

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN-LEÓN

Facultad De Ciencias Económicas y Empresariales

Gestión de Empresas Turísticas



Protocolo de Monografía: Diseño de un Producto Turístico Cultural para la ciudad de León, Nicaragua denominado “Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León”

Autores:

- **Br. Gloria María Maradiaga.**
- **Br. Josept Antonio Meléndez Guadámuz**

Tutora:

Msc. Dania Hernández Pinell

León, 05 de noviembre de 2020

¡A la Libertad por la Universidad!

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN-LEÓN

Facultad De Ciencias Económicas y Empresariales

Gestión de Empresas Turísticas



Protocolo de Monografía: Diseño de un Producto Turístico Cultural para la ciudad de León, Nicaragua denominado “Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León”

Autores:

- **Br. Gloria María Maradiaga.**
- **Br. Josept Antonio Meléndez Guadámuz**

Tutora:

Msc. Dania Hernández Pinell

León, 05 de noviembre de 2020

¡A la Libertad por la Universidad!

Resumen:

El objetivo principal de esta investigación es el diseño de un producto turístico cultural para la Ciudad de León, Nicaragua denominado “Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León. Para esta investigación se requirió identificar los recursos culturales con potencial turístico de la ciudad de León, indagar la opinión o la percepción de la población, para el desarrollo socio-económico y rescate de la cultura de la zona y, por último, indagar la percepción de los turistas potenciales respecto al diseño de un producto turístico, para conocer la demanda potencial del producto.

Para el cumplimiento de los objetivos antes mencionados, la metodología aplicada fue: tipo proyectivo en el que se tomó en cuenta la opinión ciudadana y la de los turistas potenciales para saber la aceptación del producto, al igual se aplicó el estudio descriptivo en el que se basó en describir la situación actual de los recursos turísticos culturales de manifestaciones como los mitos y leyendas que posee la ciudad de León, así mismo esta investigación es de corte transversal. El tipo de muestreo es aleatorio simple, las técnicas que se utilizaron fueron mediante encuestas, observación y fichas.

Finalmente, los resultados obtenidos condujeron al diseño de un producto turístico denominado “Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León”, dirigido a turistas que buscan actividades culturales, con un valor adquisitivo medio aprovechando los principales recursos culturales de la ciudad de León.

Índice

I. INTRODUCCIÓN	2
1.1 Antecedentes	4
1.2 Planteamiento del Problema	7
1.2.1 Situación actual y preguntas de investigación.....	7
1.2.2 Delimitación del estudio:	8
1.3 Justificación	9
CAPÍTULO II. HIPÓTESIS	10
CAPÍTULO III. OBJETIVOS	11
3.1 Objetivo General:.....	11
3.2 Objetivos Específicos:.....	11
CAPÍTULO IV. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
4.1 Marco Conceptual	12
4.2 Marco Teórico	16
4.2.1 El producto turístico y sus características	16
4.2.2 Producto Turístico Cultural	17
4.2.3 Modelo de Diseño de Producto turístico.....	18
4.3 Marco Referencial	19
4.3.1 Datos Generales del departamento de León	19
4.3.2 Turismo cultural en Nicaragua	19
4.3.3 Mitos y Leyendas de la ciudad de León	20
CAPÍTULO V. DISEÑO METODOLÓGICO	34
5.1 Tipo de estudio.....	34
5.2 Nivel de estudio	34
5.3 Diseño de investigación.....	34
5.4 Área de estudio.....	35
5.5 Población de estudio.....	35
5.6 Muestra	35
5.6.1 Criterios de inclusión:	37
5.6.2 Fuente de información	37
5.7 Instrumento de recolección de datos.....	38

5.7.1 Procedimiento de recolección de datos.....	38
5.7.2 Plan de análisis.....	38
5.8 Operacionalización de variables	39
5.9 Consideraciones éticas.....	40
CAPITULO VI. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	41
6.1 Encuestas a turistas nacionales y extranjeros.....	41
6.2 Encuesta a pobladores de la ciudad de León.....	46
6.3 Inventario de los Recursos Culturales.....	49
6.4 Inventario de Facilitadores Turísticos de la ciudad de León.....	73
6.5 Análisis de los resultados.....	74
6.6 Propuesta del Producto Turístico.....	77
CAPITULO VII CONCLUSIÓN	83
CAPITULO VIII RECOMENDACIONES.....	84
CAPITULO IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	85
CAPÍTULO X. ANEXOS	87

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio, titulado Diseño de un producto Turístico Cultural para la ciudad de León, Nicaragua denominado "Mitos y Leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León", se desarrolla en la ciudad de León debido a que no existe un producto turístico consolidado que integre los mitos y leyendas de la ciudad y a la vez que integre los diferentes destinos donde se manifiestan estos acontecimientos.

Por tanto, la investigación se planteó indicar los recursos culturales que se pueden aprovechar basado en los mitos y leyendas de la ciudad de León, así como retomar un modelo de producto turístico cultural que aporte a la diversificación de la oferta e identificar los beneficios que aportaría para que promueva la cultura y la economía local, con el propósito general, finalmente, con un producto turístico cultural, para el rescate de la identidad cultural de la ciudad de León.

Al explicar mejor el tema, el deber es que el lector pueda comprender cada una de las palabras que se mencionan, es por eso que planteamos el marco teórico, así el lector tendrá un mejor conocimiento acerca de los términos que no comprenda, como las principales teorías relacionadas al estudio, como producto turístico, su tipología y diseño. También los aspectos relacionados al mercado, población y caracterización de la zona, de la que fue necesario definir un marco de referencia que plantea la situación real y actual del departamento de León de cara al turismo cultural.

El desarrollo metodológico se llevó a cabo a partir de la definición de métodos, nivel del mismo sin olvidar que la fuente primaria de esta investigación fueron los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de León aportando su ayuda a través de las encuestas, cabe mencionar que las entidades del sector público fueron de mucha ayuda en esta investigación, facilitando información para llevar a cabo este producto turístico, así mismo se utilizaron fuentes bibliográficas, y electrónicas como fuentes secundarias.

La presentación de resultados se hizo mediante de gráficas las que contenían características que poseen los turistas potenciales nacionales y extranjeros, así como la percepción de un producto turístico realizado en la zona. Estas graficas reflejan el contenido de los instrumentos aplicados mediante una encuesta. Como resultado de otros instrumentos como la observación y fichas de bibliografías revisadas, se elaboraron fichas de recursos turísticos culturales, al igual que un resumen de facilitadores turísticos. Consolidando toda esta información se presenta un análisis de resultado enlazando todas estas características.

Con todo lo mencionado resultó, la elaboración de un producto turístico cultural para la ciudad de León, Nicaragua denominado "Mitos y Leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León, estructurado de acuerdo al perfil del turista potencial, este producto es de cultura con una duración de tres días y dos noches, con un itinerario que recorre en su mayoría lo que la ciudad de León ofrece, incluye las necesidades del turista como hospedaje, alimentación y transporte. Con valores diferenciados según los servicios seleccionados por los consumidores de \$281 y de \$ 127 dólares por persona.

1.1 Antecedentes

Antecedentes históricos

Mitos y Leyendas de la ciudad de León

León se ha caracterizado por ser una ciudad que, desde su fundación, se han transmitido entre sus habitantes, de generación en generación, cuentos, leyendas, mitos y tradiciones orales y bailables, como parte de sus creencias para preservar su cultura e identidad.

El rescate de los mitos y leyendas en la ciudad de León, inicia desde los años 80's, en el año 1992 cuando se fundó el museo Joaquín de Arrechavala por iniciativa de doña Carmen Toruño López, quién desde su niñez se identificó en la participación de actividades culturales. Eso le motivó a crear el único museo de tradiciones y leyendas de León a presentar a las futuras generaciones la cultura y el arte de nuestro pueblo, de nuestros antepasados, en la época de la conquista española y en el período contemporáneo, así como hacer de este museo un sitio nacional de interés turístico. Este primer museo funcionó en su casa de habitación situada de la Iglesia de Laborío, una cuadra al norte y 25 varas al oeste. Ella con ayuda del señor Francisco Hernández quién en aquel tiempo se iba al lado de la terminal a buscar los perros muertos, porque en esa zona de la ciudad casi a diario ocurría un asesinato de un canino, para luego disecarlos y ponerles ojos brillantes para simular los coyotes, cadejos y muchas cosas que todo el equipo se ingenió para ir dando vida al museo.

Luego el museo fue trasladado, en el año de 1996, a la Alcaldía de León. El 31 de octubre del año 2000 se mudó al edificio que antes fue la cárcel de La 21, donde se encuentra actualmente bajo la administración de Alcaldía Municipal de León (AML).

Por otra parte, desde el año 2003 se da inició al Carnaval de mitos, leyendas y tradiciones en la ciudad de León, iniciado por la AML, promotores de la cultura entre ellos periodistas y artistas locales; homenajeando a un personaje que se haya destacado en la cultura leonesa como poetas, pintores, danzarines entre otros.

Otra iniciativa relacionada con los mitos y leyendas de la ciudad, fue la rehabilitación del parque El Calvario, localizado en el conjunto urbano de dicho barrio, llevando ahora el nombre de Fray Antonio de Valdivieso en homenaje a la leyenda del padre sin cabeza, que tiene lugar en esa zona de la ciudad.

Antecedentes investigativos

En Latinoamérica se han elaborado diversos estudios relacionados con propuestas de recorridos y productos turísticos basados en historias, mitos y leyendas que tienen su impacto en el desarrollo del turismo cultural, logrando el desplazamiento de turistas a nivel local, nacional e internacional; a continuación, se presentan casos de Colombia y México:

En el primer caso se expone el diseño de producto turístico es el corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander, donde se toma como insumo entre otros elementos de la cultura los festivales de música y danza. (Barbosa,2007).

El segundo caso es la finalidad diseñar una propuesta de recorrido turístico en torno a historias, mitos y leyendas urbanas en La Candelaria, localidad de Bogotá, para dar a conocer las historias de interés cultural que guardan las edificaciones de algunos lugares de la zona; dicha propuesta fue elaborado en la Facultad de Arte, Comunicación y Cultura, Programa de Hotelería y Turismo de La Universitaria Agustiniana. Bogotá D.C, Colombia (González y Torres, 2017, pág. 11).

Otra investigación fue "Historias y Leyendas" ruta de museos como estrategia de marketing de destinos en Cartagena de Indias, ciudad patrimonio histórico de la humanidad. Valoración Inicial (Bustillo y Mendoza,2014), refleja los resultados de la investigación en citymarketing cuya primera fase fue en marketing de destinos, específicamente sobre la valoración de los Museos de la ciudad de Cartagena de Indias como escenarios de cultura, la revisión, contextualización y análisis del sistema de turismo, lo que constituye uno de los elementos de diagnóstico para el diseño de un nuevo producto turístico denominado la Ruta de Museos Cartagena de Indias, "Historias y Leyendas", lo cual permite ampliar la oferta turística de la ciudad, a partir de esto,

mejora la competitividad, aumenta el número de días de estancia y el conocimiento histórico y cultural de los turistas que vienen a la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad. Finalmente, se plantean las recomendaciones y consideraciones para mejorar la propuesta de valor al ofrecer un producto integrado.

Por otra parte, para la ciudad de Morelia se presenta una investigación cuyo problema radica en la limitada proyección turística internacional basada en las leyendas y mitos de la ciudad de Morelia, trayendo como consecuencia un escaso desarrollo turístico (Cortés y Espítia,2010). Indicando que las leyendas y mitos son elementos que han acompañado al hombre a lo largo de toda la historia, son elementos que provocan creencias y movilizaciones que a través del tiempo se incrementan y fortalecen, algunas de ellas, incluso dan origen a otras manifestaciones como serían las religiones o las sectas, algunas otras se convierten en elementos que llegan a ser motivo de obras literarias y de toda clase de manifestaciones culturales, es por ello que existen localidades que, sabiendo que las leyendas tienen ese elemento persuasivo han desarrollado planes integrales de marketing turístico, basados en leyendas y mitos y que llegan a tener impacto nacional e internacional con consecuencias financieras en ocasiones millonarias. Los ejemplos a niveles internacionales son ampliamente conocidos quizá el más comentado sea el del famoso conde Drácula en Transilvania en Rumania y que es gracias a esta leyenda que una parte muy considerable del turismo internacional decide visitar ese país. Otra leyenda que tiene un arrastre comercial impresionante es la de Romeo y Julieta en Verona Italia y que, a la par de otros atractivos turísticos hace que los turistas lleguen día a día a ese destino para experimentar la dramática leyenda de los enamorados (Cortés et. al,2010). En el año 2013 se presentó un estudio sobre mitos y leyendas del pueblo indígena de Sutiaba, como contribución al rescate de la identidad cultural de León obteniendo como resultados que el intercambio de conocimientos de Mitos y Leyendas del Pueblo Indígena de Sutiaba, contribuyendo al rescate de la identidad cultural, este estudio fue un gran éxito ya que los pobladores expresaron sus ricas experiencias vividas, trasladándose a tiempo atrás como si estaban viviendo ese

momento, las autoras son Carla Yanette Leytón Martínez, Martha Azucena Silva Zapata, Luis Ramón Rodríguez Colindres.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Situación actual y preguntas de investigación.

Nicaragua es conocida como uno de los destinos turísticos en Centroamérica por su patrimonio cultural, elemento que sirve como incentivador turístico para el diseño de productos turísticos culturales, que promueven la conservación de riqueza cultural del país. Los principales destinos culturales que oferta Nicaragua son las ciudades coloniales de León y Granada, el departamento de Masaya y la isla de Ometepe. En el año 2017 la llegada de turistas al país fue de 62,500 visitantes a bordo de cruceros, y motivados por la cultura que ofrece Nicaragua, dejando un ingreso en el año de 700 millones de dólares.

A la ciudad de León llegaron en el primer trimestre del año 2018, 23,800 turistas según datos de la Oficina de Información Turística Municipal de León (OIT), cuyo registro indica que el 70% desplazó por motivos de conocer la cultura local.

Las personas que llegan a la ciudad de León son atraídas por el diseño arquitectónico y la monumentalidad de los templos que datan de la época colonial como parte del patrimonio tangible de León; sin embargo, León posee una vasta herencia cultural intangible, en la que destaca su gastronomía, los mitos, leyendas, danza, música y literatura.

En la ciudad de León se ha venido trabajando el tema del rescate y valoración de la cultura, lo que ha sido aprovechado por las diferentes empresas prestadoras de servicios turístico que se ubican en la localidad y otras que operan a nivel nacional; no obstante, no se ha consolidado un producto turístico que integre los mitos y leyendas de la ciudad para diversificar la oferta turística de León, y que a su vez está genera más visitas a la localidad, haciendo referencia a que el turista puede elegir vivir experiencias diferentes en un mismo lugar. Además de permitir la llegada de distintos segmentos del

mercado del turismo, sobre este producto es decir a nuevos públicos, esto significará llegar a una demanda que anteriormente no se tenía en cuenta.

Retomando lo anterior, se plantea en este estudio las siguientes **preguntas de investigación:**

¿De qué manera se puede aprovechar los mitos y leyendas de la ciudad de León como parte del patrimonio intangible de la localidad?

¿Cuenta León con un producto turístico que promueva los mitos y Leyendas de la ciudad?

¿Qué beneficios tiene el diseño de un producto turístico cultural para la ciudad de León que promueva el rescate de los mitos y las leyendas de la localidad?

1.2.2 Delimitación del estudio:

Delimitación Temporal: agosto – noviembre 2020

Delimitación del espacio: Centro histórico de la ciudad de León, Nicaragua.

Delimitación teórica: Modelo Mincetur, Perú.

1.3 Justificación

La importancia de esta investigación es contribuir al desarrollo turístico de la ciudad Santiago de los Caballeros de León, integrando los elementos del sistema turístico que se localizan en la zona, tales como empresas de alojamiento, de alimentos y bebidas, transporte, operadoras de viajes, artesanos, entre otros; “en el registro de la entidad hay inscritas, hasta septiembre 2019, 9,291 empresas turísticas, generando 48,687 puestos de trabajo. *hablamos solo de plazas generadas por empresas inscritas en INTUR, así que la cantidad es mayor en el país.*”, según lo expresó la co directora del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), Anasha Campbell (2019).

Esta investigación es de mucha utilidad para que se diversifique la oferta turística de la ciudad y su relevancia social es contribuir al rescate y puesta en valor del patrimonio intangible en el caso concreto de los mitos y leyendas como legado histórico y cultural a través de la tradición oral, de esta manera utilizarlo como recurso turístico principal en la creación de un producto turístico que distinga a León, y que sume a su identidad de su ciudad universitaria y primera capital de la revolución.

Los principales beneficiarios serán la población leonesa, los turistas nacionales y extranjeros, dado que les permitirá conocer y experimentar en una ciudad colonial como lo es León, los mitos y leyendas que datan desde nuestros aborígenes y otros del tiempo de la colonia española. Por otra parte, los empresarios turísticos locales y de manera general la ciudad de León.

Esta investigación proporcionará información necesaria que servirá de referencia para futuros estudios que tengan que ver con el diseño de productos turísticos culturales, la preservación del patrimonio cultural y al dinamismo de la actividad turística.

CAPÍTULO II. HIPÓTESIS

El diseño de un producto turístico enfocado en los mitos y leyendas servirá para concientizar a la población local de conservar su identidad y legado histórico-cultural.

CAPÍTULO III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General:

Diseñar un producto turístico que promueva los mitos y leyendas de la ciudad de León, Nicaragua para el fortalecimiento de la actividad turística de la localidad.

3.2 Objetivos Específicos:

- Indicar los recursos culturales que se pueden aprovechar para la estructura de un producto turístico cultural basado en los mitos y leyendas de la ciudad de León, Nicaragua.
- Retomar un modelo de producto turístico cultural que aporte a la diversificación de la oferta turística de la ciudad de León, Nicaragua.
- Identificar los beneficios que aportaría un producto turístico que promueva el rescate de los mitos y leyendas de la ciudad de León, Nicaragua para la cultura y la economía local.

CAPÍTULO IV. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En este capítulo se aborda la teoría relacionada con el presente estudio, dicha información se obtuvo como resultado del proceso investigativo referente a los diferentes elementos de la cultura y el turismo. Este acápite contiene marco referencial, principales mitos y leyendas de la ciudad de León; en el marco conceptual se ha plasmado definiciones y palabras claves de esta investigación; finalmente en el marco teórico, se plantea diferentes postulados que sustentan teóricamente esta propuesta de investigación.

