios. Adicionalmente, se proporcionó un aviso de privacidad para

informar sobre el manejo y protección de los datos personales, asegurando el cumplimiento de las normativas vigentes en materia de protección de datos.

4.4.3 Equipo encuestador y proceso

A nivel operativo, el proceso de aplicación contó también con la participación directa de un grupo de aproximadamente 60 estudiantes, organizados en 10 equipos, pertenecientes a las Experiencias Educativas de Estadística, Desarrollos Urbanos y Administración General, bajo la supervisión de las maestras Margarita Díaz Olaldez, Elsa Teresita Prieto Alonso y Ruth María Grajeda Rosado, respectivamente. Estos alumnos llevaron a cabo el levantamiento presencial de la encuesta durante la última semana de junio de 2025, enfocándose especialmente en obtener respuestas de los segmentos de residentes, locatarios y dueños de negocios.

Para ello, el centro histórico fue dividido en sectores, asignándose a cada uno de los 10 grupos una calle específica como área de trabajo. Mediante el uso de sus dispositivos móviles, los estudiantes aplicaron la encuesta directamente a los encuestados en lugares estratégicos y en sus locales comerciales, con un tiempo estimado de 14 minutos por aplicación para facilitar respuestas rápidas y efectivas. Al concluir la jornada, el equipo presentó evidencias fotográficas que documentaron el proceso y resultados obtenidos.

Esta combinación de métodos -aplicación en línea abierta y levantamiento presencial focalizado- permitió lograr un balance entre alcance y profundidad, ampliando así la representatividad de la muestra y asegurando la calidad de los datos recolectados.

5. Resultados

A continuación, se presentan los resultados organizados por cada categoría considerada en la encuesta, teniendo en cuenta que algunas están dirigidas exclusivamente a grupos específicos dentro de la población objetivo.

Es importante destacar que el **tratamiento aplicado a las preguntas tipo Likert** permite obtener tablas con calificaciones cuantitativas. La metodología consiste en transformar las apreciaciones cualitativas en valores numéricos mediante un proceso de ponderación tipo rubrica, cuyo objetivo es convertir las respuestas en datos susceptibles de análisis estadístico (Machuca Yaguana, Maldonado Machuca, & Vinces Vinces, 2023). En este caso, a cada categoría de respuesta se le asigna un valor específico según una rúbrica: “Excelente” equivale a 1.0, “Buena” a 0.8, “Regular” a 0.6, “Deficiente” a 0.4 y “Muy deficiente” a 0.2. Esta asignación establece un rango definido entre los valores mínimo y máximo posibles.

Para facilitar una interpretación más clara y comparable, los puntajes ponderados se suman por cada encuestado y luego se promedian dividiendo dicha suma entre el total de participantes. Finalmente, estos resultados se ajustan a una escala numérica de 2 a 10, donde 2 representa la valoración mínima y 10 la máxima. Este procedimiento no solo simplifica la comprensión de los resultados, sino que también permite realizar análisis estadísticos consistentes y robustos.

De esta forma, la metodología asegura que las percepciones cualitativas se traduzcan en datos cuantificables, posibilitando una evaluación objetiva y precisa del sentir general de los encuestados sobre diversos aspectos del CV. Además, esta cuantificación facilita la presentación de resultados claros, comparativos y útiles para la toma de decisiones fundamentadas en evidencia.

5.1 Categoría: Aspectos Demográficos

Los datos demográficos corresponden a las primeras nueve preguntas del cuestionario, a continuación, se ofrecen los resultados en orden descendente y con su porcentaje correspondiente considerando las 500 respuestas (Fig. 6).

- Edad: el grupo más numeroso es el de 18 a 24 años, con 192 respuestas (38.4%). Le sigue el grupo de 45 a 54 años con 104 respuestas (20.8%), luego el de 25 a 34 años con 73 respuestas (14.6%), el de 35 a 44 años con 55 respuestas (11.0%), el de 55 a 64 años con 47 respuestas (9.4%) y, finalmente, el grupo de 65 años o más con 29 respuestas (5.8%).

- Género: la distribución fue bastante equilibrada, con 250 respuestas femeninas (50.0%), 245 respuestas masculinas (49.0%), tres personas que se identificaron como no binarias (0.6%) y dos seleccionaron otras opciones (0.4%).
- Estado civil: la mayoría se identificó como solteros, con 277 respuestas (55.4%), seguidos por 185 casados (37.0%), 27 divorciados (5.4%) y 11 viudos (2.2%).
- Último grado de estudio: la licenciatura concentra el mayor porcentaje con 207 respuestas (41.4%), seguida por bachillerato con 118 (23.6%). Los demás niveles son maestría con 50 (10.0%), técnico con 41 (8.2%), secundaria con 28 (5.6%), doctorado con 26 (5.2%), especialidad con 19 (3.8%) y primaria con 11 (2.2%).
- Ocupación actual: 155 personas indicaron ser empleados de tiempo completo (31.0%), 147 son estudiantes (29.4%), 82 trabajan por cuenta propia (16.4%), 47 son empresarios (9.4%), 34 empleados de medio tiempo (6.8%), 19 jubilados o pensionados (3.8%) y 16 desempleados (3.2%).
- Nacionalidad: 497 personas se declararon mexicanas (99.4%) y tres extranjeras (0.6%), siendo estas un estadounidense, una brasileña y una peruana.
- Con respecto a la identificación como afromexicanos o afrodescendientes, 75 personas respondieron afirmativamente (15.0%) y 425 negativamente (85.0%).
- Finalmente, la distribución de la población objetivo se compone por 228 visitantes locales (45.6%), 168 residentes (33.6%), 52 locatarios (10.4%), 40 turistas (8.0%) y 12 dueños (2.4%).

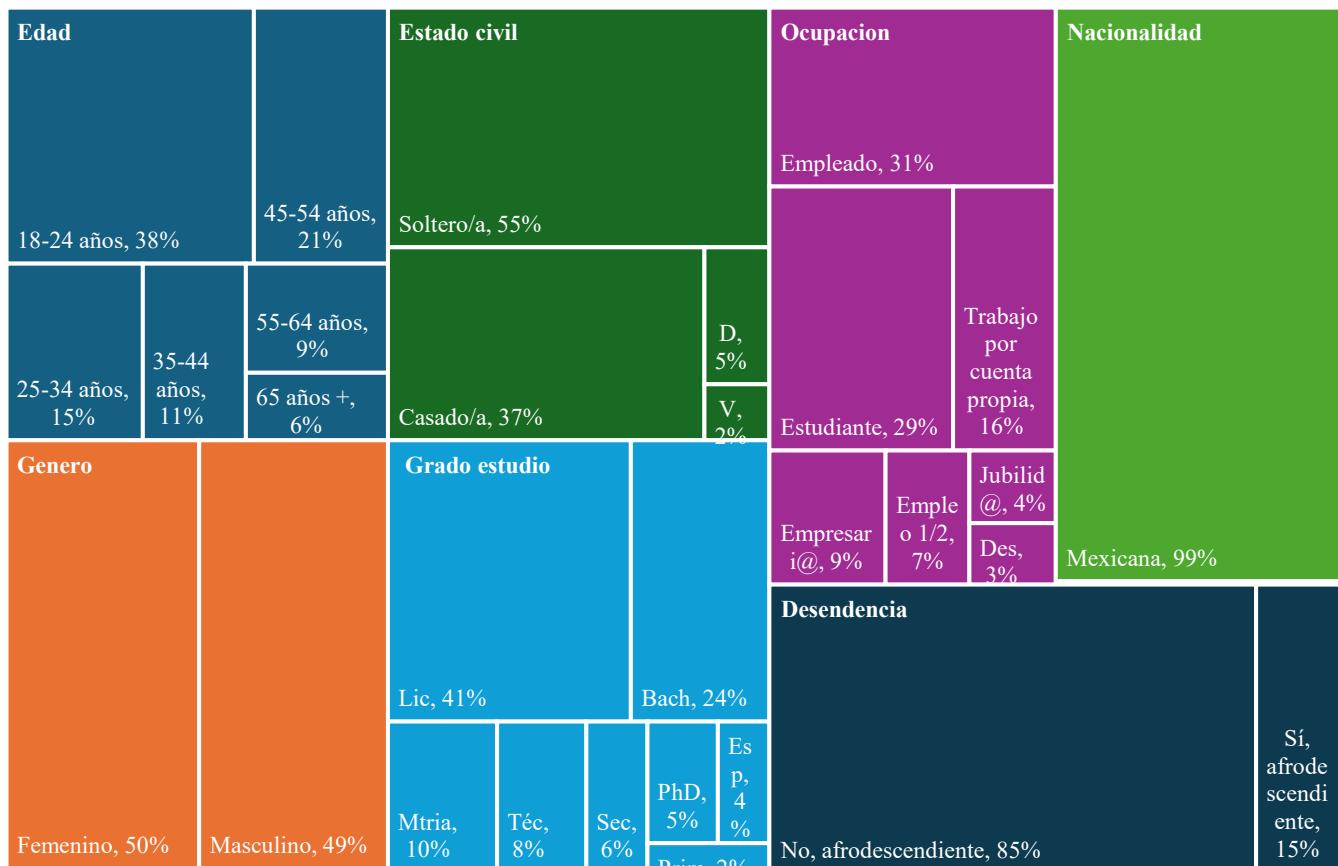


Figura 6. Gráfica de datos demográficos. Creación propia.

5.2 Categoría: Temporalidad y finalidad

Este apartado se enfoca en la población de visitantes, con un total de 228 personas, de las cuales 187 se identificaron como residentes de la zona conurbada que visitan ocasionalmente el CV, es decir, visitantes locales que no habitan en el centro. En cuanto a la preferencia de vivir en el centro, 132 personas (70.6%) indicaron que no

les gustaría hacerlo, mientras que 55 (29.4%) manifestaron interés. La Figura 7 presenta las principales razones por las cuales el centro no cumple con sus expectativas de vida.



Figura 7. Grafica de razones detectadas por las que las personas no desean vivir en el CV. Creación propia.

Respecto a los motivos de visita, los datos indican que la mayoría acuden principalmente al comercio (117 personas, 51.3%), seguido de trámites y servicios (85 personas, 37.3%). Otros motivos menos frecuentes son la educación (20 personas, 8.8%), situaciones laborales (40 personas, 17.5%), eventos (49 personas, 21.5%) y esparcimiento general (80 personas, 35.1%). Estos porcentajes muestran que el centro es un punto clave para actividades comerciales y administrativas, aunque también es un espacio importante para el ocio y la cultura (Fig. 8).

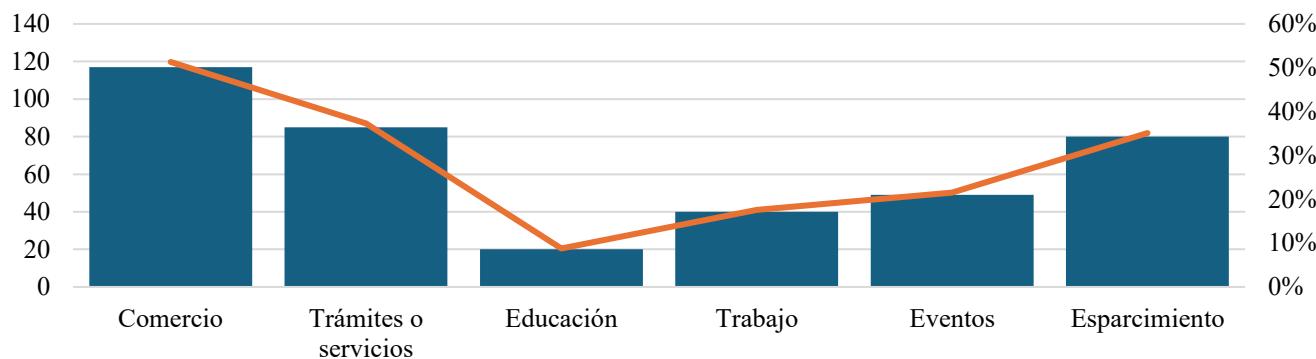


Figura 8. Distribución de la finalidad de la visita al CV. Creación propia.

