

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua  
UNAN-LEÓN  
Escuela de Turismo.**



**Monografía para optar al Título  
de  
Licenciatura en Gestión de Empresas Turísticas.**

**“Propuesta para el desarrollo de la actividad turística en el  
Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, Ciudad de León”.**

**Autores:**

***Vianney del Carmen Fornos García.***

***Ana Lucila Baldizón Barrantes.***

**Tutor:**

***Msc. Carlos Anastasio Santovenia Pérez.***

**Asesores:**

***Ing. Esteban Barrera (estadística y metodología)***

***Lic. Manuel Bravo (diseño)***

**Octubre 2004**



## INDICE

<b>Contenido</b>	<b>Páginas</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>1. Introducción.</b>	1
<b>CAPITULO II</b>	
<b>2. Marco Teórico</b>	2
2.1. Planteamiento del problema	2
2.2. Justificación	4
2.3. Objetivos	5
2.4. Marco Conceptual	6
2.5. Planificación Turística	9
2.5.1. Objetivos de la Planificación.	9
2.5.2. Formas de Planificación.	9
2.5.3. Niveles de Planificación Turística	10
2.5.4. Modelo de Planificación Turística.	11
2.6. La actuación del Turismo en espacios patrimoniales y monumentales.	12
2.6.1. Turismo y Gestión municipal del Patrimonio cultura y monumental.	12
2.6.2. Diferenciación Operativa del Patrimonio.	13
2.6.3. Modelo Funcional del Patrimonio.	13
2.6.4. La Gestión del Patrimonio Cultural y Monumental a nivel Local	14
2.7. La Planificación Interpretativa.	15
2.7.1. Análisis-diagnóstico-objetivo-estrategias-programas-ejecucion-seguimientos.	15
2.7.2. Retos y exigencias para la gestión Turística.	16
2.7.3. La capacidad de carga en el caso particular de las ciudades históricas y monumentales.	17
<b>CAPITULO III</b>	
<b>3. Metodología.</b>	19
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>4. Presentación de Resultados.</b>	20
4.1 Diagnóstico del área.	20
4.1.1. Inventario de atractivos turísticos del conjunto urbano de la Catedral de la Asunción.	20
4.1.2. Inventario de facilitadores turísticos del conjunto urbano de la Catedral de la Asunción.	36
4.1.3. Diagnostico General.	53
4.1.4. Síntesis del Diagnósticos.	55
4.1.5. Análisis de la Oferta.	56
4.1.5.1. Valoración de los atractivos desde el punto de vista de su conservación y nivel de competitividad en relación a otros atractivos.	56
4.1.5.2. Valoración de los facilitadores desde el punto de vista de la calidad y cantidad de los mismos.	58
4.1.6. Análisis de la Demanda.	60
4.1.6.1. Número de turistas esperados	61
4.1.6.2. Permanencia en el lugar.	61



4.1.6.3. Estacionalidad.	62
4.1.6.4. Demanda Real y Potencial.	62
4.2. Resultados de las encuestas.	64
4.2.1. Resultados de las encuestas aplicadas a turistas.	64
4.2.2. Evaluación del Conjunto Urbano de la Catedral.	64
4.2.2.1. Opinión del grado de conservación del patrimonio.	64
4.2.2.2. Imagen que proyecta el Conjunto Urbano.	65
4.2.2.3. Conocimiento del promedio de eventos de atracción turística, que se realiza en el Conjunto Urbano.	67
4.2.2.4. Eventos Conocidos.	67
4.2.2.5. Opinión sobre los servicios que provee el área.	68
4.2.2.6. Opinión sobre la calidad de los servicios existentes que provee el área.	68
4.2.3. Motivos por los cuales sería importante la restauración del patrimonio histórico.	69
4.2.3.1. Opinión de cómo le gustaría ver al conjunto Urbano de la Catedral	69
4.2.4. Tipos de actividades que le gustaría que se realicen en el conjunto urbano de la Catedral.	70
4.2.5. Tipos de servicios que deberían haber en el conjunto urbano de la catedral.	71
4.2.6. Valor en orden de prioridad, considerados para una visita.	72
4.2.7. Recomendaciones emitidas por los turistas para un mejor aprovechamiento.	73
4.2.8. Resultados obtenidos respecto a los datos generales de los turistas encuestados.	73
4.2.8.1. Motivos del viaje.	74
4.2.8.2. Estadía.	74
4.2.8.3. Tiempo de permanencia.	74
4.2.8.4. Promedio de gastos.	74
4.3. Resultados de encuestas aplicados a ciudadanos de León que viven o trabajan en el Centro Histórico.	76
4.3.1. Evaluación del Conjunto Urbano de la Catedral.	76
4.3.1.1. Grado de conservación del patrimonio Histórico-artístico.	76
4.3.1.2. Imagen que proyecta.	76
4.3.1.3. Promedio de eventos de atracción turística.	77
4.3.1.4. Servicios que provee a los visitantes.	78
4.3.1.5. Calidad de los servicios existentes para los visitantes.	79
4.3.2. Motivos por los cuales sería importantes la restauración del patrimonio del conjunto Urbano de la Catedral.	79
4.3.3. Opinión de cómo le gustaría ver el conjunto urbano de la catedral.	80
4.3.4. Tipo de actividades que le gustaría se realicen en el conjunto urbano de la Catedral.	81
4.3.5. Tipo de servicios turístico que deberían de proveer en el conjunto urbano de la catedral.	82
4.3.6. Importancia del porque implementar acciones para incrementar el número de turistas.	84
4.3.6.1. Para incrementar las ventas de los establecimientos de alimentos y	84