4.1 Marco Conceptual

Atractivos turísticos: Según Boullón, 1992 (como citó Sánchez, 2003) son la materia prima del turismo, puesto que constituyen la causa principal que motiva a las personas a viajar hasta ellos para conocerlos y disfrutar del consumo de las actividades que se programen con el fin de satisfacer sus expectativas.

Cultura: Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones. (UNESCO, 1982).

Demanda Turística: Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, se define como la cantidad "producto turístico" que los consumidores están dispuestos a adquirir a un momento dado y un precio determinado. (OMT, 2016).

Desarrollo sostenible: aquel desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. (Informe titulado «Nuestro futuro común» de 1987, Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo). Recuperado de

<https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>

Elementos facilitadores: Consiste en las condiciones que les permite a los turistas consumir los productos turísticos en condiciones adecuadas Transporte, servicio de alimentación, alojamiento y servicios públicos. (Bolaños, 2010).

Elementos incentivos: Son los atractivos y el que procede a elaborar un desplazamiento de las actividades programadas. (Bolaños, 2010).

Expresiones culturales: Las expresiones culturales son las expresiones resultantes de la creatividad de personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural (UNESCO, 2005).

Leyenda: es una narración oral o escrita, con una mayor o menor proporción de elementos imaginativos y que generalmente quiere hacerse pasar por verdadera o basada en la verdad, o ligada en todo caso a un elemento de la realidad. Se transmite habitualmente de generación en generación, casi siempre de forma oral, y con frecuencia experimenta supresiones, añadidos o modificaciones. (Echeverría, 2010).

Las leyendas documentan la identidad cultural de los pueblos aborígenes y permiten que aquellas culturas desaparecidas permanezcan en el imaginario colectivo como testimonio de su desestructuración. En ellas se utilizan símbolos de distintos tipos, estableciendo una relación entre lo conocido y lo desconocido, de forma natural o intencional.

Mito: el mito cuenta una historia sagrada; relata un acontecimiento que ha tenido lugar en el tiempo primordial, el tiempo fabuloso de los «comienzos». Dicho de otro modo: el mito cuenta cómo, gracias a las hazañas de los Seres Sobrenaturales, una realidad ha venido a la existencia, sea ésta la realidad total, el Cosmos, o solamente un fragmento: una isla, una especie vegetal, un comportamiento humano, una institución. Es pues, siempre el relato de una «creación»: se narra cómo algo ha sido producido, ha comenzado a ser. El mito no habla de lo que ha sucedido realmente, de lo que se ha manifestado plenamente. Los personajes de los mitos son Seres Sobrenaturales. Se

les conoce sobre todo por lo que han hecho en el tiempo prestigioso de los «comienzos». Los mitos revelan, pues, la actividad creadora y desvelan la sacralidad (o simplemente la «sobrenaturalidad») de sus obras. En suma, los mitos describen las diversas, y a veces dramáticas, irrupciones de lo sagrado (o de lo «sobrenatural») en el Mundo. Es esta irrupción de lo sagrado la que fundamenta realmente el Mundo y la que le hace tal como es hoy día. Más aún: el hombre es lo que es hoy, un ser mortal, sexuado y cultural, a consecuencia de las intervenciones de los seres sobrenaturales. (Eliade, Mircea, 1991)

Museo: es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo. Recuperado de <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>.

Oferta turística: Conjunto de bienes y servicios de recursos e infraestructuras ordenados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. (OMT,1994).

Patrimonio: Es un legado de monumentos y sitios de un gran riqueza natural y cultural que pertenece a toda la humanidad. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura UNESCO, (2017). Recuperado de www.unesco.org/new/es/santiago/culture/cultural-heritage/.

Patrimonio Cultural: no se limita a monumentos y colecciones de objetos. Comprende también expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial o patrimonio vivo es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO, 2003). Recuperado de www.unesco.org/new/es/santiago/culture/cultural-heritage/

Patrimonio Cultural Inmaterial: Son los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana; manifestándose en particular en los ámbitos siguientes: tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; artes del espectáculo; usos sociales, rituales y actos festivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; técnicas artesanales tradicionales. (Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO,2003).

Planta turística: Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema, que está integrado por dos elementos el equipamiento (Alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios) y las instalaciones (de agua y playa, de montaña, generales). (Boullón, 2006)

Producto turístico: Existen un sin número de definiciones de producto turístico, según la escuela y el contexto de los autores; sin embargo el concepto más acertado a este estudio es "un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso (ACERENZA, 1990).

Servicio Turístico: Los servicios turísticos se describen como el resultado de las funciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente por el sujeto receptor para satisfacer al turista, y hacer uso óptimo de las facilidades o industrias turísticas y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos. (OEA,1980).

Turismo: comprende las a las Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001).

Turismo Cultural: movimiento de personas hacia atractivos culturales con el objeto de adquirir una nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros (OMT 2004).

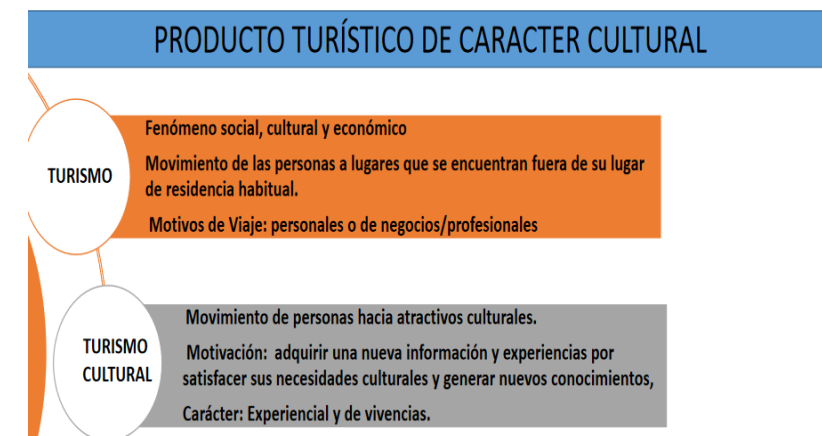
Turista: Persona que hace una o más excursiones, alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por objeto de interés, paisaje etc. (OMT, 1994).

4.2 Marco Teórico

En este acápite de la presente investigación, se brinda de manera general conceptos teóricos fundamentales del sector turístico especialmente lo relacionado con turismo, que conlleve a un análisis de planificación y asimismo permita identificar los principales temas de discusión de los resultados del estudio.

4.2.1 El producto turístico y sus características

El producto turístico es conceptualizado desde varios enfoques. Desde el punto de vista económico, es concebido como el flujo de efectivo presente en la venta de conducentes a facilitar los viajes (De Borja, Casanova, & Bosch, 2002). Sin embargo, otros autores abordan la totalidad del producto turístico esta de terminado por los bienes y servicios ofrecidos a los turistas.

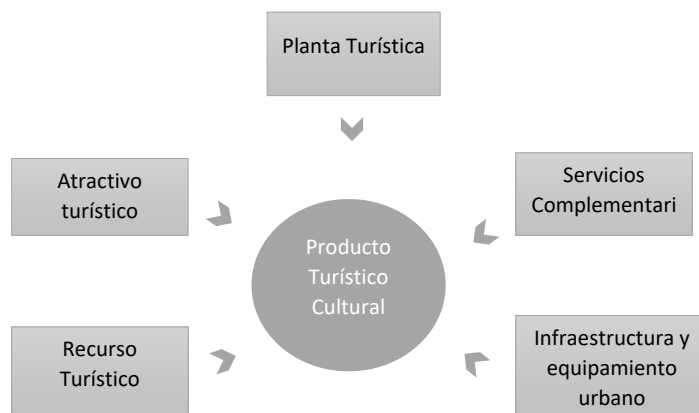


<http://www.rutaleyendaeldorado.com/pdf/producto-cultural.pdf>

4.2.2 Producto Turístico Cultural

SERNATUR (2008) lo define como Patrimonio cultural estructurado para uso y disfrute de las personas, debe tener accesibilidad temporal, espacial, económica y psicológica. En general, dicho producto se caracteriza por su fuerte vínculo con la comunidad local, en cuanto los incluye, dado que son ellos los que ponen la diferencia principal entre un lugar y otro. En definitiva es el sello que hace que un lugar sea agradable y único para visitar, es lo que lo hace diferente.

Un producto turístico está compuesto por cinco elementos básicos:



Fuente: Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable

Los productos turísticos a diferencia de los productos de otras industrias presentan las características diferentes que se tienen que tomar en cuenta a la hora de comercializarlos, las cuales son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto, tiende a tener clientes insatisfechos.
- El producto que no es vendido, se pierde.
- El cliente es quien acude a la compra.

- El contacto con el cliente, en su mayoría suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.

Dadas estas características tiende a crear desconfianza al consumidor, es por ello que se requiere de profesionales para la creación de productos y brindar información exhaustiva de lo que incluirá dicho producto, debido a que el consumidor no podrá devolver una experiencia ya consumida.

4.2.3 Modelo de Diseño de Producto turístico

En cuanto al tema de Diseño de Productos Turístico, existen muchos estudios, tal es el caso presentado por Esther Machado, de la Universidad Central Martha Abreu de Las Villas (2007), titulado *"Integración y Diseño del Producto Turístico. Aplicado a la Región Central del destino de Cuba"*. Enfocada en propuesta de un esquema de simplificado para el diseño de productos turísticos en la región central de Cuba.

Otro estudio referente al producto turístico cultura denominado *"Diseño de producto turístico cultural para la zona urbana de la ciudad de Montería"*, Bogotá. Propone la estructuración de un producto turístico cultural que permita mediante su implementación la posibilidad de organizar la actividad turística en la ciudad y convertirla en destino cultural de Colombia, nombrado "Descubriendo las huellas culturales de la perla de Sinú", lo que a su vez genera la recuperación, conservación y exhibición todos los elementos culturales que posee Montería para quienes las visitan.

Otras investigaciones presentadas en Nicaragua como es Diseño de producto turístico elaborado las autoras: Lic. Leddy Judith Padilla Moran y Bra. Ayleen Ludiz Méndez Vallecillo. Managua, Nicaragua enero de 2017. El trabajo investigativo contiene las características que debe llevar un producto turístico e importantes conceptos para el diseño del mismo.

Para crear productos turísticos es necesario tener en claro, primeramente, qué elementos conforman el producto turístico, su tipología, las necesidades de los turistas

hacia esos productos, su estructuración y las partes que lo conforman, pero además se tomaran en cuenta un inventario de atractivos turísticos para consolidar el producto.

Modelo Propuesto

El modelo propuesto en este estudio está basado en el modelo propuesto por Mincetur en el Manual para la planificación de atractivos Turísticos, Perú. Ver anexo 1.

4.3 Marco Referencial

4.3.1 Datos Generales del departamento de León

El departamento de León tiene una extensión territorial de 5,138.03 kilómetros cuadrados (lo que representa el 4.27% del territorio nacional) y una población mayor a los 374,000 habitantes. Está ubicado al occidente del país y políticamente está dividido en 10 municipios, los que a su vez se subdividen en comarcas. La cabecera departamental es la ciudad de León.

4.3.2 Turismo cultural en Nicaragua

En Nicaragua, el turismo cultural es el pionero seguido del turismo de sol y playa, como en casi todos los destinos, la cultura nicaragüense se destaca por su patrimonio, la variedad gastronómica, la literatura. Entre el legado heredado se encuentran los mitos y leyendas representados en la ciudad de León y Masaya. El turismo cultural permite que realizar actividades que se basen en los recursos culturales de las áreas utilizando recursos artísticos, históricos, culinarios, costumbres etc., dirigiendo al turista hacia la preservación y fomento de estos recursos. Así mismo estas actividades tienen fines de carácter intelectual o científico; se les debe de dar importancia, desde el punto de vista turístico a las bibliotecas, archivos, museos, sitios arqueológicos, reservas naturales que atraen a tantos turistas.

El patrimonio cultural es un positivo instrumento de desarrollo local y regional, esto ultimo desde el punto de vista socio- económico que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en los países de destinos turísticos, reflejados en una mejora de la educación, la creación de empleos y la

generación de empleos. Todo país debe velar por la protección de los bienes culturales ya que de ello depende el desarrollo del turismo y la afluencia de turistas.

4.3.3 Mitos y Leyendas de la ciudad de León

En el estudio de Mitos y Leyendas de la ciudad de León y Sutiaba, elaborado por Baltazar Gutiérrez plantea lo siguiente:

Mitos

Se considera mito a aquella narración que se sitúa fuera del espacio-tiempo real y que suele tener por protagonistas entes divinos o sobrenaturales, o grandes héroes que realizan gestas increíbles y cuya figura no ha existido en el mundo real. En general pretenden explicar conceptos abstractos cuyo origen es incierto, como el mundo, la vida, el amor o el odio. Su función principal es intentar dar sentido a las cosas, utilizando para ello semejanzas entre lo que no entendemos y elementos presentes en nuestra vida.

Ejemplo: 1) El mito del punche de oro. Nadie ha visto al punche de oro, por lo tanto, es sobrenatural.

Leyendas

Una leyenda, si bien es cierto, también es un relato en forma de narración que se transmite a través de las generaciones y que suele tener elementos sobrenaturales y ficticios, intenta por norma general dar una explicación de un hecho histórico concreto. Suelen basarse en hechos históricos reales, e incorporan elementos fantásticos que alteran, modifican o dan un sentido diferente a la historia. Su función se encuentra en hacer resaltar las características de un personaje o pueblo reales, no tratando tanto de dar un sentido a la realidad sino de fomentar valores sociales e ideologías concretas.

Ejemplo: 1) La leyenda del Cacique Adiac. Se conoce hasta nuestros días, gracias a la tradición oral de nuestro pueblo, que es un hecho basado en la realidad.

Recopilación de los mitos y leyendas de la ciudad de León (Gutiérrez,2020):

El Cadejo Negro y el Cadejo Blanco Prehispánico

Estando yo en la plaza que se dice Guazama (de la Provincia de los Maribios) que estaba encomendada a un hombre de bien, llamado Miguel Lucas, estaban allí un hidalgo llamado Luis Farfán, natural de Sevilla o de Carmona. y el canónigo Lorenzo Martín, natural de Jeridonte, que es cerca de Torrijos en el reino de Toledo nombro los testigos porque es acto o diabólico caso, y nuevo en esta materia- y acaeció martes en la noche de Carnestolendas a nueve días de febrero del año 1529, que un cacique llamado Galtonal, de la lengua de los Maribios o Desollados. vino a hablar y ver al dicho Luis Farfán, a quien estaba encomendado él y su gente; y había llegado aquel día u otro antes, y aquella noche le dijo que le diese un perro. porque había miedo de los texoxe y el Farfán díjole que una perra pariría presto y le daría un perro, que criase y tuviese consigo en su casa.

En fin, él no entendió al cacique ni el miedo que tenía, ni el cacique supo replicar; y lo que sucedió fue, que como no le dieron el perro, porque el Luis Farfán le dijo que no lo tenía, aquella misma noche el cacique tomó un niño suyo, de obra de seis meses, y quitolo de los brazos de su madre, y abrazado consigo y cubierto con una manta que el cacique tenía rodeada, echado el niño en sus brazos, se echó a dormir, y a su lado su mujer, y allí a la par de ellos otros cinco o seis indios suyos en torno.

Y estando así se durmieron todos y le fue tomado el niño de entre los brazos y se lo llevaron, y el padre y la madre y sus indios y otros de aquella casa se levantaron a buscarlo y no lo hallaron. Y como fue de día, el cacique dijo al dicho Farfán y a aquel padre canónigo, cómo los texoxes le habían llevado su hijo para comérselo. y llorando por él los padres y los indios suyos. Y preguntáronle que cómo sabía que eran texoxes los que se lo habían tomado y dijo que si, que texoxes eran; porque poco antes que él le pidiese el perro la noche pasada, los había visto, que eran dos animales grandes, el uno blanco y el otro negro. Y comenzó de nuevo a buscar todavía al niño, y halló el rastro de las pisadas de los animales, como de perros grandes; y desde a poco espacio, que serían

ya dos horas después de amanecido, y aún más temprano, halló ciertos cascos de la cabeza del niño bien roídos, obra de un tiro o dos de piedra de donde habían tomado al niño de los brazos de su padre, y alguna sangre por muchas partes allí en torno entre aquellas hierbas. Los cuales cascos y sangre del niño yo ví, y oí al cacique todo lo que es dicho, con muchas lágrimas que vertía de sus ojos; y en mi presencia, aquella mañana, y de los que es dicho, se averiguó lo que está dicho. Capitán Gonzalo Fernández de Oviedo Valdés

- **La Mona**

La Mona, también conocida como Mona Bruja, es un personaje que aparece en Sutiaba. Según esta leyenda, la mona eran brujas que, mediante oraciones indígenas ancestrales, se fragmentaba, para lo cual se desprende, de modo deliberado, partes de su cuerpo (los ojos, las piernas, un brazo o, incluso, los intestinos). De este modo, si se quiere acabar con una mona bruja, el mejor método es seguirla y observar donde realiza su transformación, robarle la parte del cuerpo de la que se desprendió ya que de este modo le será imposible volver a su forma original, y al amanecer, morirá. Esta transformación la hacían en medio de carcajadas escalofrantes, y alaridos espantosos que helaban la sangre de sus víctimas, dejándolos babosos o sin poder hablar para el resto de sus vidas.

El mito de la bruja que se transforma en mona recibe otros nombres, siendo el más frecuente el de Mona Bruja, popular en León y Sutiaba. En estos lugares son muy comunes las leyendas de brujas que se transforman en monas. Hace unos diez años sucedió en Sutiaba en el Colegio Modesto Armijo, un medio día que los alumnos de la tarde estaban en su recreo, pues unos niños se subieron a un palo que pegaba con el patio vecino de una señora que vivía sola en su casa, y los niños comenzaron a gritar arriba del palo, cuando llegaron los demás muchachos y profesores, lograron bajar a los niños que continuaban llorando una vez en el suelo, y diciendo que una vieja se estaba transformando en mona en el bajarete de la cocina de su casa, y luego la policía y los niños se fueron para sus casas y hasta allí llega la historia, que cuentan los niños. Hoy ya grandes, cuentan que la vieja decía: "Carne arriba, Carne abajo" y brincaba para

delante y para atrás, y vieron como se le caía la carne y su cuerpo iba tomando la forma de una mona gigante.