De los 228 visitantes, la mayoría (109 personas, 47.8%) permanece entre 1 y 2 horas en el centro, seguida por 63 (27.6%) que se quedan entre 2 y 4 horas. Un grupo menor permanece menos de una hora (28 personas, 12.3%) o más de 4 horas (28 personas, 12.3%). Esto indica visitas de duración moderada, adecuadas para compras, trámites o recreación. En cuanto a los días de visita, 68 personas (29.8%) acuden entre semana, 72 (31.6%) los fines de semana y 88 (38.6%) en ambos períodos, mostrando una distribución equilibrada con ligera preferencia por ambos tipos de días. Respecto al tiempo de traslado desde la zona conurbada, 133 personas (58.3%) tardan menos

de 30 minutos, 91 (39.9%) entre 30 minutos y una hora, y solo cuatro tardan más de una hora, lo que facilita el acceso y la realización de sus actividades (Fig. 9).

El automóvil es el medio más usado (121 personas, 53.1%), seguido por transporte público (99 personas, 43.4%). Solo cuatro caminan y cuatro usan motocicleta, sin uso de bicicleta u otros medios, demostrando alta dependencia de vehículo privado y transporte público (Fig. 9).



Figura 9. Grafica general de temporalidad y transporte. Creación propia

5.3 Categoría: Aspectos de infraestructura

5.3.1 Infraestructura de servicios

Dentro del contexto de habitabilidad enfocado en la infraestructura, se realizó una encuesta dirigida a tres grupos clave: propietarios (12), locatarios (52) y residentes (168), sumando un total de 232 respuestas sobre la zona y sus servicios. La selección de estos participantes se basó en su experiencia y el tiempo que pasan en el CV. La encuesta abordó aspectos relacionados con los servicios eléctricos, agua potable, drenaje, recolección y manejo de basura, señal de internet, así como espacios de apoyo comunitario como comedores y zonas de refugio.

Las Tabla 2 presentan los resultados de ponderación, calificando la percepción general sobre la calidad y disponibilidad de los servicios e infraestructura del CV, desde una dimensión general hasta la subdivisión de dueños, locatario y residente de la zona. Así mismo, la Figura 10, hace una representación gráfica de los datos, considerando los valores de ponderación o calificaciones finales.

Tabla 2. Matriz de ponderación para valoración numérica de Infraestructura de servicios

		Rubrica de ponderación Encuestados (Dueños, Locatario y Residente)						
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Servicio eléctrico		10	32	60	24.8	4	130.8	5.6
Servicio de agua potable		12	33.6	52.8	24.4	5.8	128.6	5.5
Drenaje		9	25.6	46.8	26.8	9.2	117.4	5.1
Recolección y manejo de la basura		16	46.4	49.2	17.6	6.4	135.6	5.8
Señal de internet		18	64	57	9.6	3	151.6	6.5

Espacios de apoyo (comedores o zonas de refugio)	3	13.6	51	24.8	13	105.4	4.5
						Promedio	5.5
Dueño/a: Soy dueño/a de un negocio en esta zona							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Servicio eléctrico	0	0.8	4.2	0.8	0.4	6.2	5.2
Servicio de agua potable	0	0.8	3	1.2	0.6	5.6	4.7
Drenaje	0	0	3	0.4	1.2	4.6	3.8
Recolección y manejo de la basura	0	1.6	2.4	0.8	0.8	5.6	4.7
Señal de internet	0	3.2	1.8	0.8	0.6	6.4	5.3
Espacios de apoyo	0	0	1.8	1.2	1.2	4.2	3.5
						promedio	4.5
Locatario/a: Trabajo o tengo un local aquí							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Servicio eléctrico	2	8	12.6	6	0.8	29.4	5.7
Servicio de agua potable	4	8	9	6.4	1.4	28.8	5.5
Drenaje	2	4.8	12	5.2	2.2	26.2	5
Recolección y manejo de la basura	5	12.8	9.6	2.8	1.6	31.8	6.1
Señal de internet	5	17.6	12	1.2	0.4	36.2	7
Espacios de apoyo	0	4	9.6	5.2	3.6	22.4	4.3
						promedio	5.6
Residente: Vivo aquí en la zona							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Servicio eléctrico	8	23.2	43.2	18	2.8	95.2	5.7
Servicio de agua potable	8	24.8	40.8	16.8	3.8	94.2	5.6
Drenaje	7	20.8	31.8	21.2	5.8	86.6	5.2
Recolección y manejo de la basura	11	32	37.2	14	4	98.2	5.8
Señal de internet	13	43.2	43.2	7.6	2	109	6.5
Espacios de apoyo	3	9.6	39.6	18.4	8.2	78.8	4.7
						promedio	5.6

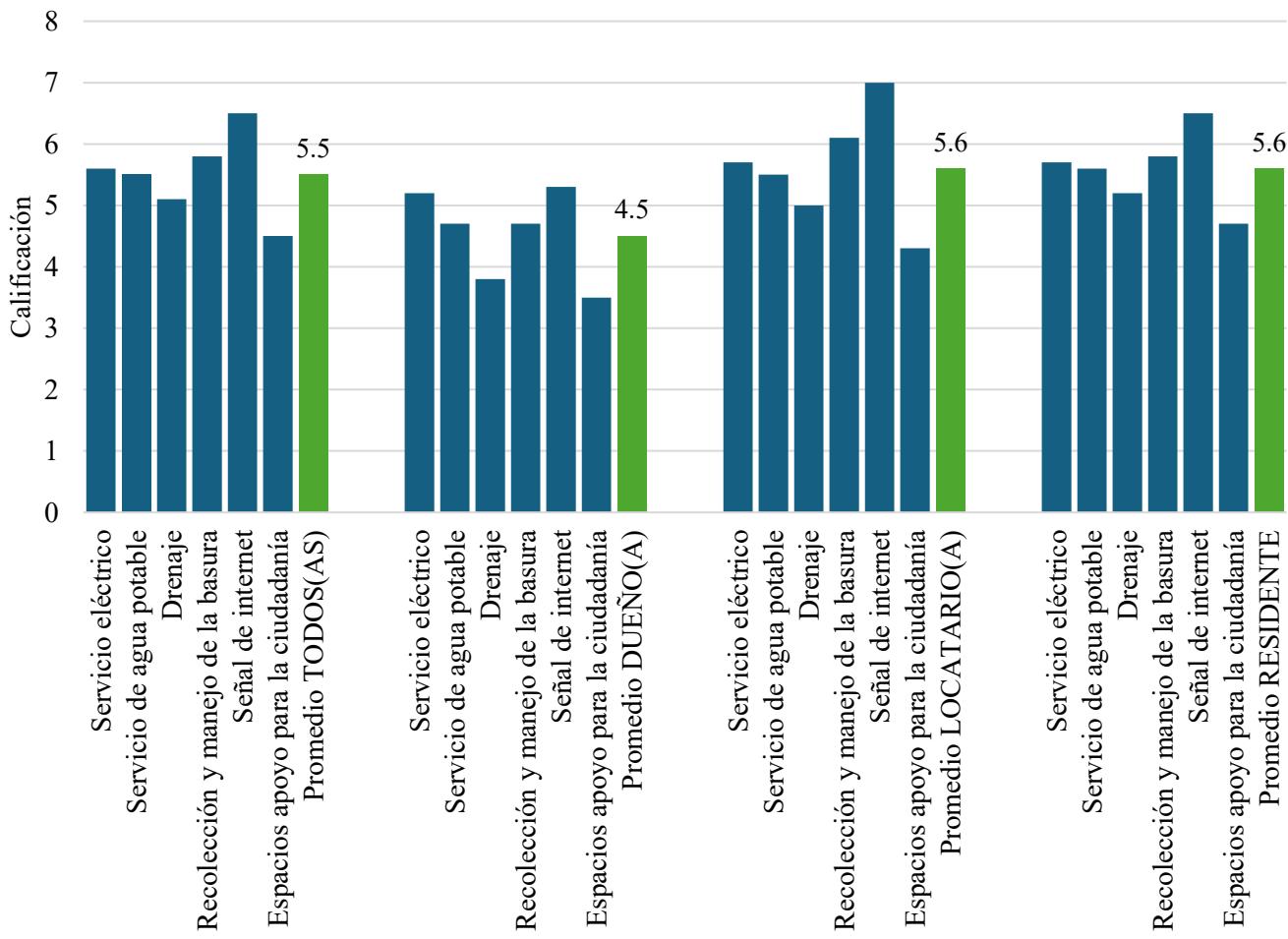


Figura 10. Valores de ponderación o calificaciones finales de Infraestructura de Servicios

A partir del análisis de las tablas y grafica de resultados de la encuesta aplicada a propietarios, locatarios y residentes del CV, se observa una percepción general de los servicios urbanos que oscila entre la calificación regular y buena, con una calificación promedio general de 5.5 sobre 10.

Sobre el análisis general se pude definir que:

- Servicios eléctricos: Reciben una valoración promedio de 5.6, lo que indica una percepción ligeramente positiva, aunque aún hay margen de mejora, especialmente considerando que solo una minoría calificó el servicio como excelente.
- Servicio de agua potable: Presenta una calificación promedio de 5.5, reflejando cierta satisfacción, pero también reportes de deficiencias, ya que una parte significativa de los encuestados lo calificó como regular o deficiente.
- Drenaje: Este servicio obtiene una calificación promedio de 5.6, similar a los anteriores, pero destaca que un porcentaje considerable de respuestas lo ubican en la categoría de regular.
- Recolección y manejo de basura: Con una calificación de 5.7, es el mejor evaluado entre los servicios básicos, aunque persisten opiniones divididas entre buena y regular.
- Señal de internet: Es el servicio peor calificado, con un promedio de 4.8, lo que evidencia una notoria insatisfacción y la necesidad de mejorar la conectividad en la zona.
- Espacios de apoyo comunitario: Reciben la calificación más baja, con 4.2, lo que revela una clara carencia de espacios como comedores o zonas de refugio en el centro.

Y de acuerdo con el análisis por población objetivo

- Propietarios: Otorgan una calificación promedio de 4.5, la más baja entre los grupos. Su percepción es especialmente crítica en cuanto a la señal de internet y los espacios de apoyo, lo que puede estar relacionado con su interés en la funcionalidad y valor de los inmuebles.
- Locatarios: Evalúan los servicios con un promedio de 5.6, mostrando mayor satisfacción, en particular con la recolección de basura y el servicio eléctrico. Sin embargo, la señal de internet y los espacios de apoyo siguen siendo áreas problemáticas.
- Residentes: Su calificación promedio es 5.6, destacando la recolección de basura y el servicio eléctrico como los mejor evaluados. Al igual que en los otros grupos, la señal de internet y los espacios comunitarios son percibidos como insuficientes.

El análisis de las encuestas revela que, si bien los servicios básicos como electricidad, agua y recolección de basura son valorados de manera aceptable, existen áreas de oportunidad importantes, especialmente en la mejora de la conectividad digital y la provisión de espacios de apoyo comunitario. Estas deficiencias afectan la calidad de vida y la percepción de habitabilidad en el CV, por lo que deberían ser prioritarias en futuras intervenciones y políticas públicas para la zona.

Desde una perspectiva de género, se dividió a la población objetivo (dueños/as, locatarios/as y residentes) en femenino y masculino, obteniendo 126 y 103 respuestas respectivamente. La Figura 11 muestra que los hombres ofrecen una mejor percepción general, con una calificación promedio de 5.8, en comparación con las mujeres, que presentan una calificación promedio de 5.3.