---

bebidas existentes.	
<b>4.3.6.2.</b> Permite que los artesanos locales expongan y vendan sus productos.	84
<b>4.3.6.3.</b> Generar más opciones de recreación.	85
<b>4.3.6.4.</b> Permite un mayor aprovechamiento de los recursos históricos-artísticos.	85
<b>4.3.6.5.</b> Competir turísticamente a nivel internacional.	85
<b>4.3.7.</b> Sitios priorizados por los ciudadanos para realizar visitas.	86
<b>4.3.8.</b> Recomendaciones emitidas por los ciudadanos residentes.	89
<b>CAPITULO V</b>	
<b>5. Análisis de los Resultados.</b>	90
<b>CAPITULO VI</b>	
<b>6. Propuesta para la implementación de la planificación estratégica turística en el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción.</b>	97
<b>6.1</b> Introducción.	97
<b>6.2.</b> Objetivos.	98
<b>6.3.</b> Mejoras de la imagen, promoción y marketing	98
<b>6.4.</b> Conservar y comunicar el patrimonio.	101
<b>6.5.</b> Desempeño y funcionamiento del Recurso Humano	102
<b>6.6.</b> Incentivo de la inversión y financiamiento.	103
<b>6.7.</b> Ordenamiento territorial e infraestructura.	106
<b>6.8.</b> Sostenibilidad del Recurso.	107
<b>CAPITULO VII</b>	
<b>7.1. Conclusiones de la Monografía.</b>	108
<b>7.2. Recomendaciones de la Monografía.</b>	109
<b>8. Bibliografía consultada.</b>	110
<hr/> <b>9. ANEXOS</b>	111



## **DEDICATORIA**

Dedicamos nuestro trabajo a Dios todopoderoso, fuente de vida y alimento de sueños y esperanzas.

A nuestras fuentes motivacionales, que se manifiestan a través del amor de todos y cada uno de los seres que nos aprecian, que nos motivan y que han contribuido a materializar los conocimientos e inspirado a crecer por medio del aprendizaje continuo como personas conscientes de la realidad circundante.

A nuestro León de Nicaragua, porque con su altivez de ciudad colonial ha logrado inspirar muchos sueños de grandeza y en el seno de sus regazos ha acogido a hombres y mujeres de bien que han pregonado por el mundo su magnificencia.

A las largas horas de trabajo que nos han enseñado por medio de la paciencia la importancia de la constancia y la perseverancia para alcanzar las metas.

A nuestras aspiraciones de poder aportar un granito de arena al desarrollo de la actividad turística en la ciudad de León.



## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios la oportunidad que nos ha regalado con la vida, la oportunidad de tener una familia, de tener una formación profesional, de tener amigos y sobre todo de tener conciencia de la importancia de todo ello en nuestras vidas, principalmente cuando he llegado el momento de alcanzar una importante meta.

Agradecemos a todos y cada uno de los individuos, que con sus aportes materiales e inmateriales nos han ayudado en la realización de nuestra investigación.

Agradecemos a nuestros formadores, que nos han orientado en la senda del saber hasta llegar al inicio de un nuevo ciclo.

Y finalmente a los “Ángeles”, que nos han guiado con su luz en momentos de agobios, ubicándonos con sus palabras nuevamente en el camino.



## CAPITULO I

### 1. Introducción

En esta investigación monográfica decidimos trabajar en una propuesta para el desarrollo de la actividad turística en el Conjunto Urbano de La Insigne y Real Basílica Catedral de la Asunción de la Bienaventurada Virgen María de la ciudad de León-Nicaragua. (Usualmente llamada: Catedral de León o Catedral de La Asunción, siendo este último la referencia a usar en este trabajo investigativo.)

Este conjunto urbano se encuentra enclavado en la zona central de la ciudad de León y comprende el espacio físico de la segunda calle norte a la tercera calle sur y la segunda avenida este a la tercera avenida oeste (**Anexo 1**).

En este conjunto no se ha desarrollado en su totalidad el turismo, siendo esta una zona apta para el desarrollo del turismo cultural por poseer el legado histórico – artístico representativo de la arquitectura barroca y neoclásica, que datan del período colonial (siglo XVIII) y por poseer una gran variedad de recursos culturales que consideramos deben ser aprovechados para el desarrollo adecuado de la actividad turística. Partiendo de que existe un problema de falta de aprovechamiento óptimo de la actividad turística en un área con un alto potencial, en donde han surgido elementos para el turismo de forma espontánea sin la planificación adecuada, sin orientación, regulación y de forma aislada.

Por tal razón seleccionamos esta área, para que a través de los conocimientos adquiridos y las investigaciones realizadas, podamos hacer la propuesta de un plan estratégico que plantee un aprovechamiento integral de los recursos contenidos en el objeto de estudio.

La metodología utilizada se fundamentó en visitas de campo, entrevista a Responsable de la Oficina del Centro Histórico (**Anexo 2**) y encuestas a visitantes nacionales y extranjeros, además fundamentados en la documentación bibliográfica existente.

Este trabajo se llevó a cabo de forma continua, siguiendo el plan de investigación y realizando un análisis profundo en el atractivo para lograr una acertada valoración de las condiciones que presenta el lugar, para convertirse en un sitio turístico. Como resultado de esta investigación presentamos un informe completo con la caracterización general del área, las propuestas para el desarrollo del turismo cultural y las líneas de acción a seguir para la aplicación de estrategias.

Esta investigación pretende ser de gran importancia para el departamento y la ciudad de León, procurando ser una herramienta eficaz y eficiente para el desarrollo del conjunto urbano, mediante la gestión profesional del turismo; que a continuación presentamos.



## CAPITULO II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1. Planteamiento del problema

La ciudad de León tiene un alto potencial para el desarrollo de la actividad turística en diferentes modalidades como: turismo cultural, rural, ecológico, entre otros.

La ciudad fue declarada Patrimonio Nacional el 7 de Julio de 1983 por el decreto 179, debido a las características relevantes de la arquitectura colonial y todo el legado histórico-artístico que posee principalmente toda la zona denominada Centro Histórico, motivo por el cual consideramos necesario planificar adecuadamente la actividad turística.

El problema es la falta de aprovechamiento óptimo de la actividad turística en un área con un alto potencial, en donde han surgido elementos para el turismo, de forma espontánea, sin regulación, ni orientación y de forma aislada. A esto hay que sumarle acontecimientos históricos que contribuyeron al deterioro o destrucción parcial de los principales enclaves históricos de la ciudad de León.

Consideramos de carácter urgente empezar a desarrollar la infraestructura turística de forma planificada, ya que esto daría solución al crecimiento desordenado de establecimientos comerciales de tipo turístico y no turístico (**Anexo 3**); a la conservación, protección y aprovechamiento de los recursos patrimoniales y la inutilización de los espacios baldíos existentes en el conjunto urbano de la Catedral de la Asunción, en la ciudad de León.