- **La Chancha Bruja**

Ya cerca de la persona, la envisten fuertemente; le dan trompadas y mordiscos en las piernas. Esta trata de correr y si no lo hace a tiempo, la chancha bruja la derriba al suelo y la golpea hasta hacerla perder el conocimiento. Al día siguiente la victima aparece molida y mordida, y sin un centavo en la bolsa. es que desde tiempos prehispánicos las mujeres tienen por costumbre de cambiar de forma humana a animal, en este caso a cerdo o como se dice en Sutiaba "chancha Bruja" algunas brujas ha comentado la manera de como logran semejante transformación, pues algunos lo relacionan con la flor de chilamate y con poderosas oraciones y hechizos malignos, el ritual dicen en dar tres saltos y vuelta hacia atrás y otros tantos hacia adelante, de esta manera expulsan el alma de sus cuerpo por la boca, la cual queda depositada en un pequeños huacal que siempre llevan en estas malignas y diabólicas oraciones. Ya habiendo llevado a cabo el ritual, las brujas que han logrado transformarse en chanchas muy grandes, fuertes y agresivas, generalmente de color negro, la gente cuenta que las chanchas se les ha visto correr por las calles a gran velocidad, gruñendo y con lodo podrido sobre estas, siempre mostrando su terrible agresividad; este animal o bruja ataca a la persona que desea dañar embistiéndola con su gran tamaño y veloz correr, al derribarla la empieza a morder y golpear hasta que pierden el conocimiento o bien le propicia la muerte. Cuentan aquí en Sutiaba que algunos pobladores ya la han herido y en algunos casos la han matado, pero cuando amanece se transforma en una persona muerta. Y el pueblo se da cuenta quien es la bruja que siembra el terror en el pueblo.

- **El Gritón**

Según la creencia de los Sutiaba, todo lo que hay en la selva tiene dueño y ese es el gritón, ellos aseguran que vive en estas cuevas, cerros y montes. Cuenta la leyenda prehispánica que cuando los indígenas cazaban o pescaban antes de entrar en el monte, Nuestros abuelos aconsejaban que cuando se iba de cacería, había que llevar un puñado

de tabaco y un guacal de chicha y dejarlo al pie de un tronco de árbol de jiñocuago ya que este árbol es considerado como al mismo dios Yopi, El dios que protege la vegetación, pues cambia de piel una vez al año en los meses de abril y mayo. Decían que el Gritón era un duende que el Dios Yopi le atribuye la misión de cuidar de plantas y animales es un espíritu que ahuyentaba a los animales y nadie podía cazar, pero si le ofrendabas tabaco y chicha te dejaba cazar con tranquilidad, pues gusta mucho mascar tabaco y beber chicha. Con eso te dejaba entrar a la selva. Y te iba guiando con gritos hacia donde se encontraba su presa. Pues dicen que de lo contrario la cacería puede ser un fracaso.

- **La Cegua**

Según la leyenda, de la Cegua que aparecía en el tope de Pavón que se aparecía de noche a los hombres que viajan solos, generalmente borrachos y mujeriegos. Es descrita como una mujer desnuda con rostro ovalado, pues tenía una máscara de jícaro con dos colmillos de chanco que le salían por la boca, ojos negros y grandes y tenía una enorme y negra cabellera de cabuya, con labios rojos como sangre, con una voz divina, y de cuerpo con curvas pronunciadas, esbelto y tentadora.

El hombre, escuchaba un silbido y al voltear la cabeza para contemplar la silueta desnuda de la mujer se regresa hacia donde estaba ella, pero cuando la ve de cerca queda petrificado sin poder moverse y queriendo gritar, pero solo saca pequeños quejidos, la Cegua procede a desnudarlo, y a jugar, chupando su miembro viril. Amanece y el hombre queda tirado desnudo en el suelo, con una gran temperatura. Cuentan que un señor llamado Julio Paco que vivía del tope de las Morales media cuadra arriba, decidió un día atrapar a dicha Cegua, pues ya eran muchos jóvenes y hombres que había dejado desnudos en plena vía pública. Ese día don Julio salió muy de mañana a misa, su mujer le pregunto que para donde iba y él le dijo que, a misa, y ese milagro le dijo su mujer, y acto seguido le cerró la puerta.

Al día siguiente la gente corría rumbo al tope de Pavón, y la mujer llamo a su marido para decirle que lo que estaba pasando en la calle, pero no lo encontró, y decidió ir a ver,

y al llegar al punto, miro una multitud que le dio a pensar, que quizás había un muerto tirado en la calle, u otro hombre dejado desnudo por la Cegua, pero al hacerse campo y entrar en la multitud, cuál fue su susto al ver a su marido de pie y una mujer desnuda en cuclillas recogiendo granos de mostazas benditos y cuando se lo echaba en la palma de la mano estos brincaban y caían al suelo, y ella los volvía a recoger y a echárselos en la palma de la mano. La luz del día llego; y don Julio Paco le quito la máscara, y cuál fue el susto de la gente al ver el rostro de la Mina Coneja una mujer casada cuyo marido la había dejado con una charpa de chavalos. Tenía su casa cerca del rio limón.

La guardia llego, pero ya la Cegua estaba cubierta con una sábana, que una de los vecinos se la había dado, dicen que la tuvieron en la cárcel, la 21 por una semana, y que luego la dejaron libre, pero al cumplir un mes murió de pena moral.

- **Leyenda de Adiac**

Después de establecerse en «YOCOCOYAGUA» los leoneses que huyeron de la terrible erupción del volcán MOMOTOMBO, los Sutiaba no vieron con buenos ojos la presencia de tantos soldados españoles en su vecindad tan cercana, y mantenían una actitud de constante recelo por temor a ser invadidos y sometidos en cualquier momento por los rubios invasores llegados de ultra mar. En el poco tiempo de estar establecidos, comenzó poco a poco la relación de ambos pueblos y tanto los unos como los otros, sin darse cuenta se fueron fusionando como lógicamente tenía que suceder con el correr de los años.

Existía en la tribu la Princesa cuyo nombre era Xochitl Acatl (cuya tradición al castellano, significaba: Flor de Caña),hija única del Cacique Adiac sin la t final, a como es ahora escrito, indígena de extraordinaria belleza natural, de ojos negros penetrantes y color moreno, posiblemente de 20 años de edad en ese entonces, además de esos atributos naturales, era una experta en el manejo de la flecha y el venablo, enseñada por su padre desde muy niña al manejo de tales instrumentos de guerra, y cuando el pueblo realizaba algunas actividades deportivas, Xochitl siempre se lucía por la destreza que le era

característica como buena indígena sutiabeña, lo que facilitó que fuera conocida por los españoles que además de admirarla por su belleza, también lo era por su destreza.

Fue así que un día de tantos, el Capitán español José Alberto Guardia y Espinal, joven soldado atractivo y también un experto en el manejo del sable y el arcabuz (escopeta antigua), se encantó con la presencia de la hermosa morena nativa, admirando sus cualidades y belleza; al poco tiempo el gallardo soldado sintió una irresistible atracción por Xochitl Acatl, declarándole su amor, que en poco tiempo le fue correspondido, naciendo entre ellos (nativa y español) un idilio de amor. Tal relación llegó a conocimiento del Gobernador, Capitán General Don Alonso Lara de Córdoba (1608) y por el entonces era Obispo de León Don Pedro de Villareal, quienes por el acercamiento al capitán Guardia y Espinal, le recomendaron tratara con esmero y respeto dicha relación que podía no ser vista muy bien por los indígenas y especialmente por el padre de la joven el Cacique ADIAC. Los indígenas trataban de mantener poca relación con los españoles que indirecta y directamente estaban comenzando a controlar la vida de los nuevos leoneses y los Sutiaba, tratando de incorporarlos a sus actividades diarias y a como estaba previsto, el gran Jefe Indígena Adiac no vio con buenos ojos la relación amorosa de su hija, ya que en nada favorecía a su valiente pueblo, y después de exponérselo a Xochitl, quien sacrificando el amor que sentía por el joven español, acató sin reclamos la decisión de su padre, pensando que ambas razas no podrían fusionarse por ser de mundos y costumbres diferentes.

Existía en la tribu un joven guerrero Sutiaba de nombre Cuegueitzcuintli que significaba (perro viejo) que era un Tapalique importante Indígena de mucha preponderancia dentro de los indígenas, quien desde hacía mucho tiempo pretendía el amor de Xochitl, y al enterarse de la relación amorosa de su pretendida, expuso a sus leales guerreros sobre el peligro que representaba para el pueblo Indígena de Sutiaba dicha relación, ya que de esa forma perderían poco a poco a sus mujeres, sus tierras y sus bienes, lo hizo con la intención de que Adiac se enterara y tomara fuertes decisiones. Efectivamente el cuento llegó a oídos del gran Cacique quien inmediatamente convocó a sus notables para

estudiar la situación, reuniéndose con ellos en lo más alto del Ehecatl Tepetl (Cerro de los Vientos) que estaba ubicado en las cercanías del Cacicazgo en dirección al Océano Pacífico. Mientras eso sucedía, otro guerrero del grupo de (Perro Viejo), llamado Cobal Mizquitl (Culebra de la muerte), informó secretamente al Gobernador sobre las intenciones de los indios Sutiaba y hasta le indicó el lugar donde ellos se reunían para preparar el ataque al destacamento español, y hasta se ofreció como guía para poder conducirlos al (Cerro de los Vientos).

El Gobernador dio crédito a la denuncia del traidor indígena y dictó sus instrucciones para caerles por la tarde del mismo día, y ordenó la encabezara el Capitán Guardia y Espinal, quien cumpliendo tales ordenes, invadió el Cacicazgo, arrasándolo y capturando a los principales jefes indígenas procediendo a incendiar sus caseríos, logrando por gracias de Dios huir muchos de ellos hacia las montañas aledañas, llevando consigo a sus mujeres e hijos, buscando el refugio de la floresta por ellos conocida. Adiac cogido por sorpresa junto con sus jefes guerreros, fue conducido a la plaza del pueblo (la que aún existe), juzgado sumariamente y condenado a morir ahorcado en las ramas de un robusto árbol de Tamarindo, donde fue colgado en presencia de su pueblo que lloraba la muerte de su querido Cacique sin poder hacer nada para salvarlo, hecho ocurrido un día 25 de abril de 1614 fecha que aún perdura en el corazón de los Sutiaba leoneses. Xochitl Acal, profundamente consternada por la brutal ejecución de su padre y temblando como una fiera herida, se abrió paso entre las filas de españoles hasta llegar a enfrentarse al asesino de su padre el Capitán Guardia y Espinal, increpándole le dijo: ASESINO, INCENDIARIO, LADRÓN DE MI HONRA Y LÁTIGO DE MI PUEBLO , YO TE MALDIGO PARA SIEMPRE, y rápidamente arrebatándole un venablo agudo a uno de los soldados españoles le atravesó el corazón al Capitán Guardia y Espinal cayendo este muerto en el acto, los soldados españoles trataron de agarrarla pero ella con la rapidez de una gacela, se les escapo saltando los obstáculos y corriendo velozmente hacia una laguna (Laguna que podría ser la de Las Gallinas, pero no identificada hasta este momento, podría ser un río) que estaba ubicada al fondo del poblado, se lanzó de cabeza, perdiéndose en sus profundidades sin ser rescatada.

- **El Mito del Punche de Oro**

Dice la leyenda que después de la muerte del Cacique Adiac, comenzó a salir su tótem en forma de punche, aparece tres veces al año, en abril o mayo, en Julio y agosto. Hace su recorrido, saliendo del Cerro de Oro, Ehecatl Tepetl (Cerro de los Vientos) en el cual Adiac fue capturado por los españoles; sigue hacia las Ruinas de Veracruz, prosiguiendo su pasaje hacia la casa del Cacique Adiac, en donde está ubicada la Casa Cural.

Y termina su camino en el montículo en el que los Sutiaba adoraban al Dios Sol y al Dios Jaguar, en donde se encuentra actualmente la Iglesia de Sutiaba. y al poco rato de haberse metido en la iglesia de Sutiaba, se escuchan a lo lejos unos lamentos desgarradores de mujer, afirman los que lo han escuchado, que es Xochitl Acatl, llorando inconsolablemente por su padre ahorcado en el tamarindón y el asesino, su amado Capitán José Alberto Guardia y Espinal de cuyo destino final no dice nada la historia.

Son muchas las personas que aseguran haber visto al Punche de Oro resplandeciendo como el sol, haciendo su recorrido de centinela para resguardar la cultura de sus ancestros.

Cuentan los lugareños, que todos aquellos que han tratado de agarrarlo, motivados por la misma codicia que tenían los españoles por el oro, han quedado paralizados y luego se desmayan, pasando hasta tres días con temperatura y sin poder hablar.

- **La Leyenda de la Peña del Tigre**

Esta leyenda es de los tiempos de la colonia española. Se trata de dos peñas que son impactadas por las aguas del mar en las costas de Poneloya.

Esta leyenda que dio origen al nombre de la peña, como "del Tigre" surgió en tiempos de la colonia, según cuenta, Gustavo A. Prado en su libro "Leyendas coloniales".

Señala Prado que el gobernador Tomás Duque de Estrada tenía una hija a quien le quería imponer que se casara con un sujeto que él había escogido, pero la joven no cumplió la orden de su padre y se fugó con el hombre que ella quería.

Es así —cuenta Prado— que la hija del gobernador huyó con su novio en dirección a la costa de Poneloya, que en aquellos tiempos era bosques y playa, yéndose a refugiar a una peña donde fueron devorados por un tigre.

Cuando los soldados enviados en su persecución por el gobernador encontraron a la joven y a su amado, solo hallaron los huesos, pues fueron devorados por un tigre. Y de esta manera, la gente comenzó a llamar aquel lugar donde murió la pareja de enamorados la "Peña del Tigre".

El Padre Sin Cabeza

Eran aquellos tiempos cuando no había luz eléctrica. Tiempos de oro y de alegrías en que las aguas corrían libres en las calles, de León. y todavía no habían llegado los adoquines, nuestros abuelos vivían a su modo, pobre y humildemente, pero siempre contentos y alegres. Era la madrugada oscura y fría. Ya iba a aclarar y las tres mujeres caminaban por la calle norte de la iglesia del Laborío, cada una llevaba su pana en la cabeza cargando su mercadería que llevaba a vender al mercado central de León, cuando vieron desprenderse una sombra en uno de los aleros de las antiguas casas coloniales, una de ellas dijo miran ese hombre que viene allí, si contestaron las otras con un tono de miedo. No le apartemos la vista nunca, les dijo a las otras. Se detuvieron y una de ellas gritó aterrada ¡miren! se tiró a media calle, y no tiene cabeza, la sangre de cristo nos acompañe y tiraron las panas de sus mercancías, y salieron corriendo calle abajo, entre ladridos de perros, como almas en pena.

Desde ese tiempo nadie le gustaba pasar por allí de noche, hasta que una mujer que vivía en esa calle, y tenía de mal apodo la Zompopa, pues esta mujer tenía varios queridos, razón por la cual una de las vecinas que no la quería por su modo de vivir salió peleando después de misa, y en mera vía publica la trato de prostituta y de mujer de vida liviana, la Zompopa arrecha le grito que sí, que ella tenía varios queridos, y que hasta las hojas de los palos lo sabían, pero vos te la das de santa, y vivís con el cura de la iglesia, hay sala todas las madrugadas cubriéndose la cabeza con la sotana para que no lo miren, hasta ha corrido a las pobres indias que pasan a vender al mercado. Ya no pasan

por aquí, pues dicen que si pasan por aquí les sale el padre sin cabeza jajajaja padre sin cabeza, no jodas tu querido es, el tal padrecito. Pronto cundió la noticia del pleito y de lo que le grito la zompopa a la otra mujer, que en verdad era un cura sin cabeza, pues la perdió por una hermosa joven de proporciones muy buenas. Han pasado muchos años y el suceso apenas si se recuerda. Y la leyenda del aparecido sigue siendo como una lección de moral, pero nadie escarmienta en cabeza ajena.

Otros atractivos turísticos relacionados a los mitos y leyendas en la ciudad de León

- **Carnaval de mitos y leyendas**

El carnaval de mitos y leyendas de la ciudad de León nace por iniciativa de varios artistas leoneses para rescatar nuestros valores culturales, y contrarrestando, la culturización de Halloween, que no es de nuestra cultura, sino que es de otros países extranjeros, como Estados Unidos y Europa.

Cuando comienza el carnaval fueron pocas personas las involucradas, se empezó en tres categorías: carrozas, comparsas y personajes leoneses. En estos últimos años la expectativa ya ha evolucionado en la participación dentro del carnaval así como el público espectador, también ha pasado de carnaval local, como carnaval departamental y en espera de ser nombrado carnaval nacional. Todo esto no sería posible sin el apoyo incondicional de la Alcaldía Municipal de León (AML), INTUR, Juventud Sandinista, el movimiento cultural Leonel Rugama y los portadores de la tradición de gigantones, toros huacos y siempre artistas creativos que han venido desarrollando con sus ideas este carnaval. Incluye el apoyo del gobierno central, por los compañeros Daniel Ortega, Rosario Murillo y el Instituto Nicaragüense de Cultura.

El carnaval recorre las calles céntricas de la ciudad de León; en la tradición oral de nuestros ancestros se decía que las principales calles que tenían como escenario el recorrido mitos y leyendas, eran: en la calle real salían los cadejos y Coronal Joaquín

Arrechavala. En el Laborío salía el padre sin cabeza que también salía en el sector de la española (tope de los morales). Cuenta la historia que en el cerro de oro salen los duendes y el punche de oro sale en las Ruinas de Veracruz cruza la calle hasta llegar a la Iglesia de Sutiava (ida y vuelta).

La carreta Nagua salía en las principales calles de Sutiava, El Calvario, El Laborío, Zaragoza y otros sectores de la ciudad. Se dice que por las noches salían mujeres muy bonitas vestidas de negro, y que encontraban a los borrachos se los llevaban a los ríos y cementerios y se transformaban en mujeres muy horribles y cuando los hombres miraban realmente como eran salían despavoridos se desmallaban y les daba calentura. En el sector de Sutiava también salía la chancha bruja y la mona. Oficina de Cultura, Alcaldía Municipal de León (AML), 2020

- **Homenajeado en el Carnaval de Mitos, Leyendas, Tradiciones y Personajes Leoneses, período 2003- 2019**

- 2003: Olga Maradiaga
- 2004: Manuel Noguera
- 2005: Carmen Toruño (Q.E.P.D.)
- 2006: María Manuela Sacasa de Prego
- 2007: Ignacio Guillermo Ramos Zapata
- 2008: Luis Aragón Pastora
- 2009: Nieves José Pravia
- 2010: Francisco Hernández
- 2011 y 2012: Dos (2) años no se realizó por falta de presupuesto
- 2013: Fernando Núñez
- 2014: unificado con el carnaval Alegría por la vida
- 2015: Anita Maradiaga (Q.E.P.D.)