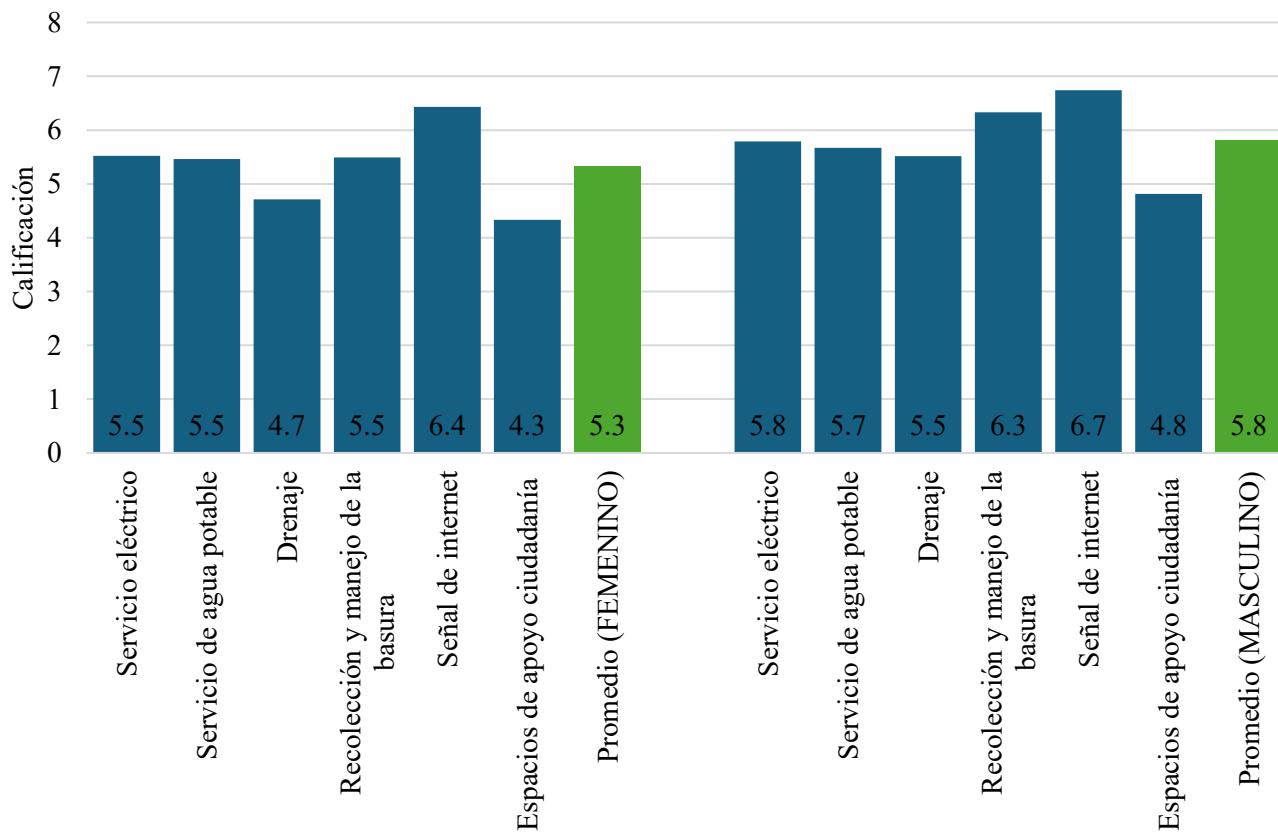


Figura 11. Perspectiva de Genero: Valores de ponderación o calificaciones finales

5.3.2 Infraestructura del entorno urbano

Esta sección es para todas las categorías, obteniendo con ello la imagen general del entorno urbano de la ciudad. Como se observa en la Figura 12, se pretende obtener una visión general de la opinión y valoración de los

ciudadanos sobre aspectos específicos del entorno urbano, como las zonas de aparcamiento, la imagen urbana, el alumbrado, la pavimentación, las banquetas, la limpieza y la seguridad. Esta aproximación puede ser aplicada a todas las subdivisiones de la encuesta que han visitado el CV en algún momento, lo que permitirá obtener una comprensión más integral de las percepciones y necesidades de la comunidad en relación con su entorno urbano. Como se observa los porcentajes se encuentran más inclinados en regular iniciando con el Acceso Universal y se encuentran áreas de oportunidad en Estacionamiento y Seguridad, seguido por limpieza y Pavimentación, que están inclinadas al área de deficiente con valores máximo del 20% del total de encuestados.

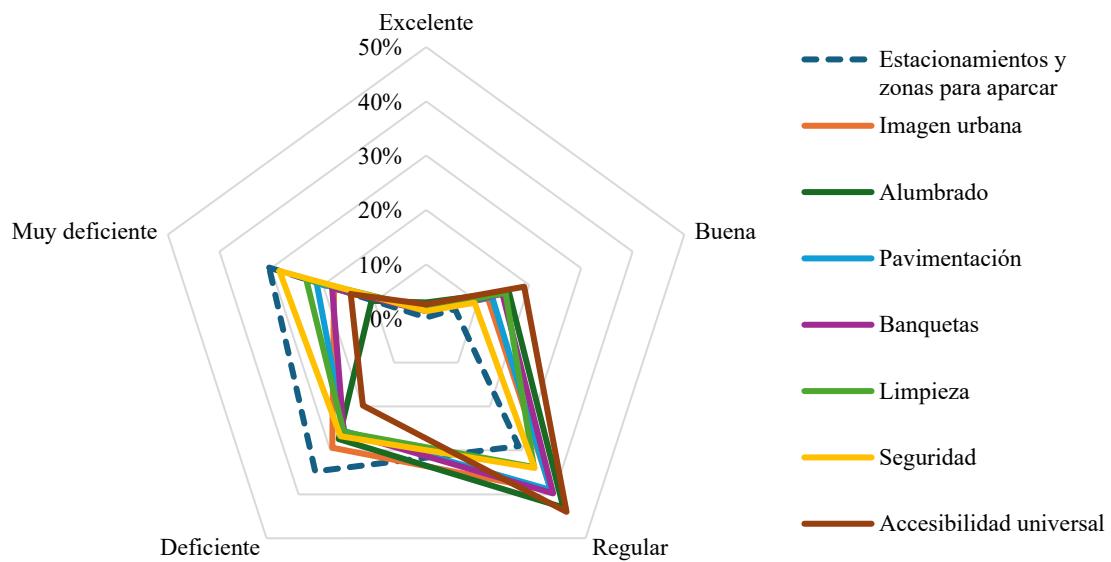


Figura 12. Grafica radial con las siete variables de infraestructura del entorno urbano, considerando a todos los encuestados.

Los puntajes obtenidos en la encuesta sobre la percepción de la infraestructura urbana y su entorno en el CV reflejan opiniones diversas según el perfil de los encuestados (Tabla 3). En general, el promedio global de satisfacción es de 5.0 sobre 10, indicando una valoración moderada de los servicios e infraestructura disponibles (Fig. 13).

Tabla 3. Matriz de ponderación para valoración numérica sobre la infraestructura del entorno urbano

	Rubrica de ponderación (Todos los encuestados)						Valor
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	
Estacionamientos y zonas para aparcar	1	22.4	87	69.6	30.4	210.4	4.2
Imagen urbana	8	48	117.6	58.8	17.8	250.2	5
Alumbrado	15	64	129	54.8	10.6	273.4	5.5
Pavimentación	7	51.2	117	51.2	21.2	247.6	5
Banquetas	7	59.2	119.4	51.6	18.2	255.4	5.1
Limpieza	9	61.6	101.4	51.6	23.2	246.8	4.9
Seguridad	7	37.6	102	53.6	28.4	228.6	4.6
Accesibilidad universal	13	76	132	39.6	14.6	275.2	5.5
						Promedio	5

Rubrica de ponderación (Dueño/a: Soy dueño/a de un negocio en esta zona)							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Estacionamientos y zonas para aparcar	0	0.8	3	0.8	0.8	5.4	4.5
Imagen urbana	0	0.8	3.6	0.4	0.8	5.6	4.7
Alumbrado	0	1.6	3.6	0.4	0.6	6.2	5.2
Pavimentación	1	0	3	0.4	1	5.4	4.5
Banquetas	0	0	3.6	0	1.2	4.8	4
Limpieza	1	0	4.8	0	0.6	6.4	5.3
Seguridad	0	0	3.6	0.8	0.8	5.2	4.3
Accesibilidad universal	0	0.8	4.2	0	0.8	5.8	4.8
						Promedio	4.7
Rubrica de ponderación (Locatario/a: Trabajo o tengo un local aquí)							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Estacionamientos y zonas para aparcar	1	2.4	5.4	6.4	4.6	19.8	3.8
Imagen urbana	1	4.8	11.4	6.8	1.8	25.8	5
Alumbrado	3	8	10.2	4.4	2.2	27.8	5.3
Pavimentación	0	2.4	9	6	3.8	21.2	4.1
Banquetas	0	3.2	11.4	4	3.8	22.4	4.3
Limpieza	0	8	12.6	4	2.2	26.8	5.2
Seguridad	0	3.2	9	5.2	4	21.4	4.1
Accesibilidad universal	3	8.8	17.4	1.2	1.2	31.6	6.1
						Promedio	4.6
Rubrica de ponderación (Residente: Vivo aquí en la zona)							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Estacionamientos y zonas para aparcar	0	8.8	34.8	24.4	7.6	75.6	4.5
Imagen urbana	3	12.8	47.4	20	4	87.2	5.2
Alumbrado	5	18.4	46.2	18.8	3.2	91.6	5.5
Pavimentación	2	12	35.4	21.2	7.8	78.4	4.7
Banquetas	4	14.4	43.2	19.6	5	86.2	5.1
Limpieza	4	15.2	40.2	18.4	6.4	84.2	5
Seguridad	2	8	30	18.8	11.8	70.6	4.2
Accesibilidad universal	4	18.4	48.6	17.2	3.4	91.6	5.5
						Promedio	5
Rubrica de ponderación (Turista: Estoy de visita y no vivo aquí)							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Estacionamientos y zonas para aparcar	0	2.4	9.6	6.4	1	19.4	4.9
Imagen urbana	3	12	4.8	4.4	0.6	24.8	6.2
Alumbrado	3	9.6	7.8	4.8	0	25.2	6.3

Pavimentación	2	8	10.2	2.8	0.8	23.8	6
Banquetas	2	12	9	2.8	0.2	26	6.5
Limpieza	0	10.4	6	5.6	0.6	22.6	5.7
Seguridad	2	6.4	8.4	2	2.2	21	5.3
Accesibilidad universal	3	10.4	6.6	3.6	0.8	24.4	6.1
					Promedio	5.9	
Rubrica de ponderación (Visitante local: Vivo en la ciudad, pero visito ocasionalmente el CV)							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Estacionamientos y zonas para aparcar	0	8	34.2	31.6	16.4	90.2	4
Imagen urbana	1	17.6	50.4	27.2	10.6	106.8	4.7
Alumbrado	4	26.4	61.2	26.4	4.6	122.6	5.4
Pavimentación	2	28.8	59.4	20.8	7.8	118.8	5.2
Banquetas	1	29.6	52.2	25.2	8	116	5.1
Limpieza	4	28	37.8	23.6	13.4	106.8	4.7
Seguridad	3	20	51	26.8	9.6	110.4	4.8
Accesibilidad universal	3	37.6	55.2	17.6	8.4	121.8	5.3
					Promedio	4.8	

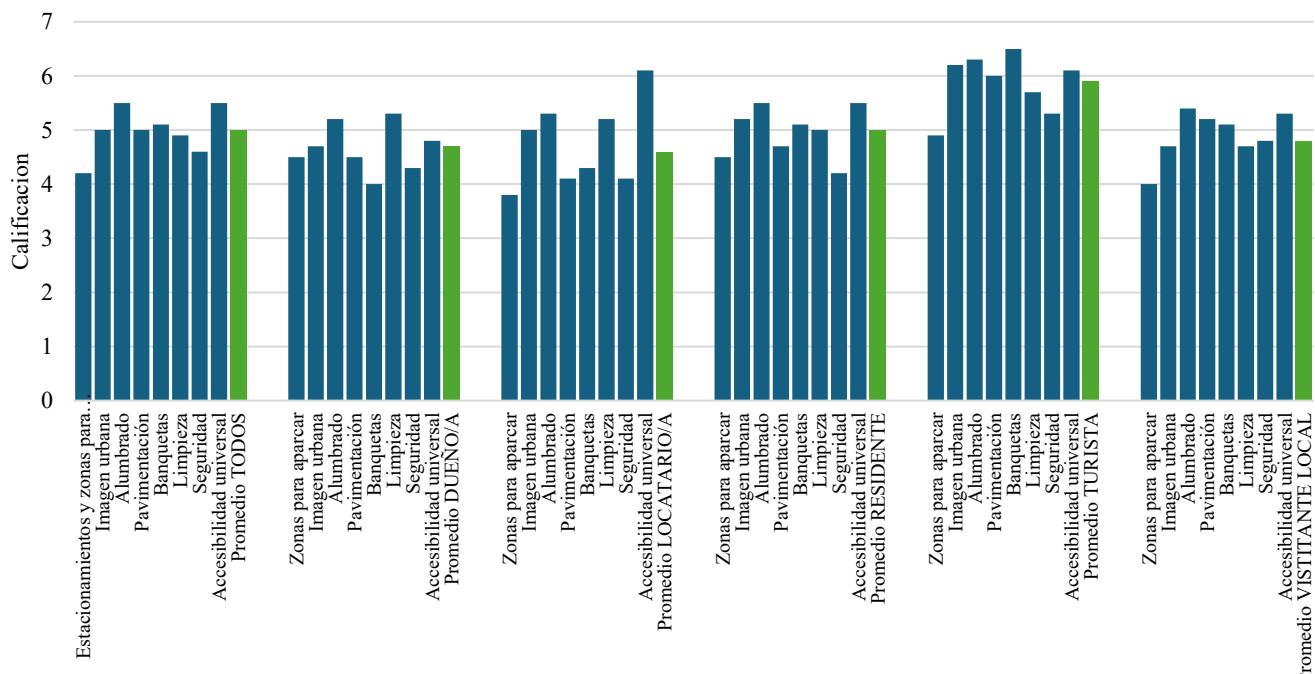


Figura 13. Valores de ponderación o calificaciones finales de la Infraestructura del entorno urbano.