Dentro de los beneficios para la sociedad leonesa, encontramos las siguientes: mejoras de la calidad de vida, mayores opciones de actividades recreativas y formativas, un mejor ordenamiento de infraestructura vial y aprovechamiento y desarrollo de la producción local; elemento que contribuye a levantar la economía de las pequeñas y medianas empresas.

Es necesario y urgente dar solución al problema para disminuir el riesgo de efectos negativos, producto de la actividad turística, como por ejemplo: prostitución infantil, inconformidad de la sociedad civil, uso por encima de la capacidad de carga.



Nuestra investigación comprende el conjunto urbano de la Catedral de la Asunción, limitado:

**Norte:** 2<sup>da</sup> calle norte, entre la 3<sup>ra</sup> avenida oeste y la 2<sup>da</sup> avenida este.

**Sur:** 3<sup>ra</sup> calle sur, entre la 3<sup>ra</sup> avenida oeste y la 2<sup>da</sup> avenida este.

**Este:** Con la 2<sup>da</sup> avenida este, entre la 2<sup>da</sup> calle norte y la 3<sup>ra</sup> calle sur.

**Oeste:** Entre la 2<sup>da</sup> calle norte y la 3<sup>ra</sup> calle sur.

El límite teórico corresponde a las áreas de planificación territorial, planificación del espacio turístico y la gestión municipal del patrimonio cultural y monumental.



## **2.2. Justificación**

Con la aplicación y realización de nuestra propuesta pretendemos contribuir a la solución del problema de centralización de la actividad turística en nuestro país<sup>1</sup>, ayudar a la protección y conservación del patrimonio arquitectónico y por ende proponer estrategias que permitan incrementar el flujo turístico en la ciudad de León. Consideramos que se debe presentar una mayor y mejor calidad de la oferta turística, atraer la inversión y disminuir el riesgo de la misma; facilitar la tipificación de la demanda turística de acuerdo con las características de la ciudad, todo esto es posible con el amplio conocimiento del fenómeno turístico y la aplicación adecuada de técnicas de planificación que contribuyan a encausar los esfuerzos que ya se están realizando.

Las razones por las cuales consideramos necesario hacer el estudio, están dirigidas y fundamentadas en la conservación patrimonial y el aprovechamiento óptimo de los recursos en pro del beneficio de la sociedad civil y del patrimonio histórico, artístico y cultural. Por tanto es necesario partir de un diagnóstico que demuestre las condiciones del conjunto desde el punto de vista del turismo cultural particularmente con el propósito de elaborar una propuesta que se sustente en los principios de la sostenibilidad y la competitividad.

Con nuestro trabajo también estamos contribuyendo al desarrollo científico y técnico de nuestra universidad, ya que si nuestro esfuerzo es retomado por las instituciones que rigen el desarrollo local, puede contribuir grandemente al desarrollo turístico de esta localidad y por ende a nuestra experiencia en la formación profesional.

---

<sup>1</sup> Todo el Turismo en Nicaragua esta centralizado en las ciudades de Granada, Masaya y Managua (Boletín Informativo INTUR 2003)



## **2.3. Objetivos**

### **General**

- Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para el conjunto urbano de la Catedral de la Asunción.

### **Específicos**

- Identificar las características de la oferta del conjunto urbano de la Catedral de la Asunción a través de la realización de un inventario de facilitadores e incentivadores y diagnóstico general del área.
- Determinar las características de la demanda por medio de la aplicación de encuestas y registros de centros de interés turístico.
- Diseñar una propuesta de desarrollo turístico destinado para el conjunto urbano de la Catedral con características de utilización práctica adecuado a la tipología de turismo cultural.



## 2.4. Marco Conceptual

**Capacidad de carga:** la capacidad de carga no es fácil de determinar, pero constituye un instrumento de trabajo indispensable para la planificación racional del desarrollo turístico y para la gestión de patrimonio cultural, intenta fijar los límites del desbordamiento turístico en cada sector. Esta deberá entenderse como el uso pleno de cualquier área que no vaya acompañado de efectos negativos sobre los recursos, reduzca la satisfacción de los visitantes o tenga un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de la zona. OMT, 1993. Referido al Turismo engloba cuatro ámbitos. **(O" Reilly, 1986).**

- 1. Capacidad de carga física:** límites referidos a la capacidad del sistema productivo para suministrar servicios turísticos, o bien referidos a la capacidad de un área para acoger turistas. En el caso primero, se trata de identificar límites físicos de la oferta turística disponible como alojamiento, infraestructura, suministro de agua, etc. En el segundo caso, los límites físicos se refieren a la calidad ambiental y se suele asociar con el desarrollo del medioambiente. Puede definirse como: "El número máximo de personas que pueden usar un área sin que produzcan una alteración inaceptable del entorno físico". **(O" Reilly, 1986).**
- 2. Capacidad de carga psicológica o de percepción:** límites referidos a la satisfacción del visitante. Puede definirse como "el máximo número de personas que pueden usar un área sin que provoque una alteración inaceptable en la experiencia de los visitantes"  
**(O" Reilly, 1986).**
- 3. Capacidad de carga social:** límites basados en la tolerancia de los habitantes respecto a los visitantes. En destinos turísticos se puede producir actitudes negativas hacia el visitante que pueden afectar al desarrollo turístico y puede definirse como: "el nivel de actividad turística por encima del cual se produce un cambio negativo en la población local". **(O" Reilly, 1986).**
- 4. Capacidad de carga económica:** límites basados en el equilibrio entre los beneficios económicos y los impactos negativos que genera la actividad turística sobre las economías locales. Se trata de evitar, en la medida de lo posible, las posiciones de monocultivo sectorial, y de aprovechar las propias oportunidades ofrecidas por el turismo para renovar los sectores tradicionales y estimular el desarrollo de nuevas actividades. Puede definirse como: "la capacidad de absorber las funciones turísticas sin desplazar actividades económicas locales y deseables". **(O" Reilly, 1986).**

**Centro turístico:** es todo conglomerado urbano, que cuenta con su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico. **(Miguel A. Acerenza, 1994)**



**Conservación:** es una filosofía que rige la forma y el ritmo en que se utilizan los recursos y se puede definir como “gestión de los recursos del medio ambiente, que permite obtener el nivel más alto de calidad de vida, pero siempre dentro de los límites marcados por la sostenibilidad”. **(Jafar Jafari, Enciclopedia del Turismo, 2002)**