- 2016: Centenario del príncipe de las letras castellanas "Rubén Darío"
- 2017: Leónidas Cosme Trujillo Róbleto
- 2018: Teresita Alonso Jirón
- 2019: Ernesto Lanzas Traña

Fuente: Alcaldía Municipal de León, departamento de Cultura

- **Museo de Mitos y Leyendas**

Carmen Toruño creadora y fundadora del museo de Mitos y Leyendas de la ciudad de León relata: "a finales de 1992 concebí una idea de hacer un museo de tradiciones y leyendas por espacio de 15 años había colaborado en mantener viva algunas de nuestras tradiciones más queridas: La gigantona, el toro guaco, la yegüita, el enano cabezón después todo esto me fue introduciendo en el campo del quehacer cultural. El primer paso que di fue buscar información la obtuve a través de dos fuentes: bibliografías y mediante el testimonio de ancianos y otras personas que establecieron alguna relación, en algún momento de su vida, con los distintos personajes que componen nuestras tradiciones y leyendas".

El 13 de marzo de 1993 se realizó en acto de inauguración del museo de tradiciones de mitos y leyendas "General Joaquín de Arrechavala". Según doña Carmen Toruño: "En 1996 viendo la gran acogida que desde sus inicios tuvo el museo debido también al aumento en número de personales (mi casa que es grande resultaba chica) decidí plantar a los organismos correspondientes un proyecto para trasladar el museo a un lugar más amplio, alojándose en el segundo piso de la Alcaldía municipal de León".

Desde el 31 de octubre del año 2000 hasta la fecha el museo ocupa el edificio de lo que fue un viejo cuartel y cárcel somocista construido en 1921, de ahí que es llamado la XXI, localizado frente a la iglesia de San Sebastián, León. En la actualidad el museo cuenta con cinco salas, cuatro de ellas dedicadas a las leyendas y tradiciones de León y algunas regiones de Nicaragua, personajes importantes de nuestra historia y cultura. En las

paredes pueden observarse diferentes formas de torturas practicadas por la guardia de Somoza y fotografías de la fachada original de la antigua cárcel. En la entrada se encuentra la tanqueta Aracely y mosaico de los mitos, tradiciones y leyendas de León.

El costo de las entradas es:

Extranjeros: Adultos:C\$50, Niños:C\$20

Nicaragüenses: Adultos:C\$20C, Niños: C\$10, Estudiantes con carnet: C\$15

Impacto que ha causado el museo:

El museo ha tenido una gran aceptación por parte de visitantes nacionales y extranjeros, por ser el primero de su tipo en la nación. Uno de sus logros más importantes es que ha despertado un enorme interés por conocer los mitos y leyendas de nuestros antepasados, sobre todo en la juventud estudiosa que visita el museo y que utiliza la información recabada para hacer tareas escolares y en algunos casos sus monografías.

(Alcaldía Municipal de León, departamento de Cultura).

CAPÍTULO V. DISEÑO METODOLÓGICO

Este estudio Diseño de un Producto Turístico Cultural para la ciudad de León, Nicaragua denominado "Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León", estará basado según "La comprensión holística de investigación" de la autora Jaqueline Hurtado de Barrera, siguiendo el orden de la estructura de protocolo de investigación de monografía UNAN-León, Nicaragua, cada uno de los campos que incluye el diseño metodológico se aplican conforme a esta teoría.

5.1 Tipo de estudio

El estudio es proyectivo (Hurtado, 2012), dado que este tipo de investigación propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio, mas no necesariamente ejecutar la propuesta; en este sentido se pretende diseñar un producto turístico aprovechando algunos elementos del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de León, para esto se investigará, se describirá y se propondrá el diseño de dicho producto con cada una de las etapas que le integran. Además, que se analizan las opiniones de quiénes beneficiará esta propuesta, estos son: la población, empresarios turísticos, instituciones locales relacionadas con el turismo y la cultura, turistas nacionales y extranjeros.

5.2 Nivel de estudio

Descriptivo porque se hará referencia de las características del área de estudio y se explicarán cada una de las etapas del producto turístico que se impliquen en la propuesta.

5.3 Diseño de investigación

No experimental de corte transversal, porque será un estudio que se realizará en un sólo momento del tiempo; se retomará los mitos y las leyendas como insumos principales para la elaboración del producto turístico.

5.4 Área de estudio

Zona patrimonial de la ciudad de León.

5.5 Población de estudio

Población 1: 170,327 habitantes de la zona urbana del municipio de León, según datos de INIDE 2017.

Población 2: 1428 turistas que visitaron la ciudad de León entre los meses de enero a octubre 2019, datos obtenidos de la OIT (Oficina de Información Turística)

5.6 Muestra

Para determinar esta cantidad se aplicará la siguiente fórmula estadística de Fisher y Navarro:

Muestra 1: Para el caso de la población local, se realiza la misma operación estadística, que corresponde a los siguientes datos:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Dónde:	Con valores de:
n= Número de muestra	¿?
Z= Nivel de confianza	1.96
p= Probabilidad de éxito	0.5
q= Probabilidad de fracaso	0.5
N= Población	170,327
E= Error permisible	0.09

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 170,327}{170,326 \times (0.09)^2 + (1,96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25 \times 170,327}{170,326 \times 0,0081 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{163,582.0508}{1,379.6406 + 0.9604}$$

$$n = 118.4860$$

n=119 habitantes

Se encuestarán a 119 habitantes que se encuentren en la ciudad de León al momento del estudio en el mes de septiembre del año 2020.

Muestra 2: turistas nacionales y extranjeros

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Dónde:	Con valores de:
n= Número de muestra	¿?
Z= Nivel de confianza	1.96
p= Probabilidad de éxito	0.5
q= Probabilidad de fracaso	0.5
N= Población	1428
E= Error permisible	0.09

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1428}{1427 \times (0.09)^2 + (1,96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25 \times 1428}{1427 \times 0,0081 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{1371.4512}{9.1328 + 0.9604}$$

$$n = 109.5487$$

n=110 turistas

Se encuestarán a 110 turistas nacionales y extranjeros que se encuentren en la ciudad de León al momento del estudio en el mes de septiembre del año 2020.

5.6.1 Criterios de inclusión:

Para esta investigación será de mucha importancia tomar en cuenta a todas las personas involucradas, estos son los habitantes de la ciudad de León, los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de León atraídos por la riqueza cultural de la ciudad, representantes de las instituciones públicas y empresas prestadoras de servicios turísticos.

Dentro de los criterios de inclusión que ayudarán a delimitar la población elegible tenemos los siguientes:

- Habitantes de la ciudad de León que visiten el parque central y su entorno, que estén dispuestos a participar en la aplicación de la encuesta y en un rango de edad desde los 18 años en adelante.
- Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de León en el periodo comprendido de noviembre a diciembre del corriente año, con disposición a participar de la aplicación de la encuesta y con un rango de edad desde los 18 años en adelante.

5.6.2 Fuente de información

Primarias: se obtuvo información a través de entrevistas personales para conocer los argumentos de funcionarios municipales que ejecutaron el proyecto del parque Fray Antonio de Valdivieso. Asimismo, se tienen datos de primera mano a través de las encuestas aplicadas a turistas y población local.

Secundarias, se tomó información de libros de aprovechamiento cultural y conservación de parques urbanos, así como apuntes de investigación de métodos utilizados para la

remodelación de parques culturales, fragmentos de estudios de patrimonio cultural y conferencias generales sobre la cultura.

5.7 Instrumento de recolección de datos

Encuestas con preguntas categorizadas y de estimación de selección múltiple, donde el encuestado podrá escoger una de varias opciones.

5.7.1 Procedimiento de recolección de datos

Se aplicó encuesta a pobladores de la ciudad de León y turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de León en sitios públicos.

5.7.2 Plan de análisis

Para las encuestas se seleccionó las respuestas con mayor porcentaje de repetición. Se usó el programa SPSS 22 para el análisis de las encuestas relacionándolas con las preguntas de investigación dando respuesta a estas. Los datos se tabularon y presentaron en tablas y gráficos de distribución de frecuencias.

5.8 Operacionalización de variables

Para identificar los aspectos perceptibles de este tema que hacen posible dar cuenta de la presencia o intensidad de este, será de mucha ayuda una tabla de Operacionalización que agrupa las dimensiones y el indicador de las variables, esta servirá como guía en las preguntas de las encuestas.

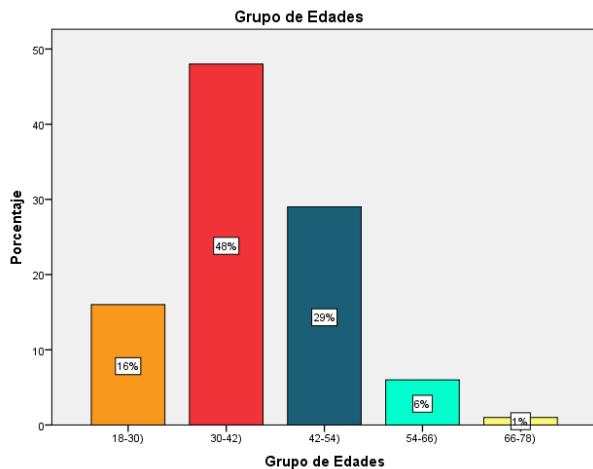
Evento	Definición	Sinergias	Indicios	Instrumento
Características Socio - Demográficas	Información que permite identificar a pobladores, turistas nacionales y extranjeros de la ciudad de León.	Nacionalidad	País	Encuesta
		Sexo	Masculino / Femenino	
		Edad	Años Cumplidos	
		Barrio	Sector de la ciudad en que habita	
Evento	Definición	Sinergias	Indicios	Instrumento
Cultura	Conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social.	Valores	Tradiciones	Encuesta
			Costumbres	
			Creencias	
		Cultura material	Monumentos	
			Arquitectura	
			Arte (Pintura, escultura)	
		Aspectos cognitivos	Técnicas artesanales	
			Gastronomía	
			Normas	
		Cultura inmaterial	Idioma	
Música (Arte de espectáculos)				
Historia				
Evento	Definición	Sinergias	Indicios	Instrumento
Parque	Referencia física, cultural, social y económica también son orientación, hitos, nodos, pasado, presente y futuro.	Arquitectura	Viabilidad	Encuesta
			Equipamiento	
			Mobiliario público	
		Función	Recreativo	
			Estético	
			Educativo	

5.9 Consideraciones éticas

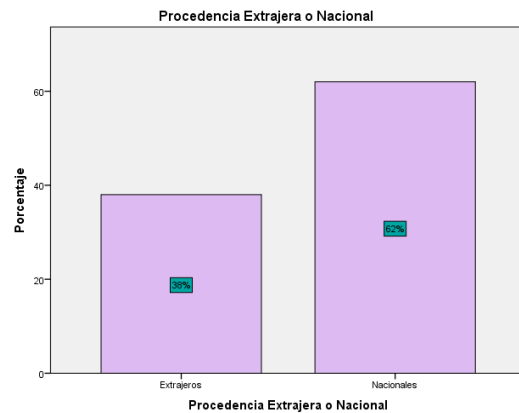
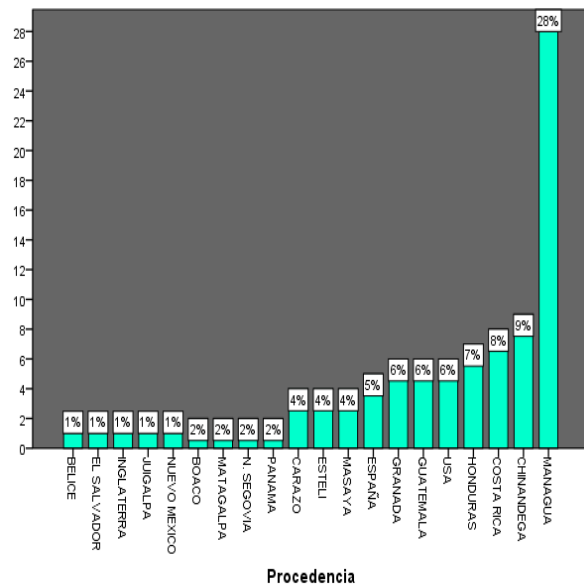
- Validez científica
- Selección justa de seres humanos o sujetos.
- Proporción favorable de riesgo/beneficio.
- Consentimiento informado.
- Respeto para los seres humanos participantes.

CAPITULO VI. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

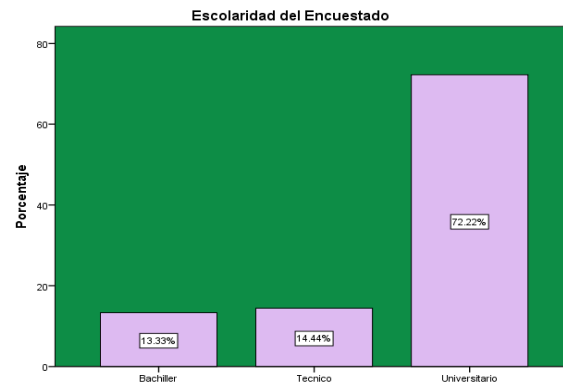
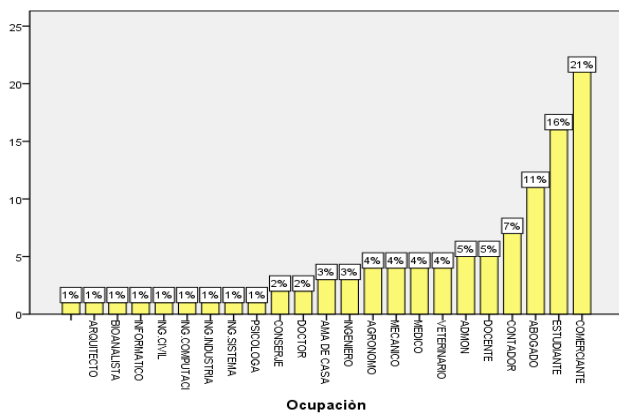
6.1 Encuestas a turistas nacionales y extranjeros



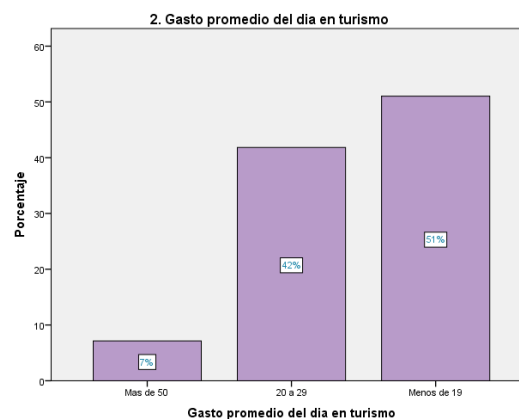
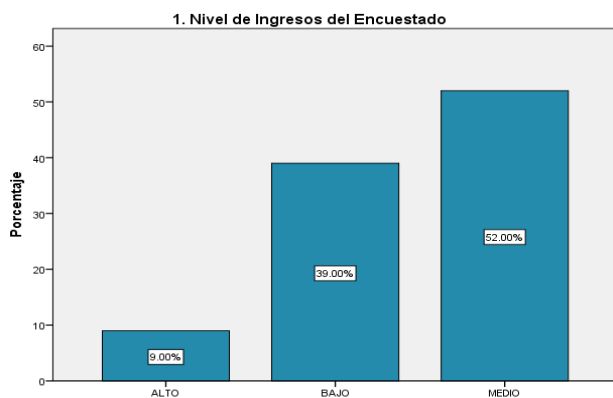
Como se observa en esta gráfica el 48% son adultos de 30 a 42 años, seguido de un 29% de personas más adultas con un rango de 42 a 54 años y posteriormente un 16% de jóvenes de 18 a 30 años de las personas encuestadas para este estudio.



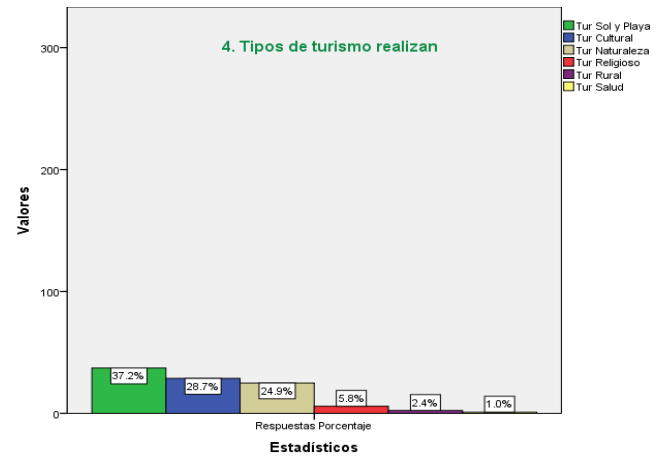
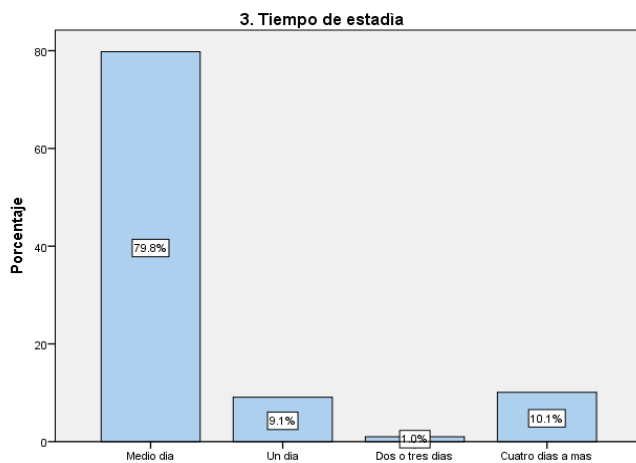
Un 28% de personas proceden de Managua, capital de Nicaragua, seguido de Chinandega (9%). En cuanto a nacionalidad el 62% son nacionales y el 38% extranjeros.