Entre los diferentes aspectos evaluados, el alumbrado público y la accesibilidad universal recibieron las mejores calificaciones, con promedios de 5.5 cada uno, lo que sugiere que estos elementos son percibidos como relativamente adecuados por la mayoría de los participantes. Por otro lado, la seguridad y los estacionamientos son

los aspectos con menor valoración general, con puntajes de 4.6 y 4.2 respectivamente, señalando áreas prioritarias para mejorar.

Al analizar las opiniones según el tipo de encuestado, se observa que los turistas otorgaron las calificaciones más altas en casi todos los rubros, destacando especialmente la imagen urbana (6.2), las banquetas (6.5) y la pavimentación (6.0). Esto podría deberse a una percepción más positiva o a expectativas diferentes al estar de visita temporal. En contraste, los locatarios y dueños de negocios mostraron una percepción más crítica, con promedios de 4.6 y 4.7 respectivamente, reflejando insatisfacción particularmente en aspectos como pavimentación, banquetas y seguridad. Los residentes, con un promedio de 5.0, tienen una valoración intermedia, mostrando mayor conformidad con la accesibilidad universal (5.5) y el alumbrado (5.5), pero menor satisfacción con la seguridad (4.2). Finalmente, los visitantes locales, quienes viven en la ciudad, pero visitan ocasionalmente el Centro, otorgaron un promedio de 4.8, con calificaciones relativamente bajas en estacionamientos (4.0) y limpieza (4.7), lo que indica que estas áreas también requieren atención para mejorar la experiencia de quienes frecuentan la zona.

Desde una perspectiva de género, se dividió a la población en dos grupos: femenino (250 personas) y masculino (246 personas). [La Figura 14](#) muestra que la población masculina otorgó calificaciones más altas en todos los rubros, con un promedio final de 5.1, mientras que la población femenina registró una calificación final promedio de 4.8. En ambos casos, el rubro de Estacionamiento fue el peor evaluado, con una calificación de 4.2.

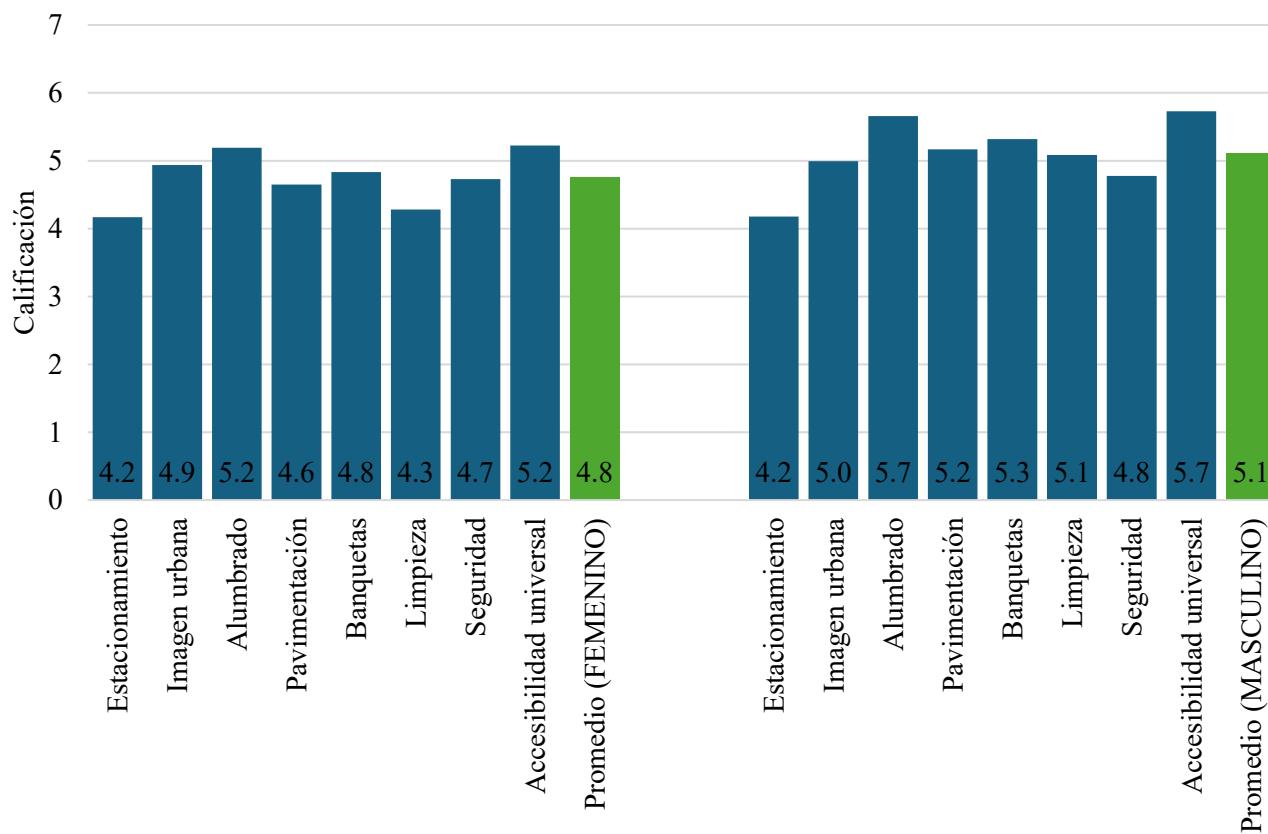


Figura 14. Perspectiva de Género: Valores de ponderación o calificaciones finales

5.3.3 Infraestructura de espacios de esparcimiento y áreas verdes

Sobre la infraestructura urbana son las áreas de esparcimiento y las zonas verdes. En la encuesta se definió como áreas de esparcimiento aquellos espacios destinados al juego, deporte o actividades culturales, tales como canchas, parques y espacios culturales, mientras que las áreas verdes se refieren a zonas con vegetación o jardines.

Esta distinción permitió evaluar de manera específica la percepción y uso de ambos tipos de espacios, reconociendo su importancia para la calidad de vida y el bienestar de la comunidad.

Al preguntar si consideran suficientes estas áreas, solo el 26% de los encuestados respondió afirmativamente, mientras que un amplio 74% manifestó que no son suficientes. En cuanto a la frecuencia de visita, se observó que el 41% de la población no utiliza estos espacios, otro 41% los visita menos de tres veces al mes, un 15% entre tres y siete veces mensuales, y solo un 3% acude más de siete veces al mes. En conjunto, esto indica que aproximadamente el 59% de los encuestados sí hacen uso de estas áreas, aunque en su mayoría con una frecuencia baja o moderada.

Para valorar la calidad de estos espacios, se consideraron dos variables principales: el estado de conservación y el diseño. Ambas fueron evaluadas en una escala que va desde “excelente” hasta “muy deficiente”, y posteriormente se aplicó una ponderación para obtener un puntaje promedio. Los resultados muestran que ambos aspectos recibieron calificaciones similares, con un puntaje de 5.3 para la conservación y 5.4 para el diseño, reflejando una percepción general hacia lo regular. Al segmentar por tipo de encuestado, los turistas fueron quienes otorgaron las mejores valoraciones, con un promedio de 6.0 en ambas variables. En contraste, los dueños de negocios en la zona fueron los más críticos, con una puntuación promedio de 4.6. Los visitantes locales, locatarios y residentes se ubicaron en valores intermedios, con calificaciones de 5.1, 5.3 y 5.5 respectivamente.

Las gráficas radiales presentadas en las [figuras 15 y 16](#) ilustran el comportamiento de opinión de los diferentes grupos. En general, la tendencia apunta hacia una valoración “regular”. Sin embargo, mientras que los dueños de negocios muestran una opinión más homogénea y crítica, concentrada en lo regular, los turistas presentan una mayor dispersión, oscilando entre “buena” y “deficiente”, lo que amplía el rango hacia lo regular.

Respecto a los aspectos que los encuestados consideran prioritarios para mejorar en estas áreas, destaca la limpieza, mencionada por un 14% de los participantes. Además, un 8% señaló la necesidad de mejorar el diseño de los parques, mientras que un 5% enfatizó la carencia de juegos infantiles y otro 5% reiteró la importancia de mantener una adecuada limpieza y mantenimiento constante.

Estos resultados evidencian que, aunque las áreas de esparcimiento y verdes son utilizadas por una parte significativa de la población, existen percepciones claras sobre la insuficiencia y el estado actual de estos espacios. La limpieza, el diseño y la oferta de infraestructura lúdica son áreas clave que requieren atención para mejorar la experiencia de los usuarios y fomentar un mayor uso y disfrute de estos espacios.

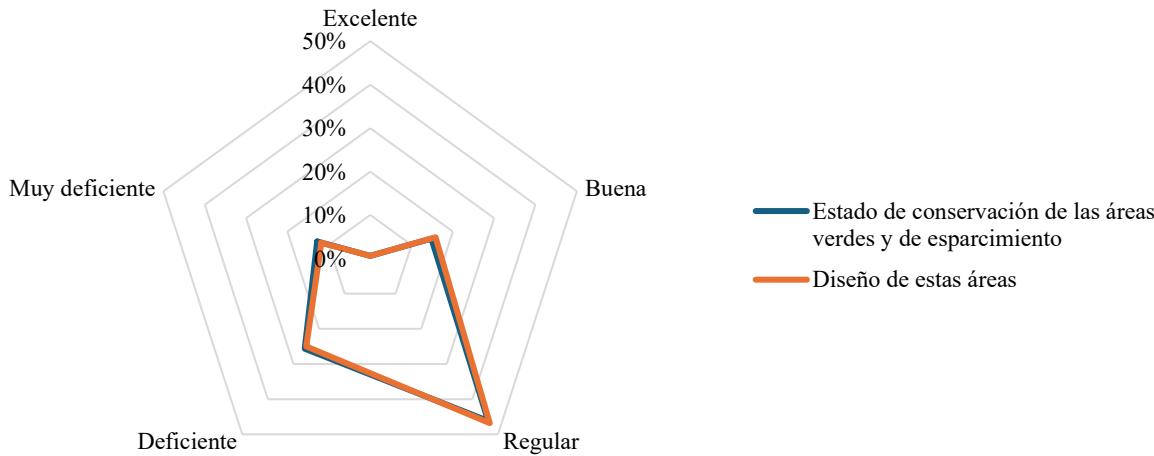


Figura 15. Grafica radial de valoración sobre la infraestructura de áreas verdes y de esparcimiento considerando a todos los encuestados