**Conservación Cultural:** “constituye un esfuerzo que asegura la estabilidad de la herencia del presente, manteniéndola protegida contra interferencias de cualquier tipo que puedan producirse en el futuro”. **(Jafar Jafari, Enciclopedia del Turismo, 2002).**

**Imagen:** Va Referido a un conjunto de creencias e impresiones basadas en el procesamientos de datos procedentes de distintas fuentes de información, cuyo resultado es una impresión global formada por la combinación de varios atributos como podrían ser los atractivos entremezclados que han sido percibidos y mentalmente asimilados **(María Teresa Gil Edo, Rafael Lapiedra Alcamí, María Teresa Fernández, 1999)**

**Núcleos turísticos:** se refiere a todas las agrupaciones menores de diez atractivos turísticos de cualquier jerarquía y categoría, que están aisladas en el territorio y por tanto tienen un funcionamiento turístico rudimentario o carecen por completo de él, debido precisamente a su grado de incomunicación. La cantidad de atractivos puede oscilar entre dos y nueve, porque las agrupaciones aisladas mayores deben clasificarse como zonas potenciales. **(Compendio, Primer curso de postgrado “Turismo y desarrollo Sostenible” 2002.)**

**Oferta turística:** supone el conjunto de bienes y servicios ofrecidos para satisfacer los deseos y necesidades de la demanda turística durante su viaje y estancia en el destino turístico. Aquí se engloba todo lo que puede consumir un turista durante su viaje: Transporte, alojamiento, alimentación, sanidad, recursos naturales, etc.... **(V.J.Molés y E.V.Salas, 1996)**

1. **Oferta turística básica:** está constituida por aquellos productos cuyos elementos se fundamentan en prestar el servicio de alojamiento en sus diferentes modalidades.
2. **oferta turística complementaria:** conjunto de actividades que se pueden realizar como complemento de la oferta básica y pueden constituir en sí misma un atractivo turístico y muchas veces un factor clave para la captación de turistas.

**Patrimonio:** conjunto de los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico(...) también forma parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques que tengan



Valor artístico, histórico o antropológico. **(Ley del patrimonio histórico internacional)**

**Patrimonio:** Todos los monumentos, objetos arqueológicos, históricos, culturales y artísticos del país existente en el territorio de la República, sea quien fuere su dueño, se consideran parte del Patrimonio Artístico, Cultural e Histórico de la nación y estarán bajo la salvaguardia y protección del estado. **(Arto. 2 Ley de protección al Patrimonio Artístico, Cultural e Histórico de la Nación)**

**Patrimonio turístico:** conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas **(OMT, 1993)**.

**Plan especial:** es un instrumento para la ordenación de un conjunto monumental que, más allá de hacer referencia a la protección de recintos y edificios monumentales, puede y suele orientarse también hacia la preservación del conjunto de la estructura urbana. **(Plan especial de revitalización del C.H., 1998)**

**Producto turístico:** conjunto de componentes capaces de satisfacer una experiencia de viaje que responda a unas motivaciones determinadas de un segmento de mercado. **(Oliveras Joseph, 1998)**

**Recursos turísticos:** conjunto de elementos que configuran el patrimonio natural, histórico, monumental, artístico y cultural, junto con los objetos y establecimientos de interés turístico y que tiene un poder de atracción turística. **(V.J. Molés y E.V. Salas, 1996)**.

**Servicios y equipamientos:** son los elementos que permiten que el visitante cubra sus necesidades básicas y disfrute de los atractivos del destino. **(Elaboración propia)**

**Turismo Cultural:** es aquel que tiene por objeto entre otros objetivos, el descubrimiento de sitios y monumentos. Ejerce sobre ellos un efecto positivo considerable en la medida que, para sus propios objetivos, concurre a manera viva su protección. Esta forma de turismo justifica en efecto los esfuerzos que este mantenimiento y esta protección exige de la comunidad humana, en razón de los beneficios socio-culturales y económicos que genera para el conjunto de las poblaciones afectadas. **(Carta de Turismo Cultural /ICOMOS, 1997)**



## 2.5. Planificación Turística

Según **Molina y Rodríguez**<sup>2</sup> “La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo a sus intereses y aspiraciones”. Para estos autores, la planificación no tiene una metodología única y verdadera, ya que está sujeta a los factores externos, los cuales son muy cambiantes.

Para **Venancio Bote** la planificación del turismo “no es una actividad que se realiza periódicamente, sino que es una actividad permanente”.

### 2.5.1. Objetivos de la planificación

La planificación tiene por objetivo un cambio necesario en el orden económico y social del pueblo por la vía de la negociación. La naturaleza, profundidad y efectos de dicho cambio varían de un país a otro, de una ciudad a otra. Los cambios que pueden alcanzarse son de dos tipos:

1. Cuantitativos: la planificación como instrumento de racionalización y consolidación de la estructura imperante.
2. Cualitativo: se considera la planificación como la herramienta mediante la cual se alteran sustancialmente las estructuras vigentes.

El riesgo de planificar sin tener claro el objetivo que se pretende alcanzar, trae como consecuencia la maximización de los problemas, por ello es indispensable darle un uso en el sentido correcto; uso que el medio económico y social debe marcar para lograr un beneficio colectivo.

### 2.5.2. Formas de planificación

**Edgar Alfonso Hernández** propone tres formas de planificación en su libro “**Planificación Turística**” (1996) y añade que son las más frecuentes en el caso de las economías de los países latinoamericanos, donde el sector público ha logrado una fuerte intervención.

De la misma manera, **Sergio Molina y Sergio Rodríguez** en su libro “**Planificación Integral del Turismo**” proponen estas mismas tres formas englobándolas en una sola categoría, según la naturaleza del Estado; estas tres formas son:

---

<sup>2</sup> Sergio Molina y Sergio Rodríguez, 1991 Planificación Integral del Turismo, Un enfoque para Latinoamérica. Editorial Trillas, México.



- Indicativa
- Imperativa
- Mixta

Las otras clasificaciones o tipos de planificación a como los llama Sergio Molina son:

#### **Temporal**

- corto plazo (5 a 7 años)
- mediano plazo (5 a 20 años)
- largo plazo (de 20 años en adelante)

#### **Geográfica**

- Nacional: aquellas cuyas políticas son aplicables en el país.
- Regional: válida para una amplia zona del país con características físicas, económicas y sociales similares.
- Estatal o provincial: aquella que solo tiene vigencia dentro de los límites de un Estado, provincia o departamento.
- Municipal: constituida por los lineamientos válidos para un municipio.