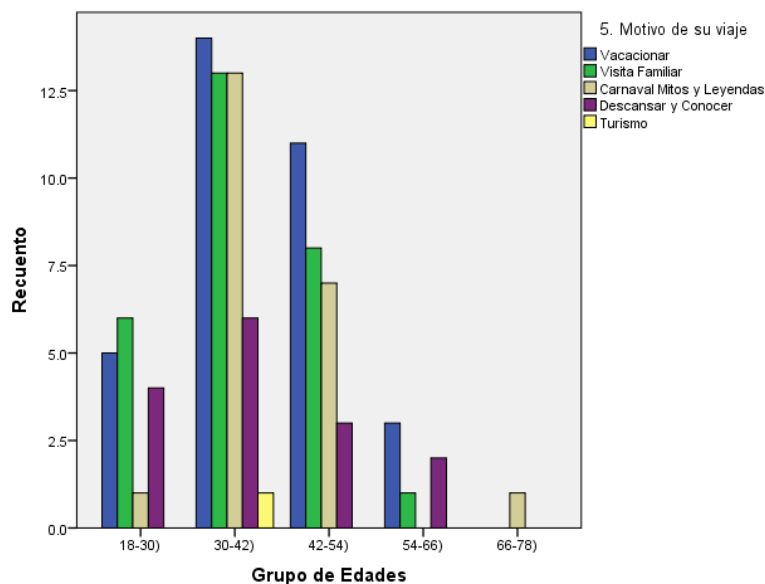
En cuanto a ocupación el 21% de los encuestados dicen ser comerciantes, seguido de estudiantes (16%), en escolaridad el 72% con nivel universitario, técnicos 14% y bachilleres 13%.



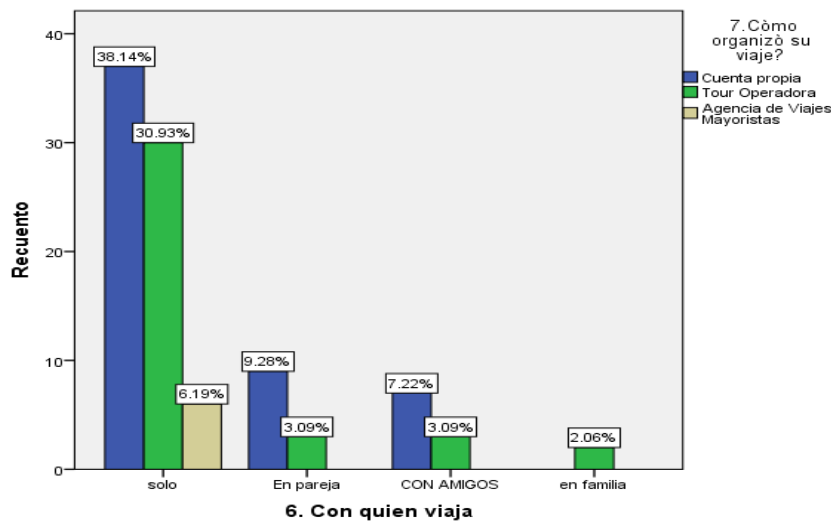
El 52% de turistas tienen un nivel de ingreso medio 52%, seguido de un nivel mas bajo con 39% y por último un nivel mas alto con 9%. En cuanto a gastos por día a la hora de hacer turismo, el 51% gasta menos de \$19 (dólares) y un 42% entre \$20 a \$29 y sólo un 7% gasta más de \$50.



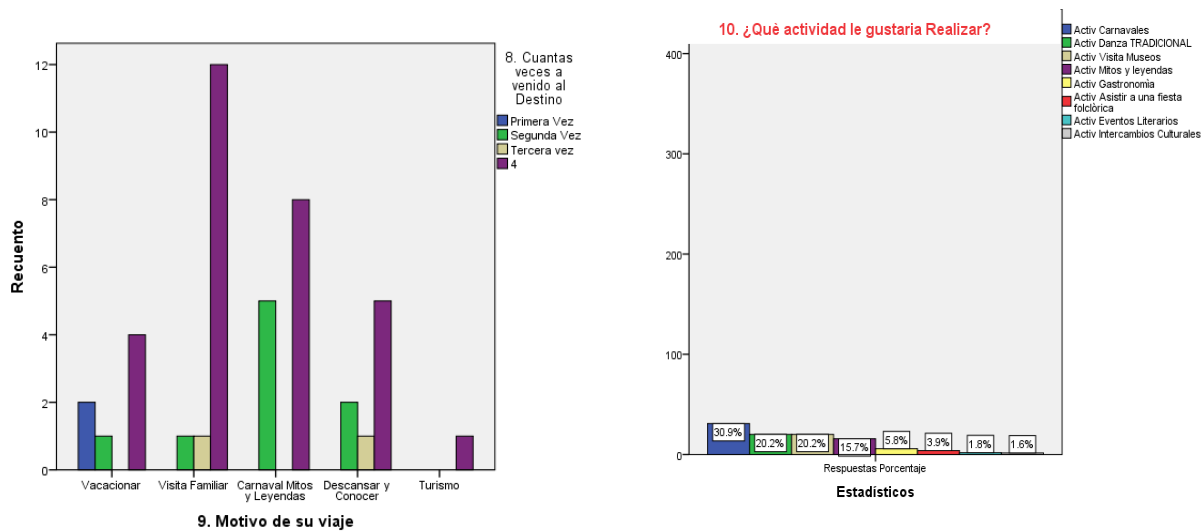
El 79% llega a la ciudad de León solo por medio día, el 10% pernocta de 4 a más días, el 9% un día. El tipo de turismo que realizan es el turismo de sol y playa con un 37%, seguido de turismo de cultura con 28%.



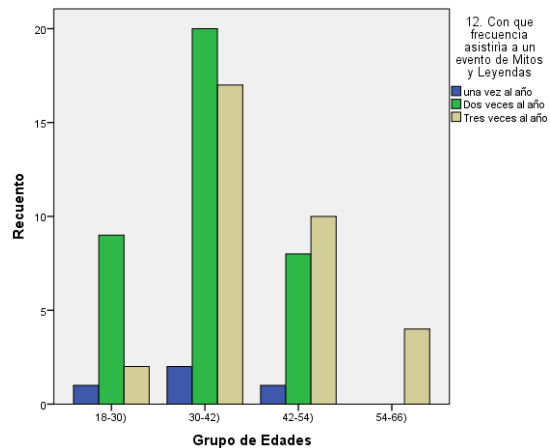
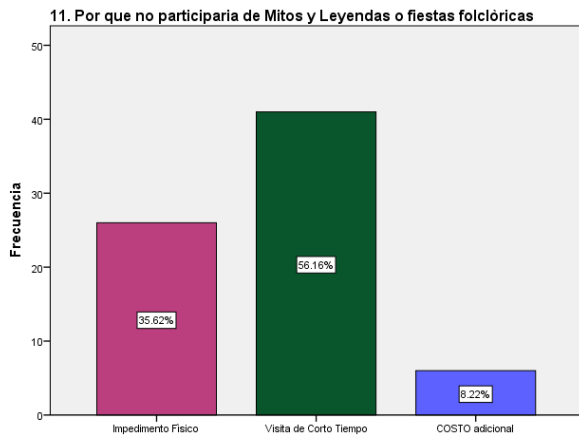
En cuanto a motivo de viaje la mayoría de los encuestados son personas adultas con edades de 30 a 42 años que visitan a familiares y aprovechan el turismo cultural y participan en el carnaval de mitos y leyendas, hacen turismo, descansan y conocen.



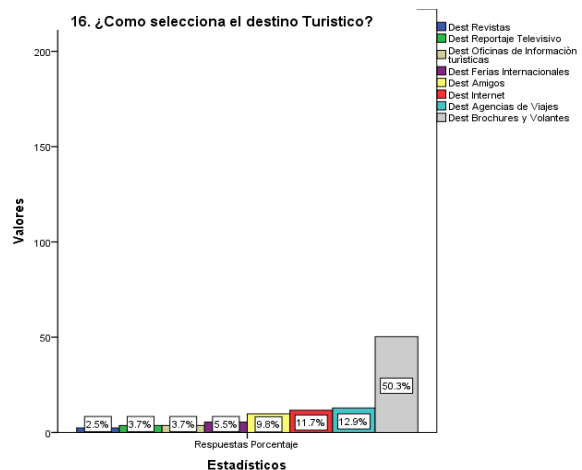
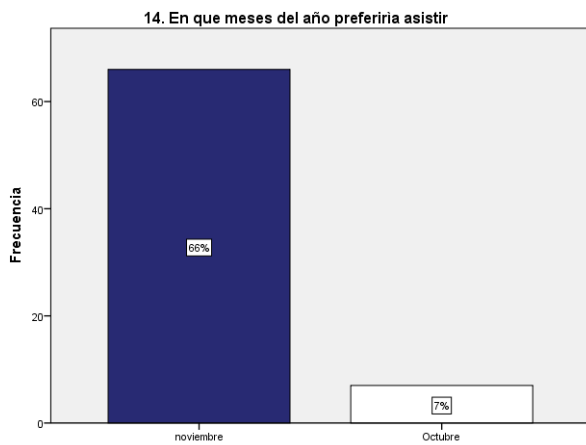
El 38% de los encuestado viajan solos, seguido de las que viajan en parejas y con amigos. El 38% viaja por cuenta propia y el 30% lo hace con tour operadoras.



La mayoría de los encuestados visitan la ciudad de León por primera vez por motivos familiares, seguido de personas que visitan por segunda vez por motivos culturales como es el carnaval de mitos y leyendas. Entre las actividades que les gustaría realizar están las actividades carnavales con un 30% seguido de actividades de danzan tradicionales y visitas a los museos, estas últimas actividades ambas representadas por un 20%, y un 15% las actividades de mitos y Leyendas.

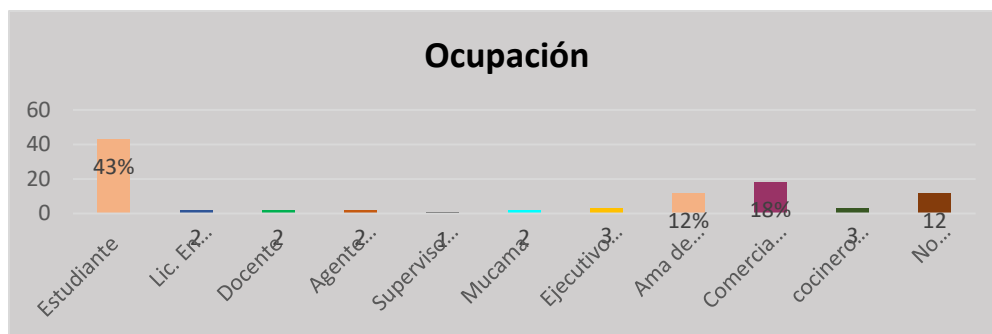
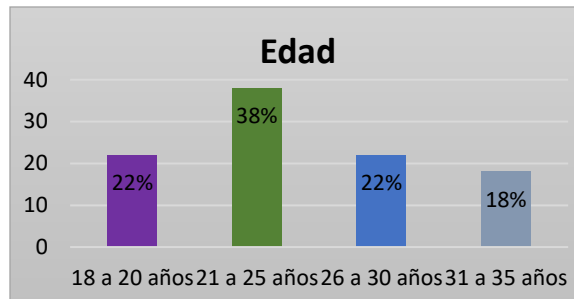
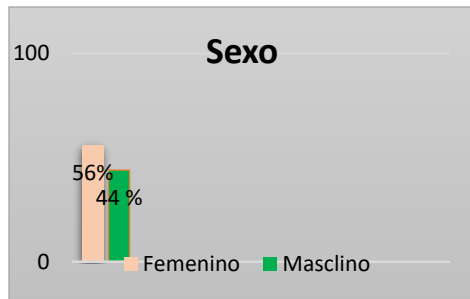


las personas que no marcaron mitos y leyendas el 56% opina que es por motivos de visita de corto tiempo, seguido de impedimento físico con un 35%. Las personas que, si marcaron los eventos de Mitos y Leyendas, les gustaría realizar estas actividades unas dos veces al año, seguido de las personas que opinan que una vez al año.



El 66% de los encuestado prefieren asistir en el mes de noviembre para las actividades de Mitos y Leyendas. Para seleccionar un destino turístico mediante la publicidad, reaccionan mas a los brochures y volantes con el 50% de las personas, seguido de agencias de viajes (12%) e internet con un 11%.

6.2 Encuesta a pobladores de la ciudad de León

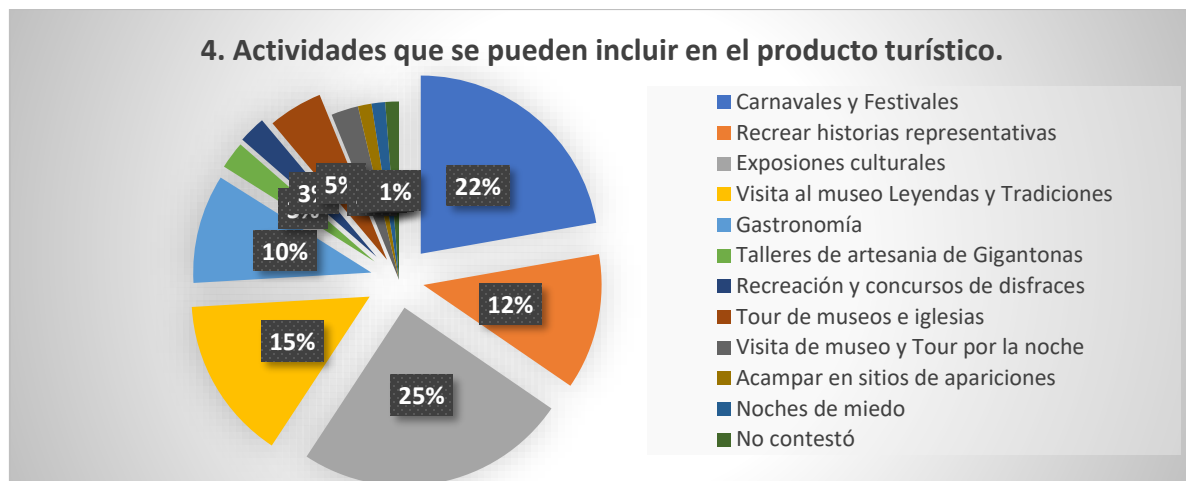


Como se observa en este par de graficas el 56% de los encuestados son mujeres y el 44 son hombres, donde el 38% entre las edades de 21 a 25 años seguido con dos rangos de edades de 18 a 20 años y de 26 a 30 años ambos con un 22% cada uno de 100 personas encuestadas. En cuanto a ocupación, el 43% son estudiantes, un 18% son comerciantes, amas de casa con un 12%, y el resto de encuestados son trabajadores de distintos cargos como docentes, cocineros, mucamas, entre otros.

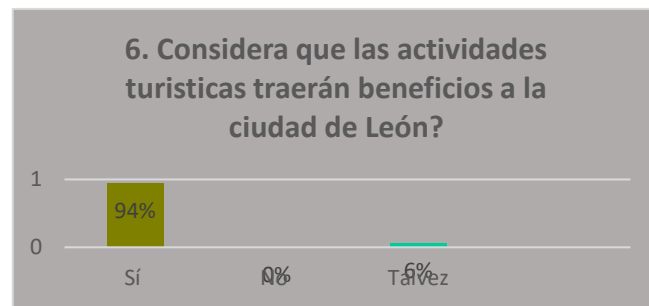
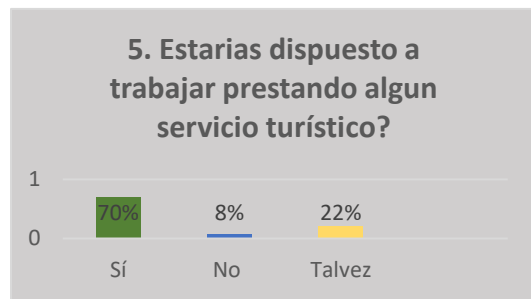




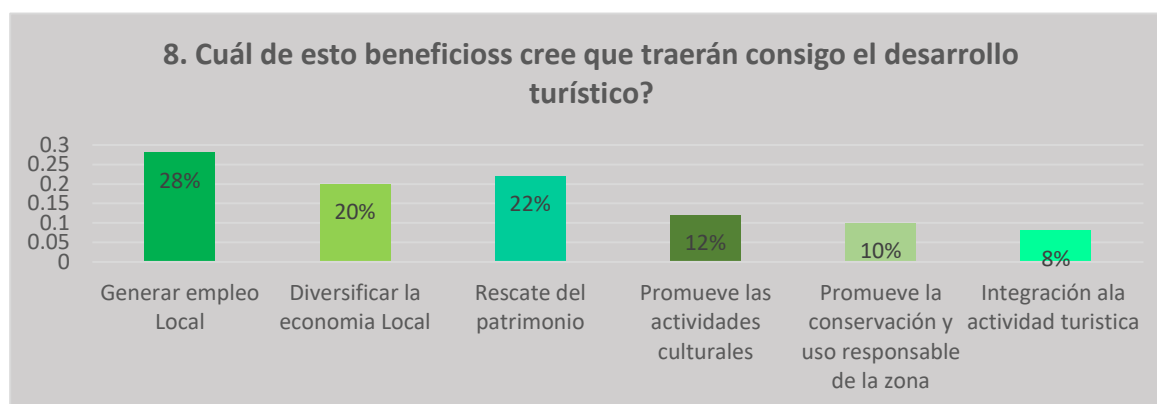
Para la población encuestada, era necesario tomar en cuenta que lugares turísticos culturales eran considerados atractivos, a lo que, a su respuesta fue: Catedral de León 21%, Museos en general 14%, Centro histórico 13%, Museo Leyendas y Tradiciones 12%, entre otros. En cuanto a las actividades que más se realizan actualmente tenemos el Tour por la ciudad, ferias culturales, visita a los museos. El 92% de los encuestados les gustaría que la ciudad de León sea reconocida turísticamente y el otro 8% opinan que talvez.



Las actividades que proponen los pobladores para incluirla en el producto turístico a diseñar es a través de exposiciones culturales (25%), Carnavales y festivales (22%), visita al museo de leyendas y Tradiciones (15%) y Recrear historias representativas (12%), esto quiere decir revivir los mitos y leyendas a través de dramatizaciones.