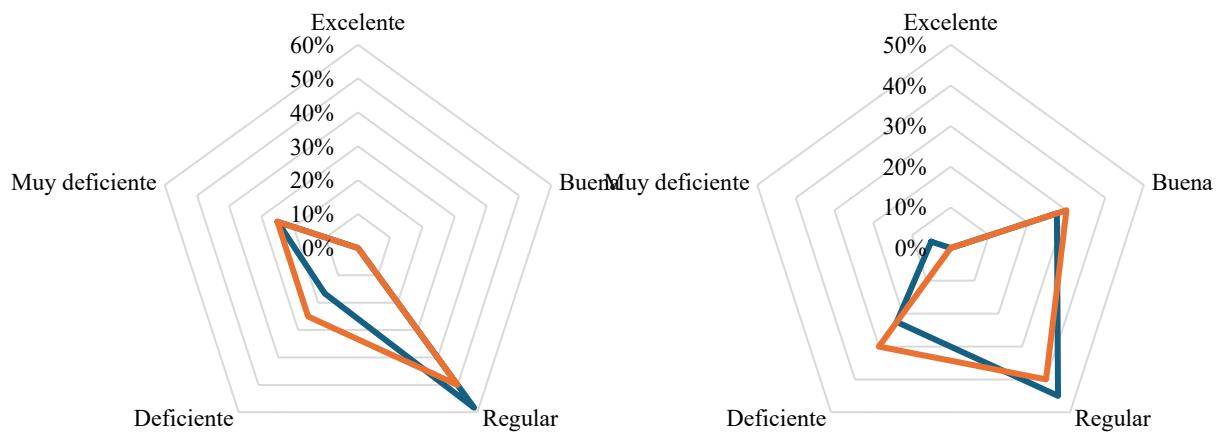


Figura 16. Grafica radial de valoración sobre la infraestructura de áreas verdes y de esparcimiento considerando de Dueños y Turistas

La Figura 17 muestra las categorías detectadas de las 500 respuestas para mejorar las áreas verdes y de esparcimiento en el CV, así como la cantidad de veces que cada propuesta fue mencionada y su porcentaje, el conteo es aproximado agrupando términos similares para evitar fragmentación excesiva.

Los conteos fueron realizados agrupando respuestas con ideas similares. por ejemplo:

- “Más sombra”, “más árboles” y “plantar árboles” se integraron en “Incrementar arbolado y sombreados”
- “Limpieza” incluye también menciones de control de desechos de aves y basura en general.
- “Seguridad y vigilancia” agrupa menciones referentes a control de indigentes, vigilancia policial, y sensación de seguridad.
- Algunos comentarios que expresan “todo” o que no proponen mejoras específicas se contabilizaron en “Otras propuestas / sin especificar”.



Figura 17. Propuestas de mejoramiento para área verdes y de esparcimiento. Creación propia.

Estos resultados evidencian que, aunque las áreas de esparcimiento y verdes son utilizadas por una parte significativa de la población, existen percepciones claras sobre la insuficiencia y el estado actual de estos espacios.

La limpieza, el diseño y la oferta de infraestructura lúdica son áreas clave que requieren atención para mejorar la experiencia de los usuarios y fomentar un mayor uso y disfrute de estos espacios

5.4 Categoría: Espacios histórico

En la encuesta realizada sobre el aspecto histórico del CV, se incluyó una lista de ocho lugares emblemáticos o representativos de la ciudad para evaluar su conocimiento y visita entre los encuestados. En primer lugar, el Zócalo destaca como el sitio más conocido, con un 94% de los 500 participantes afirmando conocerlo. Le siguen la Catedral con un 78%, los Portales con un 77%, el Museo Naval con un 70%, el Bulevar de Santiago con un 67%, el Teatro Clavijero con un 60%, el Faro Carranza con un 59%, y finalmente la Biblioteca Municipal, que es conocida por el 46% de los encuestados.

A pesar de este alto reconocimiento, el 75% de las personas (374 de 500) considera que no existen suficientes módulos de información en el centro, lo que indica una oportunidad importante para mejorar la orientación y atención a visitantes en estos espacios históricos.

Para valorar la calidad y el estado de estos sitios, se utilizaron tres variables clave: estado de conservación, difusión y publicidad, y accesibilidad. Estas fueron calificadas en una escala que va de “excelente” a “muy deficiente”, sin distinción entre tipos de encuestados. La accesibilidad fue la variable mejor valorada, con un promedio de 6.4, seguida por el estado de conservación con 6.1, mientras que la difusión o publicidad obtuvo la calificación más baja, con 5.2.

Al segmentar la muestra y analizar específicamente la opinión de los turistas, se observa una ligera mejora en las puntuaciones globales: el estado de conservación alcanza un 6.5, la accesibilidad un 6.4 y la difusión sigue siendo la variable con menor valoración. Esto refleja que, aunque los visitantes reconocen un buen nivel de conservación y accesibilidad, la promoción y publicidad de estos sitios históricos aún requieren fortalecerse para atraer y orientar mejor al público (Tabla 4 y Fig. 18)

Tabla 4. Información de votos y puntajes general y de opinión general y de turistas del Centro Histórico

	Rubrica de ponderación todos los encuestados						Valor
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	
Estado de conservación	19	110.4	130.8	34.8	7.6	302.6	6.1
Difusión y/o publicidad	7	64	112.2	67.6	11.4	262.2	5.2
Accesibilidad	18	140	124.8	30.4	4.6	317.8	6.4
						Promedio	5.9
Rubrica de ponderación de Turistas							
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy Deficiente	Puntaje obtenido	Valor
Estado de conservación	3	9.6	10.8	2.4	0.2	26	6.5
Difusión y/o publicidad	2	4.8	10.2	5.6	0.2	22.8	5.7
Accesibilidad	2	12	8.4	2.8	0.4	25.6	6.4
						Promedio	6.2

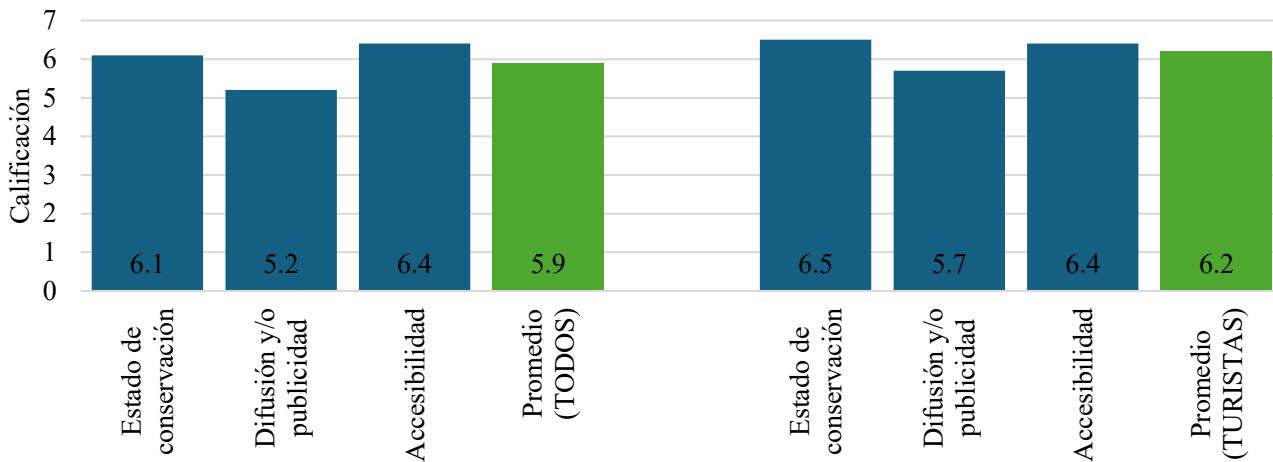


Figura 18. Valores de ponderación o calificaciones finales de Espacios históricos

5.5 Categoría: Aspectos de seguridad

En el apartado de seguridad, la encuesta contempló dos preguntas clave. La primera fue una pregunta dicotómica (sí/no) que indagó si los encuestados se sienten inseguros en algún lugar o espacio del CV. Los resultados revelaron que el 67% de las personas (335 individuos) manifestó sentirse inseguro en alguna zona, mientras que el 33% restante (165 personas) indicó no experimentar esa sensación.

Al analizar esta percepción según el tipo de encuestado, se observa que los locatarios son quienes reportan mayor sensación de inseguridad, con un 71%. Le siguen los visitantes locales con un 68%, y tanto los dueños de negocios como los residentes expresaron un 67% de inseguridad. Por otro lado, los turistas son quienes menos perciben inseguridad, con un 53%, posiblemente porque suelen frecuentar zonas más concurridas y con mayor presencia de seguridad, lo que les brinda una sensación de protección mayor (Fig. 19).

Considerando la división de la población en femenina y masculina, se observa que la percepción de inseguridad es un 10% mayor entre las mujeres (72%) en comparación con los hombres (62%).

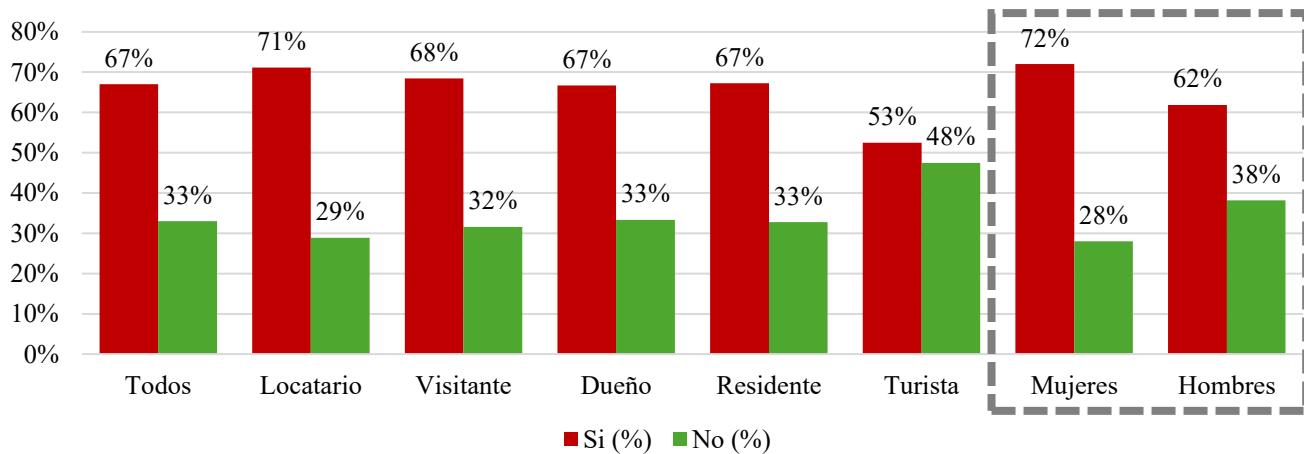


Figura 19. Valores de percepción sobre la seguridad, abarcando todos los encuestados y sus distintas clasificaciones

Desde una **perspectiva de género**, tanto la población femenina como la masculina coinciden en identificar zonas similares donde se perciben mayores niveles de inseguridad. En ambos grupos, las áreas relacionadas con los mercados o zona de mercados son las que mayor porcentaje de menciones reciben, con un 14% en mujeres y un

16% en hombres, lo que evidencia una preocupación común en estos espacios comerciales. Llugares como el Parque Zamora, las principales avenidas y calles centrales (entre ellas Calle Hidalgo, Arista, Bravo, Independencia y 5 de mayo) y espacios como el Zócalo y la zona norte del centro, también son reconocidos por ambas poblaciones como zonas inseguras, con porcentajes relativamente similares, rondando entre el 2% y 5%.

En las diferencias, los hombres identifican con mayor frecuencia los callejones o calles sin alumbrado como áreas inseguras, con un 12%, cifra considerablemente más alta que el 2% reportado por las mujeres. De igual manera, la percepción de inseguridad respecto a “toda la zona centro” es más pronunciada en los hombres (12%) en comparación con las mujeres (1%). Esto puede reflejar distintas experiencias o sensibilidades frente a estas áreas conforme al género (Fig. 20).