A pesar de que las acciones de planificación tienen diferentes ámbitos espaciales y temporales, debe de existir un alto grado de coherencia entre ellas, ya que de otra manera, no se puede asegurar su continuidad, con lo que se ocasionan serios trastornos a la comunidad.

#### **De acuerdo con su objeto**

- Global: abarca con sus lineamientos toda una nación y sus diferentes sectores.
- Económica: su campo de acción se refiere a la organización de la producción de bienes y servicios.
- Social: se ocupa de los aspectos relacionados con la organización del grupo social.
- Física: se encarga de ordenar las actividades del hombre en el espacio territorial disponible.
- Intersectorial: deriva de la planificación económica y se ocupa de organizar las actividades de ciertos sectores de ésta, pero no en su totalidad.
- Sectorial: procede igualmente de la planificación económica, pero se refiere exclusivamente a un solo sector económico.

### **2.5.3. Niveles de la planificación turística**

Siguiendo con Hernández, éste presenta 2 niveles para la planificación del turismo, los cuales son válidos tomar en cuenta, para la realización de propuestas de planeación:



- 1. Planificación Económica del Turismo:** proceso mediante el cual se analiza la actividad turística dentro de un ámbito determinado, describiendo su desarrollo histórico, previendo su desenvolvimiento natural y estableciendo conscientemente para su futuro un modelo integral de comportamiento a través de la fijación de objetivos e instrumentos claros y alcanzables, a fin de promover, coordinar y dirigir su desarrollo en absoluta integración con el proceso de la economía a la que pertenece y está integrada. Se utiliza en gran medida la metodología y las técnicas experimentadas en otras ramas económicas, adaptándolas a sus requerimientos y modificándolas cuando las singularidades de ciertas variables así lo requieran.
- 2. Planificación Física del Turismo:** es la ordenación, dirección y control de las actividades turísticas en el territorio a través de los medios físicos que las hacen posibles y la adecuación del espacio donde se desarrollan. Este nivel incluye la organización de los atractivos, el espacio y la planta turística.

#### **2.5.4. Modelo de planificación turística:**

El modelo de planificación, que a continuación presentamos, fue elaborado por **Edward Inskip** en 1991, el que es considerado como una propuesta de planificación integral. Este modelo contiene las siguientes fases:

1. Preparación del estudio: Abarca la decisión de proceder con el estudio, escribir los términos de referencia del proyecto de estudio la organización del proyecto.
2. Determinar los fines y objetivos del desarrollo: Los fines y los objetivos del desarrollo son decididos primero de manera preliminar y están sujeto a modificaciones como resultado de la retroalimentación que se produce durante la formulación del plan y la evaluación de los impactos.
3. Diagnóstico: Realizar el diagnóstico e inventario de la situación existente y las características del área de desarrollo.
4. Análisis y Síntesis: Consiste en analizar la información obtenida con el diagnóstico y realizar una síntesis de ese análisis; lo cual proporciona muchos de los elementos básicos para la formulación del plan y la elaboración de las recomendaciones.
5. Formulación del Plan: Comprende la formulación de la política de desarrollo y la elaboración del plan. Normalmente basada en la preparación y la evaluación de políticas y planes alternativos.
6. Recomendaciones: Formulación de las recomendaciones a partir de los elementos proyectados en el plan. Estas son necesarias para cumplir los objetivos del plan.



7. Implementación: consiste en la implementación o ejecución del plan y las recomendaciones establecidas, utilizando diferencias técnicas que deben de ser identificadas en el plan.
8. Monitoreo: Esta etapa abarca el monitoreo y retroalimentación continua de las recomendaciones del plan y el proceso de ejecución, que incluye ir haciendo los ajustes necesarios.

Consideramos que este es uno de los modelos de planificación más completos que existen, de donde retomamos algunas fases (realización de un diagnóstico e inventario de la situación existente, el análisis, síntesis y recomendaciones) como medios para la elaboración de nuestra propuesta.

Citamos otros autores de teorías de planificación que pudieran utilizarse como referencia a futuros desarrollos turísticos (**Anexo 4**).

## **2.6. La actuación del turismo en espacios patrimoniales y monumentales**

Tomando en consideración que el espacio en estudio presenta características especiales (Núcleo del centro histórico de la ciudad) y específicas (Existencia de mausoleos de personalidades nacionales destacadas a nivel internacional) consideramos importante fundamentar la documentación teórica con la mención de otros modelos de gestión turística municipal aplicada en ciudades históricas Europeas, con el propósito de complementar el propuesto por **Inskeep**.

### **2.6.1. Turismo y gestión municipal del patrimonio cultural y monumental.**

En el III Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Gijón, 29 y 30 de noviembre de 1996, se expuso lo siguiente:

El **Cultural Tourism Project**, llevado a cabo por la **European Association for Education in Tourism, Leisure and Arts**, ha estimado que cerca del 20% de los visitantes de atracciones culturales en Europa pueden considerarse turistas culturales. Tales visitantes pertenecen a grupos socio-económicos de nivel educativo alto y tienen principalmente edades comprendidas entre los 20 y los 29 años. Esto revela una clara tendencia hacia la creciente demanda de una nueva tipología del turismo cultural.

Por tanto en términos generales puede admitirse que el patrimonio cultural y monumental puede tratarse como un sistema complejo, que además carece de una definición universal y de una clara división de las formas de turismo, que se basan en él.



En la declaración de Mallorca de 1995, elaborada en el marco de una conferencia sobre turismo, cultura y medio ambiente, se declaró que la función turística de la cultura y el patrimonio monumental debe extenderse más allá de la cultura cualitativa y alcanzar la cultura popular, es decir “la cultura de lo cotidiano” en el sentido antropológico.