Al analizar estas tres tablas podemos observar que la población tiene una aceptación por el turismo y estarían dispuestos a trabajar en esta industria, de igual manera considera un 94% que estas actividades traerán consigo beneficios a la ciudad de León. Sin embargo, parte de este mismo porcentaje un 39% del 100% opinan que también puede traer aspectos negativos, no obstante, un 47% opina que para nada traerá aspectos negativos.




Como se observa en esta gráfica la mayoría opina que el mayor beneficio es el de generar empleo local, seguido del recate al patrimonio.

6.3 Inventario de los Recursos Culturales

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
001	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	El Cadejo Negro y el Cadejo Blanco Prehispánico
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Leyenda
Jerarquía	2
	
El cadejo (julio 2018). Fotos de la red	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>El Cadejo Blanco: El cadejo blanco existe en todo el país, de él se cuentan muchas historias, se dice que es un espíritu bueno, que es por ese motivo que protege a las personas que acompaña. Dicen "Es un guardián que permanentemente protege al hombre"</p> <p>El Cadejo Negro: Según cuentan que el cadejo negro, es un perro de igual tamaño que el cadejo blanco, con la diferencia en el color y sus intenciones, este último tiene los ojos color de carbón encendido, le brillan en la noche y es muy feroz, dicen que tiene descendencia de los lobos, es agreste y vive retirado en el bosque, casi siempre sale de noche y la gente que lo ve sufre de convulsiones y casi siempre cae muerta al instante, a veces en casos menos severos le da fiebre durante varios días, al final siempre muere la persona que lo ha visto en la media noche.</p>	
Particularidad	La compañía
Lugar de Origen	Cuidad de León
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el museo de mitos y leyendas
Seguridad	Se ubica cerca del centro, y es seguro para el turista

Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo, y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Servicio de tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
002	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	La Mona
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Mito
Jerarquía	2
 <p>Nicaragua en la Historia (noviembre 2019) Álbum Cuentos y Leyendas nicaragüenses en el siglo XIX y XX</p>	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>La Mona, también conocida como Mona Bruja, es un personaje que aparece en Sutiaba. Según esta leyenda, la mona eran brujas que, mediante oraciones indígenas ancestrales, se fragmentaba, para lo cual se desprende, de modo deliberado, partes de su cuerpo (los ojos, las piernas, un brazo o, incluso, los intestinos). De este modo, si se quiere acabar con una mona bruja, el mejor método es seguirla y observar donde realiza su transformación, robarle la parte del cuerpo de la que se desprendió ya que de este modo le será imposible volver a su forma original, y al amanecer, morirá. Esta transformación la hacían en medio de carcajadas escalofriantes, y alaridos espantosos que helaban la sangre de sus víctimas, dejándolos babosos o sin poder hablar para el resto de sus vidas.</p>	

Particularidad	Actualmente vista por pobladores
Lugar de Origen	En los Barrios de los municipios de Nicaragua
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN

003

DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO



Nombre	La Chancha Bruja	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Folclore	
Tipo	Creencias populares	
Sub -Tipo	Mito	
Jerarquía	1	

Foto de la red, sin autor

DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Es que desde tiempos prehispánicos las mujeres tienen por costumbre de cambiar de forma humana a animal, en este caso a cerdo o como se dice en Sutiaba "chancha Bruja" algunas brujas ha comentado la manera de como logran semejante transformación, pues algunos lo relacionan con la flor de chilamate y con poderosas oraciones y hechizos malignos, el ritual dicen en dar tres saltos y vuelta hacia atrás y otros tantos hacia adelante, de esta manera expulsan el alma de sus cuerpo por la boca, la cual queda depositada en un pequeños huacal que siempre llevan en estas malignas y diabólicas oraciones. Ya habiendo llevado a cabo el ritual, las brujas que

han logrado transformarse en chanchas muy grandes, fuertes y agresivas, generalmente de color negro, la gente cuenta que las chanchas se les ha visto correr por las calles a gran velocidad, gruñendo y con lodo podrido sobre estas, siempre mostrando su terrible agresividad; este animal o bruja ataca a la persona que desea dañar embistiéndola con su gran tamaño y veloz correr, al derribarla la empieza a morder y golpear hasta que pierden el conocimiento o bien le propicia la muerte.	
Particularidad	Diferencia de animal
Lugar de origen	Barrios Nicaragüenses
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
004	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	El Gritón
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Leyenda
Jerarquía	2
	
recuperado de https://creppypasta.fandom.com/es/wiki/El_Grit	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
Según la creencia de los Sutiaba, todo lo que hay en la selva tiene dueño y ese es el gritón, ellos aseguran que vive en estas cuevas, cerros y montes. Cuenta la leyenda prehispánica que cuando los indígenas cazaban o pescaban antes de entrar en el	


monte, Nuestros abuelos aconsejaban que cuando se iba de cacería, había que llevar un puñado de tabaco y un guacal de chicha y dejarlo al pie de un tronco de árbol de jiñocuago ya que este árbol es considerado como al mismo dios Yopi, El dios que protege la vegetación, pues cambia de piel una vez al año en los meses de abril y mayo. Decían que el Gritón era un duende que el Dios Yopi le atribuye la misión de cuidar de plantas y animales es un espíritu que ahuyentaba a los animales y nadie podía cazar, pero si le ofrendabas tabaco y chicha te dejaba cazar con tranquilidad, pues gusta mucho mascar tabaco y beber chicha. Con eso te dejaba entrar a la selva. Y te iba guiando con gritos hacia donde se encontraba su presa. Pues dicen que de lo contrario la cacería puede ser un fracaso.

Particularidad	-----
Lugar de Origen	Montañas y cuevas
Facilidades para el turista	Lecturas e información
Horarios de Atención	No existe
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	No existe
Equipamiento y Servicio	Tours Guiados


FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
005	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	La Cegua
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Leyenda
Jerarquía	2
	
recuperado de https://ticopedia.fandom.com/wiki/cegua	

DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>Según la leyenda, de la Cegua que aparecía en el tope de Pavón que se aparecía de noche a los hombres que viajan solos, generalmente borrachos y mujeriegos. Es descrita como una mujer desnuda con rostro ovalado, pues tenía una máscara de jícaro con dos colmillos de chancho que le salían por la boca, ojos negros y grandes y tenía una enorme y negra cabellera de cabuya, con labios rojos como sangre, con una voz divina, y de cuerpo con curvas pronunciadas, esbelto y tentadora.</p> <p>El hombre, escuchaba un silbido y al voltear la cabeza para contemplar la silueta desnuda de la mujer se regresa hacia donde estaba ella, pero cuando la ve de cerca queda petrificado sin poder moverse y queriendo gritar, pero solo saca pequeños quejidos, la Cegua procede a desnudarlo, y a jugar, chupando su miembro viril. Amanece y el hombre queda tirado desnudo en el suelo, con una gran temperatura.</p>	
Particularidad	Mujer seductora
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Lugar de Origen	Tope de Pavón, ciudad de León
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
006	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	El Cacique Adiac
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Leyenda

Jerarquía	2	 <p>manfut.org</p>
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>El mito presenta dos acontecimientos cruciales, uno la muerte de Adiac y el sacrificio de Xóchilt Acal, y otro la llegada de los españoles a León Viejo en 1610, que es una manera de recrear la invasión de la conquista, si bien son dos momentos diferentes, se trata de un mismo acto de invasión. Los puntos centrales del mito son, Adiac, Xóchilt Acal representado a la sociedad indígena, maribia y Guardia Espinal, representaba la conquista.</p>		
Particularidad	Cacique Defensor	
Lugar de origen	Sutiaba	
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros	
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones	
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm	
Acceso	Terrestre	
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad	
Equipamiento y Servicio	Tours guiados	

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
007		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	El Punche de Oro	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Folclore	

Tipo	Creencias populares	
Sub -Tipo	Leyenda	
Jerarquía	2	

Autor: Visit León Nicaragua

DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Dice la leyenda que después de la muerte del Cacique Adiac, comenzó a salir su tótem en forma de punche, aparece tres veces al año, en abril o mayo, en Julio y agosto. Hace su recorrido, saliendo del Cerro de Oro, Ehecatl Tepetl (Cerro de los Vientos) en el cual Adiac fue capturado por los españoles; sigue hacia las Ruinas de Veracruz, prosiguiendo su pasaje hacia la casa del Cacique Adiac, en donde está ubicada la Casa Cural.

Y termina su camino en el montículo en el que los Sutiaba adoraban al Dios Sol y al Dios Jaguar, en donde se encuentra actualmente la Iglesia de Sutiaba. y al poco rato de haberse metido en la iglesia de Sutiaba, se escuchan a lo lejos unos lamentos desgarradores de mujer, afirman los que lo han escuchado, que es Xochitl Acatl, llorando inconsolablemente por su padre ahorcado en el tamarindón y el asesino, su amado Capitán José Alberto Guardia y Espinal de cuyo destino final no dice nada la historia.


Son muchas las personas que aseguran haber visto al Punche de Oro resplandeciendo como el sol, haciendo su recorrido de centinela para resguardar la cultura de sus ancestros.

Particularidad	Patrimonio cultural del pueblo se Sutiaba
Lugar de origen	Sutiaba
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Marina Maradiaga de Sutiaba
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm (cerrando al medio día)
Acceso	Terrestre

Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
008		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	La leyenda de La Peña del Tigre	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Folclore	
Tipo	Creencias populares	
Sub -Tipo	Leyenda	
Jerarquía	2	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>Esta leyenda es de los tiempos de la colonia española. Se trata de dos peñas que son impactadas por las aguas del mar en las costas de Poneloya. Señala Prado que el gobernador Tomás Duque de Estrada tenía una hija a quien le quería imponer que se casara con un sujeto que él había escogido, pero la joven no cumplió la orden de su padre y se fugó con el hombre que ella quería.</p> <p>Es así —cuenta Prado— que la hija del gobernador huyó con su novio en dirección a la costa de Poneloya, que en aquellos tiempos era bosques y playa, yéndose a refugiar a una peña donde fueron devorados por un tigre.</p> <p>Cuando los soldados enviados en su persecución por el gobernador encontraron a la joven y a su amado, solo hallaron los huesos, pues fueron devorados por un tigre. Y de esta manera, la gente comenzó a llamar aquel lugar donde murió la pareja de enamorados la “Peña del Tigre”.</p>		
Particularidad	Aún se conserva	
Lugar de origen	Las Peñistas Poneloya	
Tipo de visitante	Turistas Nacionales y extranjeros	

Facilidades para el turista	Se puede llegar en transporte público, frente a la playa, cerca de hostales y restaurantes
Seguridad	Cercano a la estación de policía
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Servicios de alojamiento y alimentación


FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
009	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	El padre sin Cabeza
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Leyenda
Jerarquía	2
	
Fantasmas y casas encantadas (septiembre 2013)	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>El 1549 fue asesinado a puñaladas Fray Antonio de Valdivieso por el soldado Juan Bermejo, partidario de los hermanos Contreras, quienes se repartieron las tres cuartas partes de la provincia de Nicaragua, junto con toda su población aborigen. La actitud protectora del obispo de Nicaragua a favor del martirizado aborigen le valió la muerte. Según relatos, a media noche en la iglesia El Calvario, en León, se percibe un bulto negro sin cabeza, paseándose por el atrio a oscuras, creyéndose sea el padre si cabeza.</p>	
Particularidad	Obispo de Nicaragua

Lugar de origen	Ciudad de León
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
010		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	Museo Mitos y Leyendas	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Manifestaciones Culturales	
Tipo	Museo	
Sub -Tipo	Museo	
Jerarquía	2	
<p>Facebook, Museo Coronel Joaquín Arrechavala (Marzo 2018)</p>		
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>Desde el 31 de octubre del año 2000 hasta la fecha el museo ocupa el edificio de lo que fue un viejo cuartel y cárcel somocista construido en 1921, de ahí que es llamado la XXI, localizado frente a la iglesia de San Sebastián, León. En la actualidad el museo cuenta con cinco salas, cuatro de ellas dedicadas a las leyendas y tradiciones de León y algunas regiones de Nicaragua, personajes importantes de nuestra historia y cultura. En las paredes pueden observarse diferentes formas de torturas practicadas por la guardia de Somoza y fotografías de la fachada original de la antigua cárcel. En</p>		

la entrada se encuentra la tanqueta Aracely y mosaico de los mitos, tradiciones y leyendas de León.	
Particularidad	Museo Mitos y leyendas
Lugar de Origen	Ciudad de León
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Seguridad	Se ubica cerca del centro, con seguridad de 24h
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm Extranjeros: Adultos:C\$50, Niños:C\$20. Nicaragüenses: Adultos:C\$20C, Niños: C\$10, Estudiantes con carnet: C\$15
Acceso	Terrestre
Época de visita	Todo el año
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Servicios de tour dentro del museo, cerca de hoteles, hostales y restaurantes

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
011	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	Carnaval Mitos y Leyendas
Clasificación	Cultural
Categoría	Acontecimientos Programados
Tipo	Fiesta
Sub -Tipo	Carnaval

<p>Jerarquía</p>	<p>3</p>	 <p>Fotos de las redes sociales</p>
-------------------------	----------	---

DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

El carnaval de mitos y leyendas de la ciudad de León nace por iniciativa de varios artistas leoneses para rescatar nuestros valores culturales, y contrarrestando, la culturización de Halloween, que no es de nuestra cultura, sino que es de otros países extranjeros, como Estados Unidos y Europa.

El carnaval recorre las calles céntricas de la ciudad de León; en la tradición oral de nuestros ancestros se decía que las principales calles que tenían como escenario el recorrido mitos y leyendas, eran: en la calle real salían los cadejos y Coronal Joaquín Arrechavala. En el Laborío salía el padre sin cabeza que también salía en el sector de la española (tope de los morales). Cuenta la historia que en el cerro de oro salen los duendes y el punche de oro sale en las Ruinas de Veracruz cruza la calle hasta llegar a la Iglesia de Sutiaba (ida y vuelta).


La carreta Nagua salía en las principales calles de Sutiaba, El Calvario, El Laborío, Zaragoza y otros sectores de la ciudad. Se dice que por las noches salían mujeres muy bonitas vestidas de negro, y que encontraban a los borrachos se los llevaban a los ríos y cementerios y se transformaban en mujeres muy horribles y cuando los hombres miraban realmente como eran salían despavoridos se desmallaban y les daba calentura. En el sector de Sutiaba también salía la chancha bruja y la mona.

Este evento programado inició en el año 2003. En el año 2019 participaron aproximadamente cincuenta mil personas (AML, Oficina de Cultura), en una tarde de demostración y rescate de los valores culturales de la ciudad de León.


Particularidad	Con originalidad cultural propia
Lugar de Origen	Ciudad de León
Tipo de visitante	Turistas nacionales, locales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Seguridad	Resguardo policial durante el recorrido
Horarios de Atención	Recorrido por la tarde
Acceso	Terrestre
Época de visita	Noviembre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo, cartelera de Intur y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Servicios de Tour

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
012	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	Pancho Ñato
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Leyenda
Jerarquía	2
	
	Historias de verdad, periodismo narrativo
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	

Se llamaba Francisco Juárez, nació en León. Fue un hombre muy astuto, tenía un caballo negro, se llamaba Saltarín. A Pancho, le gustaba burlar a la gente, a veces mataba por defenderse o para ganar dinero, por eso muchas personas le temían, fue bondadoso con los pobres, si tenía dinero les ayudaba. Lo seguía la Guardia, pero nunca lo atrapaba, hasta escapaba de las balaceras, dicen que tenía espíritus que lo protegían y se transformaba en animales y objetos. Para ejecutar su muerte tuvieron que mentirle, la Guardia procedió a atraparlo por orden de Nolasco Ramiro y se lo llevaron preso al Fortín, ahí mismo le dieron muerte. Esto sucedió como para el año de 1950.	
Particularidad	-----
Lugar de origen	Ciudad de León
Tipo de visitante	Turista nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
013		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	La voladora	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Folclore	
Tipo	Creencias populares	
Sub -Tipo	Mito	
Jerarquía	2	
		recuperado de https://avesdeciudad.com/lechuza-blanca

DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
Es un espíritu maligno que se materializa y toma la forma de un ave conocida como la lechuza o búho y la creencia popular piensa que cuando esta ave de mal agüero (ave de la desgracia) llega a una casa (caso raro que suceda, ya que son aves de montaña y son nocturnas) es señal de que en esta familia sucederá una tragedia, muerte o desgracia.	
Particularidad	Ave conocida como lechuza
Lugar de Origen	Montañas
Tipo de visitante	Turista nacional y extranjero
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
014	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	Coronel Joaquín De Arrechavala
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Mito
Jerarquía	2
	
fotografía canal 2 (mayo,2016)	

DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
Formó parte de la oligarquía nicaragüense siendo alcalde mayor de León en 1790 y ascendiendo al grado de Coronel el 14 de febrero de 1791, nació en Madrid (España) en 1728 y murió en 1823 con 95 años de edad, su historia se ha convertido en leyenda se dice que su espíritu recorre las calles de León en busca de su fortuna que debe estar enterrada en algún lugar de la ciudad. El espíritu de este rico militar después de muerto sigue cabalgando por sus calles asustando a sus habitantes montado en su caballo lujosamente vestido con charreteras, fajas y espuelas de oro. Solo se deja ver por las mujeres, por lo hombres no se deja ver, aunque pueden sentir su látigo.	
Particularidad	Alcalde mayor
Lugar de Origen	La ciudad de León
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
015	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	La carreta náguatl
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Leyenda


Jerarquía	2	 <p data-bbox="768 653 1373 684">Imagen de la red, carnaval mitos y leyendas</p>
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>La carreta náguatl, sale en las noches oscuras de mi pueblo, sembrando terror entre los asustados vecinos que, aunque no la ven, escuchan su infernal paso por las antiguas calles de la ciudad. Dicen que al llegar a las esquinas se esfuma, que no dobla, más bien vuelve a aparecer despacio anunciando una muerte segura en la calle que sigue. Los valientes que se han atrevido a espiar su paso desde la oscuridad de las sombras afirman que va conducida por la Muerte Quirina. Otros insisten que nadie la guía, más que un par de bueyes flacos y huesudos. Va buscando víctimas y carga eternamente las almas en pena de las personas que gozan haciendo el mal de sus vecinos del barrio con sus chismes, maldades y venganzas.</p>		
Particularidad	Vista en todo el territorio nicaragüense	
Lugar de origen	La ciudad de León	
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros	
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones	
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm	
Acceso	Terrestre	
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad	
Equipamiento y Servicio	Tours guiados	