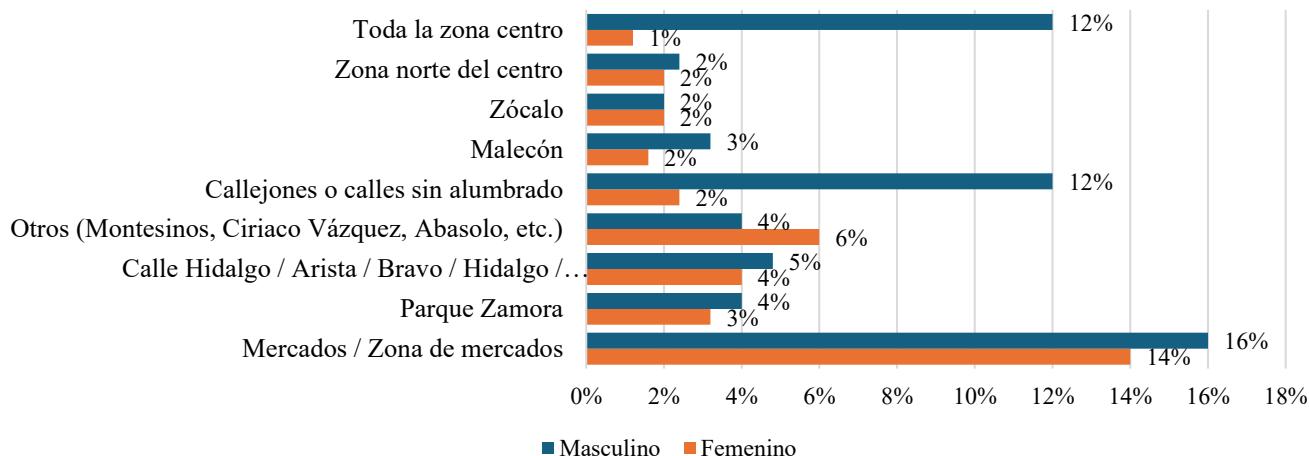


Figura 20. Zonas claves para áreas de oportunidad en la categoría de seguridad

Estos resultados evidencian que la percepción de inseguridad está presente en una amplia parte de la población que transita o trabaja en el CV, especialmente en áreas comerciales y de paso frecuente. La identificación de puntos específicos con mayor sensación de inseguridad puede orientar a las autoridades y a los actores locales para focalizar esfuerzos en mejorar la vigilancia, iluminación y presencia policial, así como en promover estrategias comunitarias que contribuyan a generar un ambiente más seguro y confiable para todos.

5.6 Categoría: Confort ambiental

Considerando a todas las personas encuestadas (79%) sienten que la sensación térmica es "Muy calurosa", seguida por un 19% que la percibe como "Calurosa". Solo un pequeño porcentaje la considera "Ligeramente calurosa" o "Agradable". La ponderación refleja la intensidad de esta percepción, siendo alta para las categorías más calurosas (Tabla 5). La principal causa señalada, considerando que este apartado es de selección múltiple, para la sensación térmica alta es la falta de áreas verdes (75%) y la poca sombra en espacios abiertos (54%), seguidas por el tráfico y la actividad comercial (Fig. 21).

La mayoría percibe el nivel de **ruido** como "Alto" (44%) o "Moderado" (30%). Un cuarto de los encuestados considera que el ruido es "Muy alto" (Tabla 5). La ponderación indica que el ruido es un problema significativo. El tráfico vehicular y el transporte público son las causas principales del ruido, con más del 60% de las menciones cada uno (Fig. 22).

La mayoría percibe **oler** desagradables con frecuencia (61%) u ocasionalmente (33%). Esto indica un problema relevante en la calidad ambiental (Tabla 5). La principal fuente de olores desagradables, según la opinión general es el drenaje (85%) y la basura (68%), con menor incidencia de contaminantes químicos y vehiculares (Fig. 23).

Tabla 5. Valores y ponderaciones en relación con aspectos de confort ambiental

Valor Ponderación	0.25 pts	0.50 pt	0.75 pt	1 pt	
Sensación térmica	Muy calurosa	Calurosa	Ligeramente calurosa	Agradable	Calificación
Votos	395	97	5	3	
Porcentaje	79%	19%	1%	1%	
Ponderación	98.75	48.5	3.75	3	3.1
Nivel de ruido	Muy alto	Alto	Moderado	Bajo	Calificación
Votos	126	219	149	6	
Porcentaje	25%	44%	30%	1%	
Ponderación	31.5	109.5	111.75	6	5.2
Olores desagradables	Frecuente	Ocasional	Casi nunca	Nunca	Calificación
Votos	303	164	26	7	
Porcentaje	61%	33%	5%	1%	
Ponderación	75.75	82	19.5	7	3.7



Figura 21. Porcentajes asignados por la opinión pública en relación a las Causas que ocasionan la Sensación Térmica

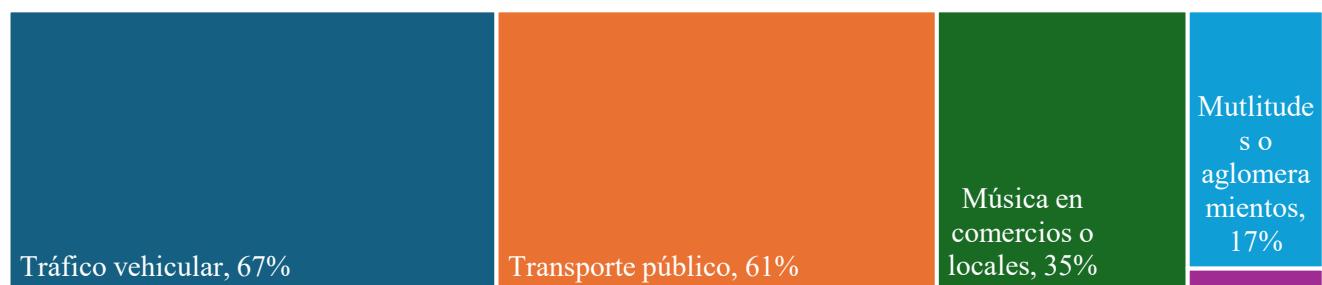


Figura 22. Porcentajes asignados por la opinión pública en relación con las Causas que ocasionan los Niveles de Ruido

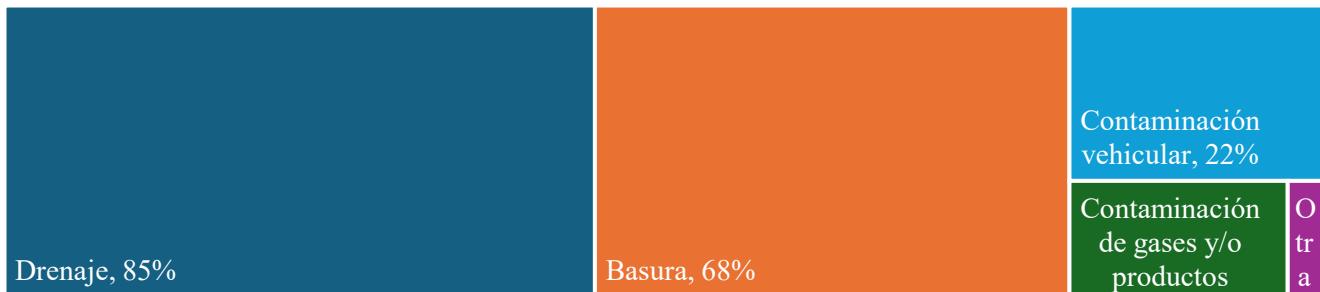


Figura 23. Porcentajes asignados por la opinión pública en relación con las Causas que ocasionan Olores Desagradables

5.7 Categoría: Desarrollo económico

Uno de los aspectos clave abordados en esta encuesta fue el rubro comercial, que se exploró mediante cuatro preguntas dirigidas a dueños y locatarios del CV. Se les solicitó calificar la ubicación de su negocio, el monto de sus ventas mensuales, la relación costo-beneficio de tener su negocio en el centro, y si el lugar ha cumplido con sus expectativas comerciales. Finalmente, se preguntó si continuarían operando en esta localización.

En la [Figura 24](#) se observa una tendencia general hacia una valoración “Regular”. Al analizar por grupos, los dueños tienden a calificar más hacia “Regular” ([Fig. 25a](#)), mientras que los locatarios muestran una valoración entre “Regular” y “Buena” ([Fig. 25b](#)). Esta diferencia se refleja especialmente en la pregunta sobre la continuidad en el centro histórico: el 50% de los dueños indicó que no continuarían, mientras que casi el 98% de los locatarios afirmó que sí seguirían en esta ubicación. Al ponderar ambas opiniones, el promedio general de calificación es de 6.5, siendo la ubicación del negocio en el CV el aspecto mejor valorado. Separando las opiniones, los dueños otorgan calificaciones que oscilan entre 5.7 y 5.3, destacando la ubicación como el punto más fuerte y las expectativas comerciales como el más débil. Por su parte, los locatarios califican entre 7.3 y 6.2, señalando como áreas más débiles el monto de ventas mensuales y la relación costo-beneficio de la ubicación.

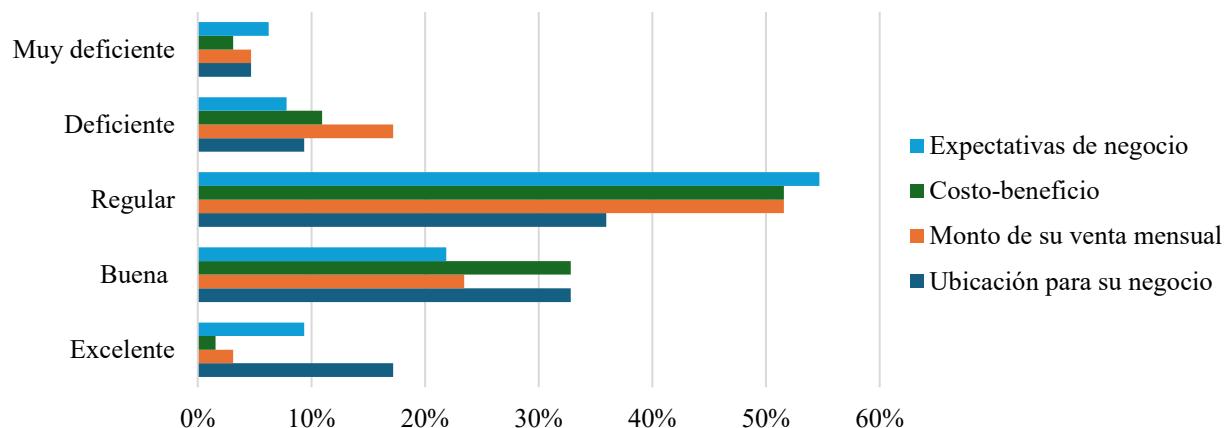


Figura 24. Valoración de aspectos económicos en promedio considerando a los dueños y locatarios

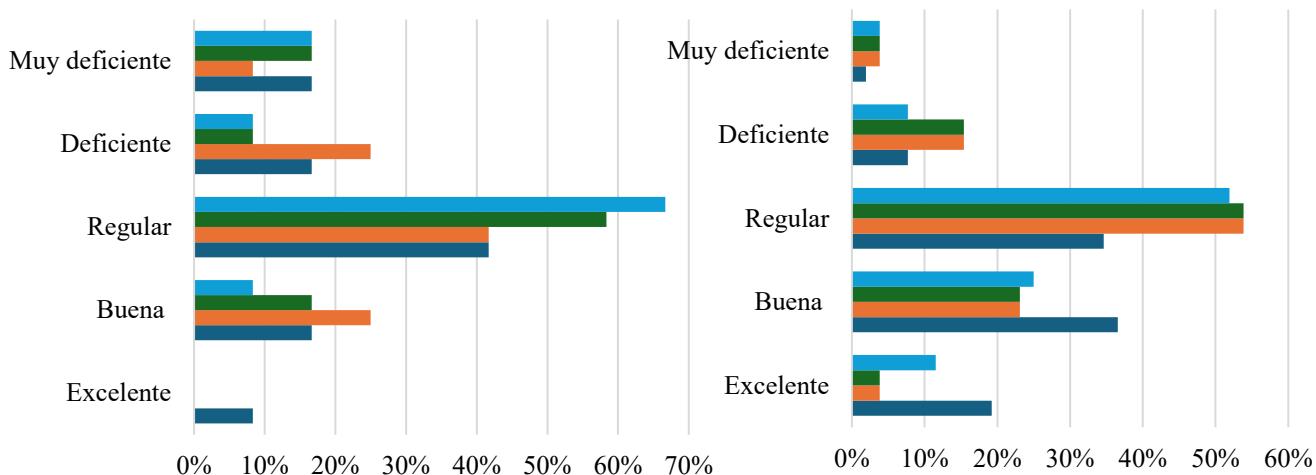


Figura 25. Valoración de aspectos económicos de los dueños (a) y de los locatarios (b)

La sección en la encuesta dirigida a todos los participantes para evaluar la calidad de los productos y servicios comerciales que ofrece el CV, así como la atención al cliente. De manera general, el 43% de los encuestados calificó los productos y servicios como “regulares”, mientras que un 41% los consideró “buenos”. En cuanto a la atención recibida, el 42% la evaluó como “regular” y un 40% como “buena”.