### 2.6.2. Diferenciación operativa del patrimonio

A continuación se propone una diferenciación operativa del patrimonio desde la perspectiva de su potencial uso turístico, para su correcta agrupación

1. Paisajes. Entendido como una realidad activa y dinámica y como resultado histórico-social, debe ser reconocido como un elemento clave y una categoría específica del patrimonio.
2. Monumentos. Edificios singulares civiles y religiosos, hitos urbanos, muestras del patrimonio popular, parques y jardines y legados por generaciones. Todos forman una categoría específica de recursos.
3. Colecciones. Obras de arte, vestigios de historia social, elementos de historia natural y elementos tradicionales son algunos de los contenidos más habituales que pueden ser visitados en galerías de artes o museos.
4. Tradiciones. Es lo que hace referencia a la actividad productiva y reproductiva de los grupos sociales. Cuestiones como la elaboración de quesos, pastelerías, cerámica, cestería etc.
5. Símbolos. Aspectos simbólicos asociados a un lugar generan distinciones culturales de muy diversa índole, que pueden traducirse en recursos inmateriales, que fácilmente pueden derivar manifestaciones culturales específicas o que incluso pueden ocasionar el desarrollo de instalaciones concretas.
6. Eventos. Se refiere a eventos culturales que se producen periódicamente en algunos lugares como es el caso de los festivales de música, teatro comic, folklore o cine. Estos tienen efectos muy relevantes en términos de afectación del mercado turístico.

### 2.6.3. Modelo funcional del patrimonio

En relación a las funciones del patrimonio como un gran potencial para el desarrollo de la actividad turística Pardo (1996), plantea que pueden establecerse cuatro modelos de relación entre turismo y patrimonio cultural y monumental:

1. **El modelo mercantilista:** emerge desde los años sesenta y está vinculado al ocio y a la diversión. En él se considera a la cultura un valor añadido a una oferta de diversión explícita.



2. **El modelo patrimonial:** desarrollado específicamente en Gran Bretaña en 1984, ha tenido como resultado la creación de la nueva Museología, que ha convertido los museos y sitios en lugares especiales, divertidos y con capacidad para transferir información.
3. **El modelo competencial:** desarrollado en los países europeos continentales, es el modelo basado en el cumplimiento de la legislación. Los recursos que se generan no sirven para crear nuevas sinergias y procesos de cambio.
4. **El modelo indiferente:** propio de la mayoría de los países mediterráneos de Europa. El patrimonio existe al margen de su uso como componente de las propuestas de desarrollo económico. No existe un planteamiento estratégico respecto a la gestión de los recursos existentes sino que, a lo sumo se mantienen propuestas de inventario y clasificación.

No existe, por lo tanto, una única tradición para solucionar la ecuación que relaciona turismo y patrimonio; no obstante el modelo que más se acerca a nuestra finalidad es el Modelo Patrimonial.

#### 2.6.4. La gestión del patrimonio cultural y monumental a nivel local

En España en el caso de los bienes declarados de interés cultural existe una ley de protección del patrimonio histórico-artístico, al igual que en Nicaragua (Ley de Protección al patrimonio Cultural de la Nación), pero no existe una teoría para guiar el desarrollo de la gestión del patrimonio para manejo de actividades turísticas; para lo que los Españoles le atribuyen a los municipios las genéricas competencias de:

- Cooperar con la conservación y custodia de los bienes.
- Adoptar las medidas para evitar el deterioro, pérdida o destrucción de los bienes.
- Notificar las amenazas, daños o perturbaciones de la función social de los bienes y las dificultades y necesidades que tengan.

En el artículo 20 de la **Ley 16-85 (Legislación Española)** precisa la obligación de realizar un plan especial para los bienes declarados de interés cultural, de esto se retoma para Nicaragua la utilización del llamado "Plan Especial", el cual es un instrumento para la ordenación de un conjunto monumental que, más allá de hacer referencia a la protección de recintos y edificios monumentales, puede y suele orientarse también hacia la preservación del conjunto de la estructura urbana. Se basa en un estudio formal y funcional del tejido urbano y de las relaciones entre sus hitos más significativos. Desde el punto de vista del planteamiento, puede generalizarse, para su realización, los niveles de tratamiento que **Fernández y Leboeido (1994)**, proponen para un Centro Histórico.



1. Por sectores temáticos.
2. Por áreas homogéneas.
3. Por áreas concretas.
4. Por edificios aislados.

La gestión del planteamiento hecho por Fernández y Laboreado, debe ir acompañada por una decidida participación local, especialmente por parte de los colectivos implicados o afectados, tanto durante el proceso de redacción del plan como durante la fase de implementación, protección y revitalización deben ser, por lo tanto, los dos objetivos de los documentos, que se preocupan por la reordenación del patrimonio monumental.

## **2.7. La planificación interpretativa.**

La gestión local del patrimonio cultural y especialmente, monumental, pasa por establecer planes de conservación y valorización específicos. Tales planes tienen que considerar necesariamente, dos tipos de disposiciones: conservar el patrimonio y comunicar el patrimonio. Se trata de elaborar un plan que contemple las siguientes fases.

### **2.7.1. Análisis diagnóstico-objetivos-estrategias-programas-ejecución seguimiento.**

Un procedimiento de este estilo debe permitir pasar de la fachada al ambiente, del monumento al paisaje y de la conservación a la síntesis creativa (**Millar, 1994**). Para ello (**Antoine, 1987**) propone las siguientes acciones:

1. la mejora del conocimiento ( a través por ejemplo , de la realización de inventarios, o la celebración de seminarios sobre temas específicos)
2. la elección de dominios de acción prioritarias (tales como: restauración de parques y jardines, restauración de edificios de interés, etc....)
3. el establecimiento de relaciones de confianza entre los agentes implicados en la conservación ( por ejemplo: acuerdos con los servicios de patrimonio y de otros niveles de administración, convenios con asociaciones y entidades dedicadas a la protección, revisión de la situación fiscal de los propietarios)
4. la búsqueda de los sistemas de financiación necesarios para la conservación del patrimonio (programas europeos, convenios con empresas privadas, etc....)
5. el establecimiento de participación voluntaria en la conservación y valorización del patrimonio.