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
016		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	Los Duendes	 
Clasificación	Cultural	
Categoría	Folclore	
Tipo	Creencias populares	
Sub -Tipo	Leyenda	
Jerarquía	2	
El Nuevo Diario. Archivo (abril 2013)		
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>Son malos espíritus, son enanos que tienen las plantas de los pies al revés, visten siempre de color rojo y caminan en fila india, siempre en grupo de cinco y viven en las montañas. Se dice que los duendes son invisibles ante los ojos de los adultos, solamente los pueden ver los niños y mudos y siempre se ponen a llorar del miedo al verlos. Salen todos los días en horas de la mañana antes de las ocho y diez de la mañana. Roban a los niños que no han sido bautizados para llevarlos a las montañas y convertirlos en duendes. También les gustan las mujeres jóvenes solteras, las cuales encantan e invitan a quedarse a vivir con ellos en la montaña, se las llevan y alimentan con todo tipo de frutas hasta que los familiares las buscan, cuando las encuentran éstas ya están desorientadas y pasan varios días idiotizadas.</p>		
Particularidad	Roban niños	
Lugar de origen	Montañas y cerros	
Tipo de visitante	Nacionales y extranjeros	
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones	
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm	
Acceso	Terrestre	
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad	
Equipamiento y Servicio	Tours guiados	

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
017	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	La Negra Camila
Clasificación	Cultural
Categoría	Folclore
Tipo	Creencias populares
Sub -Tipo	Mito
Jerarquía	2
	
Museo Joaquín de Arrechavala, 505, León (2020)	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>Era una señora originaria de la ciudad de León, su piel era de color morena oscura, vestía de negro hasta el ojo del pie con un delantal en la cintura, debido a que enviudó muy joven al poco tiempo enloqueció. Cargaba un bolso llamado nagual en el que cargaba animales muertos como símbolo de buena suerte, siempre que andaba en la calle tataba una melodía, parecida a la del son del toro (como el del tambor), porombopombo, porombopombo, porombopombo. Muchos vecinos de ella aseguran que se transformaba en mona, chancha o chompipa para enterarse de lo que ocurría y lo que pudiera afectarla.</p>	
Particularidad	La locura
Lugar de origen	Ciudad de León
Tipo de visitante	Turistas Nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
018		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	La toma tu teta	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Folclore	
Tipo	Creencias populares	
Sub -Tipo	Mito	
Jerarquía	2	
La Ruta panamericana- Blogger		
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>Había una mujer en Los Cedros (Carretera Vieja a León, donde viví por muchos años) que le habían robado a su hijo recién nacido. La mujer se volvió loca de la desesperación porque no encontraba a su chavalito y con eso de que las mujeres producen leche materna y se le agrandan los pechos a causa de la leche, pues la mujer entre el dolor de no encontrar a su hijo y el dolor de los pechos que era insoportable, se volvió loca. Lo único que hacía es que cada vez que miraba un chavalito, pensaba que era el suyo y andaba por la carretera llamando a los chavalitos y diciéndoles: "toma tu teta... toma tu teta... toma tu teta" con los grandes pechos de fuera y haciéndolos tomar la leche de sus pechos.</p>		
Particularidad	Madre en su locura	
Lugar de Origen	Los cedros, León	
Tipo de visitante	Turistas Nacionales y extranjeros	
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones	
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm	
Acceso	Terrestre	
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad	
Equipamiento y Servicio	Tours guiados	

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
019		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	La Serpiente Iracunda de Catedral	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Folclore	
Tipo	Creencias populares	
Sub -Tipo	Leyenda	
Jerarquía	2	
Facebook: Mytologia		
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>Una iracunda serpiente yace en las aguas debajo de Catedral. Es tan larga y enorme que su cola termina en la iglesia de Sutiaba. Pero la sujeta, para evitar su furia, un pelo milagroso de la virgen de La Merced. La serpiente se estira, se encoge y se sacude, sin romper nunca el pelo de la Patroncita de León. Cuando se rompa, la ciudad será destruida por los movimientos de la serpiente, que hará temblar la tierra con un gran terremoto; y se inundara por las aguas que saldrán a la superficie.</p>		
Particularidad	Serpiente	
Lugar de origen	Ciudad de León	
Tipo de visitante	Turista nacional y extranjero	
Facilidades para el turista	Historia y recorrido en los sótanos de Catedral de León	
Seguridad	Si hay por su ubicación céntrica	
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm (Cerrando al medio día)	
Época de visita	Todo el año	
Acceso	Terrestre	
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad	
Equipamiento y Servicio	Tours guiados	

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN	
020	
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO	
Nombre	La Gigantona
Clasificación	Cultural
Categoría	Acontecimiento programado
Tipo	Fiesta
Sub -Tipo	Bailes
Jerarquía	2
	
imágenes de la red	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>Baile tradicional, tiene su origen en España en la época colonial, representa a la mujer española por su estatura y su belleza, representa también la diferencia entre las clases sociales simbolizando que los españoles estaban en la clase social más alta.</p>	
Particularidad	Burla a la colonización española
Lugar de Origen	El Chichunte, León
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm
Acceso	Terrestre
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad
Equipamiento y Servicio	Tours guiados y bailes en la ciudad

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES, MITOS Y LEYENDAS DE LA CIUDAD DE LEÓN		
021		
DATOS GENERALES DEL ATRACTIVO		
Nombre	El Enano Cabezón	
Clasificación	Cultural	
Categoría	Acontecimiento programado	
Tipo	Fiesta	
Sub -Tipo	Bailes	
Jerarquía	2	
Foto de la red Faby		
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		
<p>El indio se representó en el enano cabezón, pequeño de estatura, pero grande de cerebro. Era pequeño porque estaba en la clase social más baja, él era enamorado de la mujer española, pero esta no le correspondía a su amor, es por tal razón que el indígena usaba a un mensajero para que este le dijera a la española sus sentimientos.</p>		
Particularidad	Referencia a los indígenas	
Lugar de origen	Chichunte, León	
Tipo de visitante	Turistas nacionales y extranjeros	
Facilidades para el turista	Historia en el Museo de Leyendas y Tradiciones	
Horarios de Atención	De 08:00 am – 05:00 pm	
Acceso	Terrestre	
Señalización Turística	Señalización dentro del museo y mapas turísticos de la ciudad	
Equipamiento y Servicio	Tours guiados y bailes por la ciudad	

6.4 Inventario de Facilitadores Turísticos de la ciudad de León

Resumen de los facilitadores turísticos en la ciudad de León

Facilitadores	Tipo de Facilitador	Categoría					Total
		D	★	★★	★★★	★★★★	
Alojamiento	Hotel	2	2	6	8	1	19
	Hostal	13	42	16			74
	Motel	8	10				18
	Casa de Huésped			1			1
Alimentos y Bebidas	Restaurantes	24	33	13	3	1	74
	Cafeterías	6	16	1	3		26
	Bar	87	8	4	2		101
Entretenimiento	Discotecas		1	2			3
	Club deportivo			1			1
	Centro Recreativo		1	1	9		11
Operadores Turísticos	Tour Operadoras			9			9
	Agencias de Viajes			4			4

Fuente: INTUR- León

6.5 Análisis de los resultados

Para proponer la creación de un producto turístico cultural para la ciudad de León fue necesario, elaborar un inventario de los culturales con potencial turístico de la ciudad de León para utilizarlos como materia prima en el diseño del producto turístico, a como también fue necesario identificar la opinión o la percepción de la población respecto al diseño de un producto turístico en la ciudad para el desarrollo socioeconómico de la zona y el rescate cultural, otro punto importante es determinar la percepción de los turistas potenciales respecto al diseño de un producto turístico, para conocer la demanda real del producto finalmente y no menos importante la descripción de los turistas potenciales que visitarán y consumirán el producto turístico de la ciudad de León.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la que indique las conclusiones a la cuales llega la investigación, por cuanto mostrara la percepción que poseen los encuestados.

De las 110 personas a encuestar según la muestra 2 las cuales son turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de León se lograron aplicar 100 encuestas porque hubo la limitante de localizar más turistas en la fecha que se aplicó el instrumento; obteniendo como resultado de los datos personales que las gráficas indican que, en su mayoría de los turistas originarios de la capital de Nicaragua, seguido de Chinandega, en cuanto a nacionalidad el 62% son nacionales y el 38% extranjeros, ya adultos, los cuales lo componen por comerciantes, estudiantes, y profesionales. Se puede comprender que los turistas que visitan la ciudad de León en general son personas de todas las edades compuestas por jóvenes y adultos.

Al momento de encuestar a los turistas potenciales se optó por separar los grupos en dos muestras la primera muestra son turistas nacionales y la segunda muestra compuesta de turistas extranjeros que visitaron la ciudad de León analizando las respuestas de ambas muestras se encontró que, de igual forma, ambos grupos poseen

características muy diferentes. A diferencia de los turistas extranjeros, los pobladores de la ciudad de León que fueron encuestados eran personas jóvenes entre 21 a 25 años, estudiantes seguido de amas de casa, cabe mencionar que la población de León hay una gran participación de jóvenes, es por eso que, en la aplicación de instrumentos, los jóvenes subieron el porcentaje de datos.

En cuanto a los turistas, se pudo concretar que son personas que trabajan y en su tiempo libre hacen turismo, tienen un nivel de ingreso medio, al que suelen gastar de \$20 a \$30 dólares por día a la hora de hacer turismo, la mayoría pasaban solo un día en la ciudad, hay un porcentaje de turistas que estarían dispuestos a pagar por un paquete que le demuestre con exactitud que se puede hacer en la ciudad de León si pernoctarán más tiempo en la ciudad. Si bien es cierto que los turistas en su mayoría prefieren el turismo de sol y playa, y en segundo lugar el turismo cultural, para ello los pobladores proporcionaron una lista de atractivos que consideran ideales para visitar, la mayoría opina que Catedral, Museo de Leyendas, Museos en general, iglesias, el centro de la ciudad, sin faltar las playas de PoneLOYa y Las Peñitas, entre otras.

Finalizando con el análisis de los datos personales de ambas encuestas se procede a comparar los siguientes resultados enmarcado al producto turístico:

La forma en que la muestra de turistas organiza sus viajes es por cuenta propia y por tour operadora, esto quiere decir que la forma en que se ofrecerá este producto es más viable ofrecerlos directamente al consumidor final en este caso, los turistas. La actividad que al turista le gustaría realizar es el Carnaval de Mitos y Leyendas, danzas tradicionales y visita a los museos. En cuanto a la población le gustaría que la ciudad de León sea reconocida turísticamente con estos atractivos y actividades, y entre las actividades que proponen son muy similares a la que los turistas les gustaría realizar como: carnavales y festivales, visita a los museos, noches de miedo, recreaciones de disfraces y algunas apariciones.

Si bien es cierto que las actividades de mitos y leyendas, como lo es el carnaval, es solo una vez al año en el mes de noviembre, los turistas quieren realizarla unas dos veces al

año. No obstante, esa posibilidad aún no se ha concretado, pero si se logra hacer hay muchos pobladores que les gustaría prestar algún servicio turístico, así habrá más oferta en cuanto a la demanda.

La mayoría de la población opina que estas actividades turísticas traerán beneficio a la población (94%), por otra parte, en su minoría (6%) pobladores opinan que también puede traer aspectos negativos. Pero dejando a un lado estos perjuicios, el mayor beneficio entre la población es el de generar empleo local, diversificar la economía y el rescate del patrimonio que es muy importante.

Actualmente hay una demanda en cuanto a la cultura, pero la ciudad de León está en la capacidad de brindar una oferta de acuerdo a gustos y necesidades, actualmente hay 19 hoteles funcionando, 74 hostales, 9 tour operadoras, 74 restaurantes, 26 cafeterías y comedores, 11 centros recreativos, bares, discotecas, entre otros. Y una lista de 21 atractivos culturales entorno a los Mitos y Leyendas de la ciudad de León, clasificados por su categoría, jerarquía, descripción y accesibilidad.

En definitiva, si bien se analizaron las encuestas a turistas y pobladores, para efecto de creación de producto, se puede crear un producto ya que como se observó, seguramente por visitar los sitios y tener más o menos un mismo nivel, sus características son muy semejantes.

6.6 Propuesta del Producto Turístico

FICHA DE PRODUCTO

Ficha N: 01

Nombre del producto

Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León

Ubicación

Departamento: León Municipio: León Localidad: León

Producto principal de venta - factor de diferenciación

PPV

Turismo de cultura

Definición del producto

El producto turístico es cultural en el que se destacan los mitos y leyendas de la ciudad de León, programado para la fecha del carnaval de Mitos y Leyendas en el mes de noviembre, el cual es el principal atractivo a visitar, el valor del producto es de Platiniun \$281, Bronce\$127, según la empresa de alojamiento y alimentos a seleccionar por el cliente.

Descripción detallada del producto

El producto consta de un paquete turístico de tres días y dos noches con todo incluido como hospedaje, alimentación, entradas a los destinos con un valor de Platiniun \$281, Bronce\$127; según la selección de las empresas.

Atractivos ancla y descripción

Museo de Leyendas y Tradiciones "coronel Joaquín de Arrechavala":

Desde el 31 de octubre del año 2000 hasta la fecha el museo ocupa el edificio de lo que fue un viejo cuartel y cárcel somocista construido en 1921, de ahí que es llamado la XXI, localizado frente a la iglesia de San Sebastián, León. En la actualidad el museo cuenta con cinco salas, cuatro de ellas dedicadas a las leyendas y tradiciones de León y algunas regiones de Nicaragua, personajes importantes de nuestra historia y cultura. En las paredes pueden observarse diferentes formas de torturas practicadas por la guardia de Somoza y fotografías de la fachada original de la antigua cárcel. En la entrada se encuentra la tanqueta Aracely y mosaico de los mitos, tradiciones y leyendas de León.

Carnaval de Mitos, Leyendas y Tradiciones:

El carnaval de mitos y leyendas de la ciudad de León nace por iniciativa de varios artistas leoneses para rescatar nuestros valores culturales, y contrarrestando, la culturización de Halloween, que no es de nuestra cultura, sino que es de otros países extranjeros, como Estados Unidos y Europa.

Demanda

Turistas nacionales y extranjeros

Itinerario sugerido:

Día 1:

9:00am – 10:00am: Recibimiento de los turistas a la ciudad de León y presentación del producto.

10:00am – 12:00md: Traslado de los turistas al Museo de Leyendas y Tradiciones Coronel Joaquín de Arrechavala.

12:20md – 02:00pm: Almuerzo en Restaurante El Sesteo

- Almuerzo en Restaurante Cactus

02:15pm – 03:00pm: Check- in y descanso en el Hotel El Convento

- Check- in y descanso en Hostal Posada Doña Blanca

03:15 – 05:00pm: Traslado y tour a la Catedral de León

05:00 pm: Tiempo libre

07:30pm – 08:30pm: Cena en Hotel El Convento

- Cena en Restaurante Soy Nica

08:30pm: Descanso

Día 2:

06:00am – 08:00am: Desayuno en el hotel

- Desayuno en el hostal

08:30am – 09:00am: Traslado a las playas de Las peñitas, PoneLOYA.

09:30am: Llegada a la playa y refrigerio.

09:30am – 12:00md: Visita de la Peña El tigre, su historia, caminata y recreación en la playa.

12:15md – 02:00pm: Almuerzo en Hotel Playa Roca

- Almuerzo en el restaurante Bomalu

02:15pm: salida hacia la ciudad de León.

02:45pm: Llegada y descanso en el hotel.

- Llegada y descanso en el hostel

05:00pm – 08:00pm: Carnaval de Mitos y Leyendas.

08:00pm: Tiempo Libre

Día 3:

06:00am – 08:00am: Desayuno en el hotel

- Desayuno en el hotel

08:15am – 10:00am: Visita al Museo Comunitario Marina Maradiaga del barrio Indígena de Sutiaba.

10:00am – 10:30am: presentación de video documental sobre la historia de algunos mitos y leyendas de la ciudad de León y testimonio de pobladores que los han visto.

10:30am – 10:45am: Traslado al hotel

- Traslado al hostel

10:45am – 11:45am Check out del hotel

- Check out del hotel

11:30am – 01:00pm: Almuerzo y despedida.