Respecto a las sugerencias para mejorar, el 23% de los participantes solicitó una mejora en la atención al cliente, incluyendo un 2% que destacó la necesidad de mayor amabilidad por parte del personal. Además, el 14% señaló que los establecimientos requieren un mejor mantenimiento, mientras que un 4% consideró que los servicios deben ser mejorados y un 5% opinó que la calidad de los productos también necesita elevarse. Por otro lado, el 3% de los encuestados mencionó que se requiere mayor seguridad en el CV para realizar compras o adquirir servicios con mayor confianza.

Al analizar las calificaciones promedio sobre la calidad de productos y servicios, así como la atención en los negocios del centro, se observa que el promedio general para ambos aspectos es de 6.6 sobre 10. Al desglosar por tipo de encuestado, los turistas y locatarios otorgaron las calificaciones más altas, con 6.9 y 6.8 para la calidad de productos y servicios, y 6.7 y 6.8 para la atención, respectivamente. Por su parte, los dueños de negocios dieron puntuaciones más bajas, con 5.8 para la calidad y 6.2 para la atención. Los residentes y visitantes locales se ubicaron en valores intermedios, alrededor de 6.5 a 6.6 (Fig. 26).

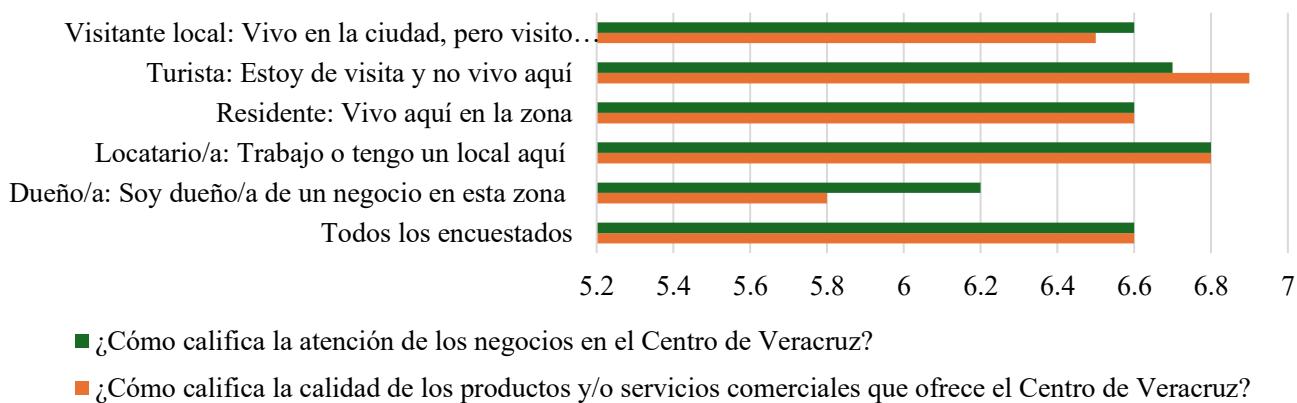


Figura 26. Distribución de calificaciones sobre aspectos de servicios y productos comerciales.

5.8 Categoría: Aspectos culturales y de esparcimiento

En la sección dedicada a los eventos culturales y de esparcimiento que se llevan a cabo en el CV, se aplicaron diversos tipos de preguntas, incluyendo dicotómicas, de opción múltiple, abiertas y de valoración mediante escala Likert. Esto permitió obtener un panorama amplio y detallado sobre las percepciones y hábitos de los cinco tipos de encuestados: dueños de negocios, locatarios, residentes, visitantes locales y turistas.

En cuanto a la asistencia a estos eventos, el 42% de la población encuestada indicó que asiste menos de tres veces al año, mientras que un 35% afirmó no asistir en absoluto. Un 16% asiste entre tres y siete veces al año, y solo un 6% participa en más de siete actividades culturales o de esparcimiento anualmente. Al desglosar la asistencia por tipo de encuestado, se observa que los dueños de negocios y los turistas son quienes presentan mayor participación, con un 75% de asistencia. Les siguen los visitantes locales con un 65.4%, mientras que locatarios y residentes comparten un 61.4% de asistencia cada uno.

Respecto a la publicidad de los eventos, el 41% de los encuestados recuerda haber visto algún anuncio cultural durante el mes previo a la encuesta, y un amplio 86% manifestó su interés y disposición para que se realicen más eventos culturales en el CV, lo que evidencia un fuerte deseo de mayor actividad cultural en la zona.

En cuanto a los tipos de eventos a los que asisten con mayor frecuencia, el 40% señaló festivales culturales y musicales, el 30% exposiciones, y el 27% ferias. Las actividades familiares y fiestas alcanzaron un 12% cada una, al igual que talleres, mientras que un 3% mencionó otras actividades diversas. Para informarse sobre estos eventos, los encuestados utilizan principalmente las redes sociales (55%), seguidas por recomendaciones personales (15%). Otros medios como radio, carteles, televisión y páginas oficiales representan un 11%, y es relevante destacar que un 8% se entera de los eventos el mismo día en que se realizan.

Entre las principales razones por las cuales algunos no asisten a los eventos culturales ([Tabla 6](#)), destacan:

- La razón más citada es la falta de tiempo o problemas relacionados con el tiempo (11.6%).
- Sigue el desinterés general en los eventos (7.8%) y las obligaciones laborales (4.4%).
- La inseguridad, aglomeración y falta de información también son limitantes destacadas.
- Problemas de estacionamiento, lejanía y tráfico afectan a un porcentaje menor pero significativo.
- Algunas razones menos frecuentes incluyen el calor, falta de atractivo o la mala organización.

Tabla 6. Palabras claves de la razón por la que las personas no asisten a los eventos en CV

Palabra clave / Razón	Repeticiones	Porcentaje (%) sobre 500 respuestas
Tiempo / Falta de tiempo	58	11.60%
No me interesa / No interés	39	7.80%
Trabajo / Cuestiones de trabajo	22	4.40%
Inseguridad	14	2.80%
Aglomeración / Multitudes	13	2.60%
Falta de información / difusión	11	2.20%
Estacionamiento / Falta de estacionamiento	9	1.80%
Lejanía / Distancia / No vivo cerca	8	1.60%
Tráfico / Mala accesibilidad	6	1.20%
Falta de interés en actividades	5	1.00%
Calor / Sol / Mala higiene	5	1.00%
Poco atractivo / Aburrido	4	0.80%
Seguridad (mencionado distinto a inseguridad)	3	0.60%
Cansancio / Flojera	3	0.60%

La [Tabla 7](#) ofrece las propuestas de mejora que sugieren los encuestados para los eventos realizados en el CV. De lo cual se destaca:

- Los términos relacionados con difusión y publicidad son las propuestas más recurrentes, representando casi una quinta parte de todas las respuestas.
- La seguridad es otra preocupación central, seguida de la organización y logística.
- Otros temas relevantes, aunque menos mencionados, incluyen limpieza, espacios adecuados, mayor cantidad de eventos, y diversidad en las actividades.
- También hay menciones respecto a aspectos como horarios, accesibilidad y transporte, y la calidad de los artistas o actividades

[Tabla 7. Sugerencias para Optimizar los Eventos en el Centro de Veracruz](#)

Palabra clave / Categoría	Repeticiones	Porcentaje (%) sobre 500 respuestas
Difusión / Publicidad	95	19.00%
Seguridad	78	15.60%
Organización / Logística	60	12.00%
Limpieza	12	2.40%
Espacios / Lugares adecuados	10	2.00%
Mayor cantidad / Más eventos	18	3.60%
Horarios accesibles / Puntualidad	6	1.20%
Diversidad / Variedad	8	1.60%
Transporte / Accesibilidad	7	1.40%
Atención al público / Personal	5	1.00%
Promoción / Publicidad pagada	10	2.00%
Mejor calidad artística / eventos	7	1.40%
Infraestructura / Mejoras físicas	6	1.20%
Ambiente / Iluminación	4	0.80%
Control / Orden	6	1.20%

En la [Tabla 8](#), se clasifican las actividades que los encuestados sugieren se deben realizar con mayor frecuencia. Destacando que:

- La categoría cultural abarca un amplio rango: teatro, exposiciones de arte, recorridos históricos, danzas regionales, y demás manifestaciones artísticas y tradiciones.
- La música en vivo y conciertos es una categoría muy destacada, seguida por bailes típicos y folklóricos.
- Festivales se mencionan frecuentemente incluyendo festivales musicales, artísticos, gastronómicos y ferias.
- Las actividades familiares, recreativas y talleres son también valoradas como espacios para disfrutar en el centro.
- La alimentación, mediante ferias gastronómicas o comida local, es un interés presente pero menor comparado con cultura y música.
- Algunos participantes mencionaron deportes y actividades al aire libre, aunque en menor proporción.
- Un porcentaje pequeño indicó que no asiste o que ninguna actividad les interesa

[Tabla 8. Actividades propuestas para el CV](#)

Actividad / Categoría	Repeticiones	Porcentaje (%) sobre 500 respuestas
Actividades culturales (teatro, exposiciones, museos, historia, tradición, artes visuales)	140	28.00%

Eventos musicales y conciertos	110	22.00%
Bailes y danzas folclóricas	60	12.00%
Festivales, ferias y celebraciones	55	11.00%
Actividades familiares y recreativas	40	8.00%
Talleres artísticos y culturales	30	6.00%
Actividades deportivas	15	3.00%
Gastronomía y ferias de comida	12	2.40%
Actividades al aire libre / en espacios abiertos	10	2.00%
Conferencias, charlas y eventos educativos	8	1.60%

En la valoración general, utilizando una escala Likert que va desde “excelente” hasta “muy deficiente”, se evaluaron variables como difusión, logística, ambiente, información y seguridad. El promedio global de valoración entre todos los encuestados fue de 6.3. El ambiente fue la variable mejor calificada, con un promedio de 7.0, mientras que la seguridad obtuvo la puntuación más baja, con 5.9. Las demás variables —difusión, logística e información— oscilaron entre 6.1, 6.0 y 6.3 (Tabla 9).

Por segmentos, los turistas otorgaron las valoraciones más altas, con un promedio general de 6.9. En particular, destacaron el ambiente con 7.9, seguidos por información y difusión con 6.9 y 6.8 respectivamente. Sin embargo, calificaron con menor puntuación la seguridad (6.5) y la logística (6.3). Por otro lado, los dueños de negocios ofrecieron la valoración más baja, con un promedio general de 5.3, siendo la información la variable peor evaluada (4.9), mientras que difusión y seguridad recibieron las calificaciones más altas dentro de este grupo, con 5.6 cada una. Los locatarios, residentes y visitantes locales presentaron valoraciones intermedias, con promedios de 6.3, 6.4 y 6.2, respectivamente (Tabla 9 y Fig. 27).