Por otra parte, en lo referente a la comunicación, las estrategias a plantear son: **(Antoine, 1987)**

1. la difusión del conocimiento del patrimonio (a través de publicaciones, documentación o exposiciones)
2. la apertura del patrimonio al público ( en colaboración con las administraciones locales de turismo y de urbanismo, implicados en el tema para la creación de circuitos y su puesta en valor)
3. la consideración de nuevas formas de patrimonio.
4. La mejora del funcionamiento de las instituciones competentes
5. La mejora de la formación en el dominio del patrimonio (conservación y comunicación)

### **2.7.2. Retos y exigencias para la gestión turística del patrimonio cultural y monumental.**

La producción de turismo cultural está ocasionando debates, que tal y como señala **Swarbrooke (1994)**, hacen referencia a nuevos retos, que llevan a pensar que es conveniente no concebir el patrimonio solamente como una herencia del pasado sino también como un instrumento vivo, para ser usado, aunque sea , en determinados casos, para funciones de consumo recreativo y turístico nuevas. Para ello expone tres retos:

**Superar la musealización:** evolucionarla hacia posiciones más activas y vitalizadoras. Ello implica activar la potencialidad educativa y recreativa del patrimonio como instrumento permanente de sensibilización social. En el caso de las ciudades históricas, por ejemplo, la principal actividad que desarrolla el turista, además de visitar museos, es pasear y pasear significa pulsar una ciudad que se desea viva. **(Romero, 1994)**

**Enfocar la tematización:** en términos de patrimonio cultural y monumental, tematizar significa interpretar y comunicar la evidencia. Es un instrumento muy útil, especialmente para los segmentos de turistas menos calificados en el consumo turístico del patrimonio cultural y monumental, inclusive nos permite obviar elementos que no se encuentren directamente implicados con el contenido temático principal, de acuerdo con la expectativa precisa que tiene el usuario.

**Renunciar al aislamiento:** los efectos de la creación de redes de turismo cultural y monumental son útiles a fin de crear sinergias entre destinos y espacios. La asociación puede ser útil para definir niveles de servicios, precios y sistemas de



Comercialización común: En el caso de las ciudades históricas no puede separarse la gestión de su patrimonio de las posibilidades de ofrecer su entorno inmediato.

La renuncia al aislamiento puede implicar, además, la gestión de sistemas variados de colaboración entre empresas turísticas e instalaciones culturales.

En conclusión el documento sobre turismo cultural, publicado por la Comisión de las Comunidades Europeas en (1993), plantea tres objetivos:

1. Modernizar y mejorar la accesibilidad de los lugares de la cultura, salvaguardando el entorno.
2. Multiplicar y descentralizar los centros de interés y favorecer las innovaciones.
3. Organizar un mercado nacional o regional de productos turísticos culturales.

El reto para las administraciones municipales, es pues convertir el turismo cultural y patrimonial en un instrumento eficiente para el desarrollo local sostenible y la preservación del patrimonio.

### **2.7.3. La capacidad de carga en el caso particular de las ciudades históricas y monumentales.**

Hay tres conceptos de capacidad de carga turística para una ciudad histórica monumental:

- Capacidad de carga física: señala que a partir de rebasarla el medio ambiente y los recursos culturales se ven afectados negativamente.
- Capacidad de carga económica: señala que una vez superada, provoca que las otras funciones de la ciudad empiecen a sufrir efectos negativos y la economía urbana puede empezar a resentirse.
- Capacidad de carga social: señala que cuando el número de visitantes es excesivo, los residentes perciben el turismo como algo negativo.

La capacidad de carga o acogida tiene varias manifestaciones, que es importante señalar, para tomarlas en consideración al momento de la planificación:

- Deterioro físico de los recursos. Puede tener diversos orígenes (tacto, luz artificial, cambios atmosféricos, otros que provoquen los visitantes).
- Saturación de ciertas infraestructuras y actividades de apoyo del turismo monumental (se da en el caso del acceso



- Reacciones radicales de rechazo en la población residente. (por la apropiación de la demanda turística y de los agentes foráneos, de recursos, espacios, infraestructura o servicios urbanos)
- Rechazo hacia el producto turístico por parte de la demanda. (se produce cuando la presión del flujo de visitantes es muy elevada)

La capacidad de carga turística de las ciudades históricas es limitada, ya que los recursos son muy frágiles y además, no renovables, por tanto se deben fijar los límites para impedir el desbordamiento turístico en cada sector, teniendo en cuenta las relaciones físicas y sociales resultantes.

En síntesis las fases que retomamos del planteamiento de *Inskeep*, la utilizamos como parte inicial de nuestra investigación donde realizamos un diagnóstico que nos permitió la obtención de información precisa para realizar un planteamiento objetivo y práctico del potencial aprovechamiento del conjunto urbano; para poder integrar lo artístico y monumental del conjunto, con la *vida cotidiana del mismo*, teniendo como resultado un “producto turístico original” que se acerca a lo propuesto en el *modelo patrimonial* y a la *filosofía* de conservación y protección del recurso lo cual nos conlleva a enfrentar retos detectados en sitios donde se han implementado planes de aprovechamiento turístico en patrimonios históricos donde ha estado al margen el aspecto habitual; y que debemos superar basados en modelos que lo incluya.



## CAPITULO III

### 3. Metodología.

Debido a la magnitud y lentitud que implica la elaboración de un plan de desarrollo decidimos modificar el tema inicial que era “Propuesta de Plan para el desarrollo turístico del Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción” por el de “Propuesta para el desarrollo de la actividad turística en el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, ciudad de León”.

Para la realización de esta investigación se utilizó el método inductivo-deductivo; en el cual contempla una fase inductiva en el inicio, tomándose todos los datos obtenidos para convertirlos en una propuesta que fue el resultado final de nuestra investigación en una fase deductiva.

El método de pensamiento que utilizamos fue el clínico, realizando una revalorización y actualización del diagnóstico existente, en los estudios realizados en el Centro Histórico de la ciudad de León: “El Plan Especial de revitalización del Centro Histórico”, “El Plan Preliminar de Desarrollo Turístico Sostenible – Abril 2001” y El Proyecto de “Mejoramiento Físico Catedral de León y su entorno urbano – Abril 2002”. Para ello aplicamos aspectos generales del Turismo Cultural a los problemas particulares presentes en el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, el cual es nuestro objeto específico de estudio.

El método de trabajo fue explicativo en el que se analizaron variables como el tipo de turismo, las condiciones de la infraestructura, entre otras.

Como parte importante de este trabajo, se realizó un análisis FODA, un inventario de los facilitadores e incentivadores para la oferta turística existente en el área, entrevista a la Arq. Carolina Madriz (**Anexo 2**), responsable de la oficina del Centro Histórico de la ciudad de León. Aplicamos 200 encuestas que fueron dirigidas a los ciudadanos leoneses (100), visitantes nacionales y extranjeros (100), con la finalidad de obtener los datos para cumplir nuestros objetivos, los cuales se redactaron tomando como base la fundamentación teórica antes indicada. Nuestra muestra se seleccionó de forma aleatoria no probabilística, sin repetición. Además de observación del entorno (**Anexo 5**); que proporcionaron la información básica sobre la cual se crearon las propuestas, cumpliendo con los objetivos generales y específicos planteados.