Costo del producto: \$281 dólares

\$127 dólares

Facilidades								
Atractivos ancla	Señalización	Teléfono	SSH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa discapacitados	Restaurante/Cafet	Horarios de visita / precios
Museo Leyendas y Tradiciones	X	X	X		X		X	Horario: 08:00am – 05:00pm
								Costo: Extranjeros: Adultos:C\$50, Niños:C\$20.
								Nicaragüenses: Adultos:C\$20C, Niños: C\$10. Estudiantes con Dirección: Sureste del parque Central 3c. al sur
Catedral de León	X	X			X		X	Horario: 08:00am – 05:00pm
								Costo: Extranjero: \$2 dólares, Nacionales C\$ 30 córdobas
								Dirección: Costado Este del parque Central
Museo Marina Maradiaga	X	X		X	X	X		Horario: 08:00am – 05:00pm
								Costo: Gratuito
								Dirección: Donde fue el Cabildo Real, costado Oeste de la iglesia de Sutiaba

Servicios en el centro de soporte más cercano								
Hoteles	Sí (X)	No ()	Guías	Sí (X)	No ()	Venta de artesanías	Sí (X)	No ()
Hostales	Sí (X)	No ()	Albergues	Sí (X)	No ()	Oficinas de turismo	Sí (X)	No ()
Restaurantes	Sí (X)	No ()	Resorts	Sí ()	No (X)	Internet	Sí (X)	No ()
Distancia entre los atractivos ancla								
Desde		Hasta		Total tiempo (aprox.)	Total kms. (aprox.)			
Museo de Leyendas y tradiciones	de	Catedral de León	de	5 minutos	0.30 km			
Catedral de León		Sutiaba		20 minutos	1km			
Sutiaba		Museo de Leyendas y Tradiciones	de	25 minutos	1.30 km			

Época de visita/Clima

Época de Verano

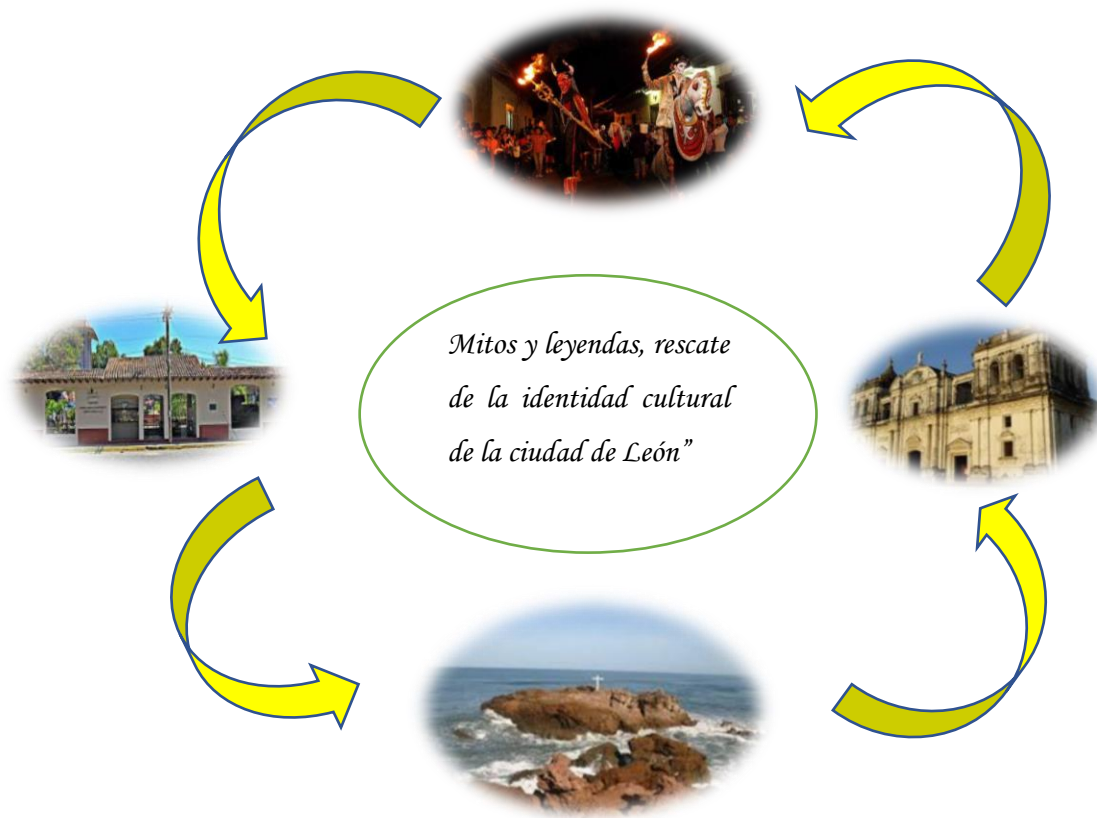
Operadores que comercializan el producto

Operadores locales: Tour Operadores y Guías Turísticos Locales

Operadores mayoristas: No hay

Operadores minoristas: Tour Operadores

Fotografías



Fuente: Fotografías de la red social Facebook, Carnaval Mitos y Leyendas.

CAPITULO VII: CONCLUSIÓN

A través de la presente investigación realizó un inventario de los recursos culturales de la ciudad de León, visitando cada lugar, para conocer con precisión el valor que posee cada uno de los atractivos existentes en la ciudad de León, así como la revisión bibliografía oral y escrita de cada manifestación cultural relacionada a los mitos y leyendas.

Para dar respuesta al segundo objetivo se utilizó un modelo de producto turístico que propone el Manual para la creación de productos turísticos por parte de MINCETUR, adaptado a las características que posee la ciudad de León.

Los beneficios que este producto turístico cultural traería, se plasman mediante el análisis de las encuestas a los pobladores de la ciudad de León, evidenciando que este producto aportaría beneficios a la población tanto económicos como la conservación cultural mediante la valoración de estos recursos.

Por consiguiente, el perfil de los turistas potenciales que visitarían la ciudad de León y por ende consumirían este producto son personas jóvenes que viajan por motivos de ocio y visitan atractivos culturales a con un valor adquisitivo medio, en el que gastan alrededor de \$200(dólares) por viaje. Estos provenientes de Centro América, Europa y Estados Unidos, estos datos fueron recopilados de las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.

Finalmente, el diseño del producto turístico es de importancia para la ciudad de León, este tendrá un costo de \$281 y \$127 por persona, los cuales incluye el servicio de transporte, alimentación, alojamiento, pago del guía turístico y entradas a los atractivos turísticos culturales. Este producto se comercializará en la temporada de noviembre el cual se celebra el carnaval de Mitos y Leyendas, incluye sitios importantes de la ciudad como museo de Mitos y Leyendas, Catedral de León, playa de las Peñitas y la actividad principal Carnaval de Mitos y Leyendas.

CAPITULO VIII RECOMENDACIONES

A los pobladores de la ciudad de León:

- Conservar sus tradiciones, mitos y leyendas como parte del legado cultural que se heredará a las futuras generaciones y que sirven de materia prima para realizar actividades turísticas.
- Cuidar el patrimonio cultural, tangible e intangible de la ciudad de León.

A empresarios del sector turístico de la ciudad de León:

- Que les brinden seguimiento a las estadísticas de fechas más visitadas para manejar un control necesario a la hora de realizar algunas mejoras en sus locales, de cara a los servicios que demandan los visitantes.
- Que se mantengan al tanto de las innovaciones que ofrecen los sectores turísticos a los visitantes para estar actualizando alguno de sus servicios.
- Incluir en sus paquetes el rescate de las costumbres y tradiciones de la ciudad.

Al Instituto Nicaragüense de Turismo:

- Que la delegación INTUR - León, aporte planes de desarrollo turístico en torno a los atractivos culturales de manera específica con cada uno para dar a conocer el potencial que posee.
- Invitar a los departamentos a las actividades leonesas.

A la Alcaldía Municipal de León:

- Seguir impulsando actividades para la conservación de los atractivos culturales de la ciudad.
- Que los establecimientos registrados como hoteles, hostales, restaurantes y otros tienen que procurar brindar una atención especializada en todos los aspectos desde lo que ofrecen, hasta el cuidado del local.

CAPITULO IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. 1990. *"El mundo de las agencias de Viajes"*
- Alcaldía Municipal de León, departamento de Cultura
- Barbosa. 2007. *"Corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander"*
- Bolaños, I. 2010. *"Creación de productos para satisfacer las necesidades del Segmento del turismo de naturaleza, del departamento de León"*.
- Borja, Casanova, & Bosch. 2002. *"El producto turístico y sus características"*
- Boullón, R. 1992. *"Sistemas turísticos"*
- Boullón, R. 2006. *"Sistemas turísticos"*
- Bustillo y Mendoza. 2014. *"Historias y Leyendas" ruta de museos como estrategia de marketing de destinos en Cartagena de Indias, ciudad patrimonio histórico de la humanidad.*
- Campbell, A. 2019. *"Desarrollo turístico"*, Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR)
- Centro de Investigación y promoción de Leyendas y Tradiciones Nicaragüenses, Museo Coronel Joaquín de Arrechavala *"Tour Mitos y Leyendas"*
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. 1987. *"Nuestro futuro común"* Recuperado de <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- Cortés y Espítia. 2010. *"Las leyendas y mitos de la ciudad de Morelia"* México.
- Echeverría, B. 2010. *"Leyenda Literaria"*
- Eliade, Mircea. 1991. *"Mito y Realidad"*
- El Nuevo Diario, 2013. *"Los duendes de Rambla. Archivo"*
- Fantasmas y casas encantadas, (2013). *"Historia de fantasmas de Nicaragua"*.
- González y Torres. 2017. *"Diseñar una propuesta de recorrido turístico en torno a historias, mitos y leyendas urbanas en La Candelaria"* de la Facultad de Arte, Comunicación y Cultura, Programa de Hotelería y Turismo de La Universitaria Agustiniiana. Bogotá D.C.
- Gutiérrez, B. 2020. *"Mitos y Leyendas de la ciudad de León y Sutiaba"*. Nicaragua.
- Hurtado, J. 2012. El proyecto de investigación. Comprensión holística de la metodología y la investigación. Séptima edición. Venezuela.
- Machado, E. 2007. *"Integración y Diseño de del Producto Turístico. Aplicado a la Región Central del destino de Cuba"*.
- ICOM: Consejo Internacional de Museos. Recuperado de <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>.

- Instituto Nicaragüense de Turismo, (INTUR). *Recuperado de <https://www.intur.gob.ni/2019/11/evaluan-en-nicaragua-desarrollo-del-turismo-en-2019/>*
- Instituto Nicaragüense de Turismo, (INTUR). *Lista de Facilitadores Turísticos de Nicaragua. 2020*
- Ministerio de comercio exterior y Turismo (MINCETUR, 2014). *"Manual para la planificación de Productos turísticos"*, recuperado de: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos turismo](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos_turismo)
- Oficina de Información Turística (OIT- León) *"Afluencia turística 2018"*
- Oficina de Información Turística (OIT- León) *"Afluencia turística 2019"*
- Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO 1982) *"Glosario Turístico."*
- Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO 2003) *"Glosario Turístico."*
- Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO 2005) *"Glosario Turístico."*
- Organización de los Estados Americano (OEA 1980). *"Glosario Turístico."*
- Organización de los Estados Americano (OEA 2001). *"Glosario Turístico."*
- Organización Mundial del Turismo, *"Glosario Turístico" (OMT,1994)*
- Organización Mundial del Turismo, *"Glosario Turístico (OMT,2004)*
- Organización Mundial del Turismo, *"Glosario Turístico (OMT,2016)*
- OMT. (s.f.). Recursos turísticos: inventario, clasificación, jerarquización, evaluación. Obtenido de Recursos turísticos: inventario, clasificación, jerarquización, evaluación: <https://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacionjerarquizacion-evaluacion>
- Padilla, Méndez. 2017. *"Diseño de producto turístico"* Managua, Nicaragua
- Sánchez, A. 2017. *"Diseño de producto turístico cultural para la zona urbana de la ciudad de Montería", Bogotá*
- SERNATUR. 2008. *"Turismo Cultural Orientaciones para su desarrollo"*. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago

CAPÍTULO X. ANEXOS

Anexo 1. Ficha de producto

FICHA DE PRODUCTO

Ficha N: _____

Nombre del producto

Se determinará el nombre del producto en conjunto con los actores involucrados. Se debe realizar una medición de impacto en el público objetivo con el nombre asignado -el nombre puede variar.

Ubicación

Región: _____ Provincia: _____ Distrito: _____

Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV

Definición del producto

Descripción detallada del producto

Atractivos ancla y descripción

Demanda

Datos importantes (cifras): _____

Itinerario sugerido

Facilidades								Horarios de visita / precios
Atractivos ancla	Señalización interna	Teléfono	SSH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa de accesibilidad	Restaurante/Cafetería	
								Horario:
								Costo:
								Dirección:

									Horario:
									Costo:
									Dirección
									Horario:
									Costo:
									Dirección:

Época de visita/Clima

Servicios en el centro de soporte más cercano								
Hoteles	Sí ()	No ()	Guías	Sí ()	No ()	Venta de artesanías	Sí ()	No ()
Hostales	Sí ()	No ()	Albergues	Sí ()	No ()	Oficinas de turismo	Sí ()	No ()
Restaurantes	Sí ()	No ()	Resorts	Sí ()	No ()	Internet	Sí ()	No ()
Distancia entre los atractivos ancla								
Desde	Hasta		Total tiempo (aprox.)			Total kms. (aprox.)		

Actividades complementarias a desarrollar

_____ **Actividad 1:**
 _____ Descripción:
 _____ Horario:
 _____ Costo:
 _____ Ubicación:

Operadores que comercializan el producto

Operadores _____ locales:
 Operadores _____ mayoristas:
 Operadores _____ minoristas:

Fotografías

Mapas

Anexo 2. Encuesta a turistas

ENCUESTA A TURISTAS (NACIONALES Y EXTRANJEROS)

Estimado visitante el motivo de la presente encuesta es para caracterizar la demanda potencial para de un Producto Turístico Cultural para la ciudad de León, Nicaragua denominado "Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León", y con ello crear un nuevo producto que diversifique la oferta turística y promover así un desarrollo turístico sostenible del departamento.

¡Muchas gracias por su colaboración!

Edad_____ **Procedencia**_____ **Ocupación**_____

Grado de instrucción:_Universitario____ Técnico____ Bachiller____ Otro____

1. Ingresos anuales:

Alto____ Medio____ Bajo____

2. Gasto promedio por día:

Más de \$50____ De \$49 a \$30____ De \$29 a \$20____ Menos de \$19____

3. ¿Cuál es su tiempo de estadía en la ciudad de León?

1/2 día ____ 1 día____ 2-3 días____ 4días a más____

En relación a la visita en el destino turístico

4. ¿Cuándo viaja que tipo de turismo practica?

Turismo cultural____ Turismo de sol y playa____ Turismo de naturaleza____ Turismo Rural____ Turismo de salud____ Turismo religioso____

5. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

6. Persona con quien viaja:

Solo____ En pareja____ Con amigos____ En familia con niños____ familia sin niños____ Grupo organizado____

7. Formas de organización del viaje:

Por cuenta propia____ Tour operadora____ Con agencia de viaje (mayorista)____
¿Otra____Cuál? _____

8. ¿Cuántas veces ha venido a este destino?

Primera vez ____ Segunda vez____ Tres veces o más ____

9. En el caso que haya retornado ¿Cuál ha sido el motivo de su regreso?

10. ¿Qué actividades le gusta/gustaría realizar cuando visita un destino cultural?

Visita a monumentos ____ Carnavales ____ Intercambios culturales ____ Gastronomía
____ Danzas tradicionales ____ Visita a museos____ Eventos literarios____ Eventos de
costumbres y tradiciones (Mitos y leyendas) ____ Otra ¿Cuál? _____

11. Si no marcó eventos de costumbres y tradiciones (mitos y leyendas), cuáles fueron los motivos:

Impedimento físico____ Visita de corto tiempo____ Costo adicional____ Desconfianza de
las condiciones de seguridad____

Otro, ¿Cuál? _____

**12. Si entre sus respuestas usted marcó costumbres y tradiciones (mitos y leyendas),
¿Con qué frecuencia le gustaría realizar estas actividades relacionadas?**

Una vez al año____ Dos veces al año____ Tres veces al año____ Otra ¿Cuántas veces?

13. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a invertir en estas actividades culturales?

Una hora____ Dos horas____

Tres horas____

½ día____

14. ¿En qué meses del año en que preferiría realizarlas?

____, _____, _____, _____

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las actividades?

5 a 10 dólares___ 11 a 15 dólares___ 16 a 20 dólares___ 21 dólares a más___

16. ¿Qué estrategias publicitarias utiliza al seleccionar un destino turístico?

Reportajes televisivos_____ Brochures/Volantes_____ Revistas_____ Internet_____
Oficinas de información turística_____ Ferias internacionales_____ Agencias de viajes_____
Amigos_____

Guía internacional_____ Otra. ¿Cuál? _____

17. Cualquier sugerencia o recomendación

¡MUCHAS GRACIAS!

Anexo 3. Encuesta a pobladores

Encuesta a pobladores de la ciudad de León.

Somos estudiantes de la carrera de Gestión de Empresas Turísticas de la UNAN-LEÓN, el motivo de la presente encuesta es para el Diseño de un Producto Turístico Cultural para la ciudad de León, Nicaragua denominado "Mitos y leyendas, rescate de la identidad cultural de la ciudad de León", y con ello crear un nuevo producto que diversifique la oferta turística y promover así un desarrollo turístico sostenible del departamento.

Sexo: Femenino___ Masculino___ **Edad**___ **Procedencia**_____
Ocupación_____

1- ¿Qué lugares de la ciudad consideras atractivos para realizar actividades turísticas culturales?

2- ¿Conoce que actividades turísticas culturales se están realizando actualmente en la ciudad?

Tour por la ciudad___ Visita a los museos___ fiestas patronales___ ferias culturales___ festivales___

3- ¿Te gustaría que la ciudad de León sea reconocida turísticamente por su cultura?

Si___ No___ tal vez___

4- ¿Cuáles actividades culturales considera que podemos incluir en un producto turístico cultural enmarcado en los mitos y leyendas?

5- ¿Estaría dispuesto a trabajar prestando algún servicio turístico?

Si___ No___ tal vez___

6- ¿Considera que las actividades turísticas le traerán beneficios a la ciudad de León?

Sí___ No___ tal vez___ ¿Cuáles? _____

7- ¿Considera que el turismo cultural puede traer aspectos negativos para la ciudad de León?

Sí___ No___ tal vez___ ¿Cuáles? _____

8- ¿Cuáles de estos beneficios cree que traerán consigo el desarrollo turístico para la ciudad de León?

- Diversifica la economía local_____
- Genera empleo local _____
- Integración a la actividad turística_____
- Rescate del patrimonio_____
- Promueve las actividades culturales _____
- Promueve la conservación y el uso responsable de la zona_____

Anexo 4. Tabla de presupuesto del producto

Descripción del servicio	Precio unitario de costos por día	Total
Alimentación (almuerzo)	\$7.20	\$22
Alimentación (Cena)	\$12.00	\$24.00
Alojamiento	\$56	\$112
Transporte	\$5	\$5
Museo Leyendas y tradiciones	\$1.44	\$1.44
Tour por Catedral	\$2	\$2
Museo Marina Maradiaga	\$1	\$1
Refrigerio	\$3	\$3
Presentación documental	\$10	\$10
Guia Turistico (pp)	\$15	\$45
Total	\$113	\$225.04

Descripción del servicio	Precio unitario de costo	Total
Alimentación (almuerzo)	\$3.00	\$9.00
Alimentación (Cena)	\$3.00	\$6.00
Alojamiento	\$10	\$20
Transporte	\$4	\$4
Museo Leyendas y tradiciones	\$1.44	\$1
Tour por Catedral	\$2	\$2
Museo Marina Maradiaga	\$1	\$1
Refrigerio	\$3	\$3
Presentación documental	\$10	\$10
Guia Turistico (pp)	\$15	\$45
Total		\$101.44

Producto	Precio de Costo	Precio de venta	Ganancia o utilidad	Ganancia o utilidad %
Producto Platino	\$225.04	\$281	\$56.26	25%
Producto Bronce	\$101.44	\$127	\$25.36	25%

Margen de ganancia o utilidad
25%

Tasa de cambio 34.72