Tabla 9. Valores y calificaciones de los aspectos culturales y de espaciamiento

	Rubrica de ponderación a todos los encuestados						Calificación
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Puntaje obtenido	
Difusión	14	71.2	82.8	26.4	3.2	197.6	6.1
Logística	6	68	95.4	22.8	3.2	195.4	6.0
Ambiente	25	123.2	66	9.6	2	225.8	7.0
Información	9	82.4	86.4	23.2	1.8	202.8	6.3
Seguridad	12	64.8	84.6	25.6	5	192	5.9
Promedio						Promedio obtenido	6.3
Rubrica de ponderación a Dueños							
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Puntaje obtenido	Calificación
Difusión	0	3.2	1.2	0	0.6	5	5.6
Logística	0	1.6	2.4	0	0.6	4.6	5.1
Ambiente	0	2.4	1.8	0	0.6	4.8	5.3
Información	0	1.6	1.8	0.4	0.6	4.4	4.9
Seguridad	1	0.8	2.4	0.4	0.4	5	5.6
Promedio						Promedio obtenido	5.3
Rubrica de ponderación a Locatarios							
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Puntaje obtenido	Calificación
Difusión	2	7.2	7.8	2.4	0.4	19.8	6.2
Logística	1	6.4	9.6	2.4	0.2	19.6	6.1

Ambiente	1	13.6	7.8	0.4	0	22.8	7.1
Información	1	8.8	7.8	2.8	0	20.4	6.4
Seguridad	1	7.2	7.2	2.8	0.6	18.8	5.9
Promedio						Promedio obtenido	6.3
Rubrica de ponderación a Residentes							
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Puntaje obtenido	Calificación
Difusión	5	19.2	30	8	0.8	63	6.1
Logística	4	21.6	31.8	6.8	0.4	64.6	6.3
Ambiente	9	36	23.4	3.2	0.4	72	7.0
Información	6	28	27	6.4	0.2	67.6	6.6
Seguridad	6	16	27	9.2	1.8	60	5.8
Promedio						Promedio obtenido	6.4
Rubrica de ponderación a Turistas							
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Puntaje obtenido	Calificación
Difusión	2	10.4	6	2	0	20.4	6.8
Logística	0	10.4	6	2	0.4	18.8	6.3
Ambiente	4	17.6	1.2	0.8	0	23.6	7.9
Información	0	12.8	6.6	1.2	0	20.6	6.9
Seguridad	1	8.8	7.8	1.6	0.2	19.4	6.5
Promedio						Promedio obtenido	6.9
Rubrica de ponderación a Visitantes locales							
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Puntaje obtenido	Calificación
Difusión	5	31.2	37.8	14	1.4	89.4	6.0
Logística	1	28	45.6	11.6	1.6	87.8	5.9
Ambiente	11	53.6	31.8	5.2	1	102.6	6.9
Información	2	31.2	43.2	12.4	1	89.8	6.0
Seguridad2	3	32	40.2	11.6	2	88.8	6.0
Promedio						Promedio obtenido	6.2

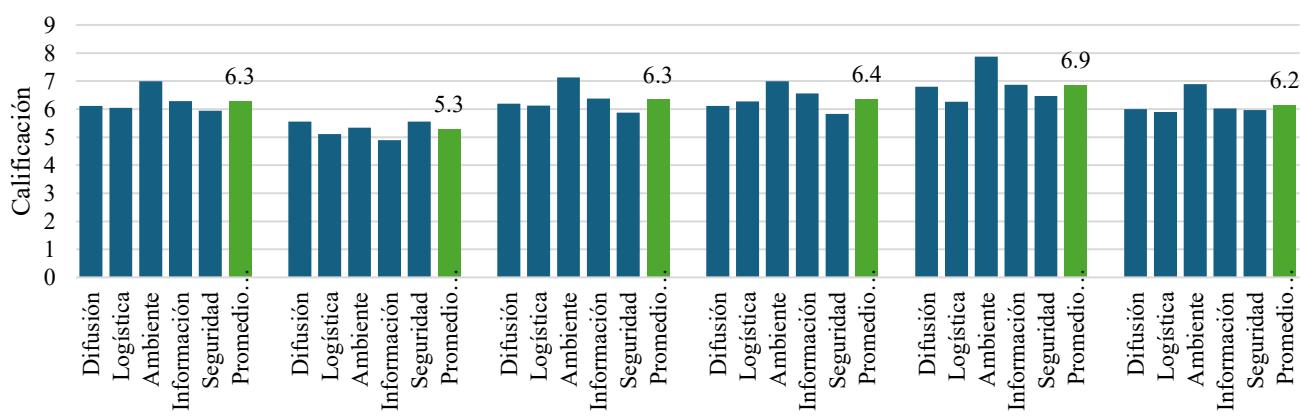


Figura 27. Valores de ponderación o calificaciones finales sobre los eventos culturas y de esparcimiento

6. Conclusiones

El diagnóstico del CV revela un escenario complejo con aspectos tanto positivos como desafíos relevantes que afectan su habitabilidad, funcionalidad y atractivo. Las fortalezas más destacadas incluyen la conectividad digital, el alumbrado público y la accesibilidad universal, aspectos que facilitan la movilidad y el uso del espacio urbano. Sin embargo, existen debilidades significativas en materia de seguridad, infraestructura urbana (especialmente pavimentación, banquetas y estacionamientos), servicios comunitarios, y conservación de espacios verdes, que afectan tanto a residentes como a visitantes.

La percepción general es moderada, con espacios claros para mejorar en la gestión del confort ambiental (reducción de ruidos, manejo de residuos y sombra), la promoción cultural, y el desarrollo económico mediante la mejora en la atención comercial y mantenimiento de los establecimientos. La inseguridad es una preocupación central que limita la plena recuperación social y económica del centro histórico.

Por ello, para impulsar el potencial turístico, social y comercial del centro, es necesario fomentar una estrategia integrada que involucre a autoridades, comunidad y sector privado, enfocada en reforzar la seguridad, rehabilitar la infraestructura urbana y los espacios públicos, consolidar la identidad cultural y mejorar la calidad ambiental y los servicios. Este enfoque contribuirá a fortalecer la resiliencia y el atractivo del CV para todos sus usuarios. De estas conclusiones se genera el siguiente cuadro FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) (Fig. 28).

Fortalezas	Oportunidades
- Buena conectividad digital	- Potencial para ampliar eventos culturales y artísticos
- Alumbrado público y accesibilidad universal bien valorados	- Mejoras en espacios de esparcimiento y áreas verdes
- Acceso fácil y medio de transporte predominante disponible	- Involucramiento comunitario para rehabilitación urbana
- Reconocimiento del patrimonio histórico y cultural	- Implementación de módulos informativos para visitantes
- Participación moderada en actividades culturales con alta disposición a incremento	- Fortalecimiento del comercio mediante mejor capacitación y seguridad
Debilidades	Amenazas
- Percepción de inseguridad, especialmente en mercados y calles principales	- Inseguridad que puede afectar el turismo y convivencia social
- Infraestructura urbana deteriorada (pavimentación, banquetas, estacionamientos)	- Problemas ambientales como calor intenso, ruido y olores desagradables
- Servicios comunitarios insuficientes y deficiencias en recolección de basura	- Falta de mantenimiento en espacios públicos y áreas verdes
- Baja calidad en atención al cliente y mantenimiento de establecimientos comerciales	- Cambios negativos en percepción de visitantes y residentes
- Limitada conservación y diseño de espacios verdes y de esparcimiento	- Impacto de eventos climáticos adversos sin infraestructura adecuada

Figura 28. Cuadro FODA, derivado de los resultados de la encuesta. Creación propia.

7. Referencias

- Castro, H. (19 de Noviembre de 2022). La creación de contenidos periodísticos supone una inversión importante económica e intelectual, por lo que está protegida en las leyes sobre derechos de autor. *Imagen del Golfo*. Obtenido de <https://imagendelgolfo.mx/veracruz/centro-historico-de-veracruz-debe-ser-rescatado/50267178>
- CONEVAL. (2022). *Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2021). Medición de la pobreza*. Obtenido de <https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Que-es-la-medicion-multidimensional-de-la-pobreza.aspx>
- Flores, D. (15 de Agosto de 2024). Rehabilitación del centro histórico de Veracruz, necesaria para reactivación del comercio. *Diario de Xalapa | Noticias Locales, Policiacas, sobre México, Veracruz, y el Mundo*. Obtenido de <https://www.diariodexalapa.com.mx/local/rehabilitacion-del-centro-historico-de-veracruz-que-obras-se-contemplan-12314075.html>
- Gamer, P. (2005). Sir Weetman Pearson y el desarrollo nacional en México, 1889-1919. *Estudios de historia moderna y contemporánea de México*(30), 145-165. Recuperado el 12 de Agosto de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26202005000200145&lng=es&tlang=es.
- Garcia, J. J. (27 de Septiembre de 2023). Rehabilitacion del centro historico de Veracruz lleva mas de 10 años en espera. *AvcNoticias*. Obtenido de <https://www.avcnoticias.com.mx/resumenespecial.php?idnota=346394>
- Gaspar Cobarruvias, M. J. (08 de Abril de 2014). *La muralla de Veracruz*. (R. Calderón Vivar, Editor) Recuperado el 11 de 08 de 2025, de EfACICO. Portal del Egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación: <https://efacico.com/2014/04/08/la-muralla-de-veracruz/>
- Gaspar Cobarruvias, M. J. (14 de Julio de 2017). *No ha desaparecido totalmente la muralla de Veracruz*. Obtenido de EfACICO. Portal del Egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación: <https://efacico.com/2017/07/14/no-ha-desaparecido-totally-la-muralla-de-veracruz/>
- Geoinstitutos. (2025). *Cartografía Antigua: Ciudades de América*. Obtenido de Geoinstitutos: http://www.geoinstitutos.org/ciudades_américa/veracruz.html
- Hernandez-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Ciudad de Mexico: McGrawHill Education.
- INAFED. (22 de Febrero de 2018). Obtenido de Gobierno de Mexico. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal: <https://www.gob.mx/inafed/articulos/se-commemoran-499-anos-de-la-fundacion-del-primer-asesentamiento-en-la-nueva-espana-villa-rica-de-la-vera-cruz#:~:text=La%20fundaci%C3%B3n%20de%20Veracruz%20se,ayuntamiento%20a%20la%20usanza%20espa%C3%B1ola.>
- INEGI. (2020). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). Censo de Población y Vivienda 2020*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- INEGI. (2025). *INEGI, Espacios y datos de Mexico*. Recuperado el 2024, de <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/espacioydatos/>
- Jiménez, O. G. (2008). Organización espacial del corredor turístico Veracruz-Boca del Río. *Teoría y Praxis*, 5, 171-186. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145110014.pdf
- Machuca Yaguana, J., Maldonado Machuca, M., & Vinces Vinces, F. (2023). Tratamiento y representación de datos provenientes de escalas tipo Likert. *Revista Ciencia Latina*, 7(4), 736-750. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.6905

- Municipio de Veracuz. (2022). *Página oficial del municipio de Veracruz*. (Dirección de Obras Públicas y Desarrollo Urbano) Recuperado el Agosto de 2024, de <https://centrohistorico.veracruzmunicipio.gob.mx/?action=historia>
- Ojeda-Ramírez, M., & Díaz-Camacho, J. (2012). *Introducción a las técnicas de muestreo. Un enfoque metodológico para aplicaciones a encuestas*. Editorial Académica Española. .
- ONU. (2016). *Índice básico de las Ciudades Prósperas City Property Index, CPI, Informe Final Municipal*. Veracruz: ONU Habitat.
- ONU, H. (2018). *Índice básico de las Ciudades Prósperas City Property Index, CPI, Informe Final Municipal*. ONU Habitat. Obtenido de <https://onu-habitat.org/index.php/indice-de-las-ciudades-prosperas-cpi-mexico-2018>
- POTZMV. (2021). *Programa de Ordenamiento Territorial de la Zona Metropolitana de Veracruz (2021)*. Gobierno del Estado de Veracruz. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.veracruz.gob.mx/desarrollosocial/wp-content/uploads/sites/12/2022/02/ZMV-Presentaci%C3%B3n-Resumen-23.12.21.pdf
- Reyes-Aguilar, A. R.-F.-R.-M. (2021). Intervención urbana y desarrollo turístico: propuesta de un modelo de análisis en Centros Históricos. *EURE (Santiago)*, 47(141), 71-93. doi:<http://dx.doi.org/10.7764/eure.47.141.04>
- SEDECOP, S. d. (2017). *El Estado de Veracruz*. Obtenido de <http://www.veracruz.gob.mx/desarrolloeconomico/el-estado-de-veracruz/>
- SEDESOL. (2021). *Secretaría de Desarrollo Social del Estado de Veracruz (2021). Informe regional de desarrollo socioeconómico*. Obtenido de <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/veracruz>

8. Anexo