El diseño de la investigación fue no experimental, de tipo transversal en el que no se manipularon las variables. En el estudio se analizaron la situación de la oferta y la demanda, en relación a la actividad turística ya existente en el Conjunto y en relación a la actividad potencial.



## CAPITULO IV

### 4. Presentación de Resultados.

#### 4.1 Diagnóstico del Área.

Asumiendo el Plan de Revitalización del Centro Histórico como plan de idea crítica que nos da la pauta, para motivar nuestro trabajo de investigación, señalamos lo siguiente:

En el Plan Especial de Revitalización del Centro Histórico de León (Espinoza R. et...al, 2002), se contempla al conjunto urbano de la Catedral de la Asunción como la Zona I de protección rigurosa en ámbito de Grado I; lo que significa que este conjunto es muy importante, ya que contiene relevancia para el aprovechamiento del desarrollo de la actividad turística, pero a su vez el plan dirige sus esfuerzos hacia encontrar la mejor manera de proteger, conservar y restaurar el Patrimonio Histórico-artístico existente; para lograr integrar a la ciudad como una más de las ciudades coloniales existentes en Latinoamérica y de esta manera poder hacer uso de sus atributos desde el punto de vista turístico. Argumento que criticamos ya que no es lo mismo un estricto sistema de planificación turística que una planificación urbana netamente.

Por tales motivos consideramos realizar el siguiente diagnóstico:

##### 4.1.1. Inventario de atractivos (incentivadores) turísticos del conjunto urbano de la Catedral de la Asunción.

Para la realización de este inventario de atractivos turísticos del área en estudio, utilizamos como modelo una ficha de evaluación de recursos turísticos, tomada del curso número 4 "Estrategias operativas de manejo de productos turísticos orientados al desarrollo local" realizado en la UNAN-León del 01-08 de octubre del año 2002, el cual fue impartido por el profesor Joseph Oliveras S. dicha ficha fue modificado de acuerdo a los objetivos de este estudio.

Cabe mencionar que la actividad económica en el área es muy dinámica y por ende este inventario de atractivos está sujeto a cambios o alteraciones que pudieran ser considerados para futuros estudios.

La fuente utilizada fue la oficina de información Turística, la Alcaldía Municipal y el INTUR, además de la utilización del método de observación y el levantamiento oficial del inventario propiamente.

El objetivo que perseguimos con la presentación de este inventario es de mostrar el estado real en que se encuentran los principales atractivos existentes en el conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción.



### FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 1

<b>1.DENOMINACIÓN:</b> Festividad de San Jerónimo	<b>2.UBICACIÓN O REFERENCIA:</b> 29 y 30 de Septiembre. Iglesia de Sutiaba y Catedral
<b>3.TIPO DE ATRACTIVO:</b>  Atractivo natural ----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input checked="" type="checkbox"/>  Patrimonio monumental:----- <input type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/>	<b>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>  Las festividades de San Jerónimo inician en la Catedral el día 29 de Septiembre con la bajada del santo hacia Sutiaba en donde permanece durante toda la noche en vela resguardado por la comunidad indígena de Sutiaba. Regresa el día 30 a la Catedral donde permanece la imagen el resto del año. El principal atractivo es ver desfilar por la Calle Real más de 28 toros huacos que participan en la procesión. Esta es una tradición de más de 40 años.
<b>6. ACCESO:</b>  Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros----- <input type="checkbox"/>	<b>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:</b>  La Junta Directiva de los Toros Huacos de Sutiaba y los mayordomos de San Jerónimo, todos miembros de la comunidad indígena, que año con año trabajan en la organización de dicha festividad con la intención de mantener viva la cultura del pueblo leonés.
<b>8.ENTORNO:</b> Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input checked="" type="checkbox"/>  Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/>  Integración al entorno----- <input type="checkbox"/>	<b>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO:</b> Estado de conservación: a) bien conservado <input type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/>  Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input checked="" type="checkbox"/> c) baja <input type="checkbox"/>
<b>10.POTENCIALIDAD TURÍSTICA:</b> Alta <input checked="" type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/>	<b>12. RECOMENDACIONES:</b> - Recuperar el ritual original - Colocar una cuadrilla de limpieza que venga al final de la procesión. - Brindar mayor seguridad policial durante el recorrido. - Mayor orden en la procesión para que puedan apreciarse los bailes.
<b>11.VALORACION:</b> Desde el punto de vista de mantener viva la tradición cultural esto es muy importante, pero es necesario corregir la cantidad de promesantes ebrios que participan de la procesión así como también las cantidades de basura que estos dejan.	



## FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No.2

<p>1.DENOMINACIÓN: Casa CUUN-UNAN Carlos Castro Wasmer.</p>	<p>2.UBICACIÓN O REFERENCIA: Frente a Cancha 23 de Julio, 1ra avenida nor-oeste.</p>
<p>3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Es la casa donde se encuentran las oficinas de atención a estudiantes de la UNAN. Cuenta con una clínica odontológica y otra de atención de medicina general, una farmacia y las oficinas de cultura y deporte, todo al servicio de la comunidad universitaria. Construida en la 1ra mitad del Siglo XX, antiguamente era la casa del General Carlos Castro Wasmer, quien fue alcalde de León.</p>
<p>6. ACCESO: Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Otros.----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES: La Universidad Nacional Autónoma de León. Está a cargo de las autoridades estudiantiles pero el inmueble pertenece a la universidad.</p>
<p>8.ENTORNO: Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - ninguna</p>
<p>11.VALORACION: Consideramos que la potencialidad turística es baja ya que el inmueble no posee rasgos relevantes, sin embargo los murales pintados en sus paredes resultan de interés para algunos amantes de la revolución.</p>	



**FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 3**

<p>1.DENOMINACIÓN: Casa de Salud Debayle</p>	<p>2.UBICACIÓN O REFERENCIA: Barrio el Sagrario, Primera avenida sureste. Costado este de la Catedral 1 cuadra el sur.</p>
<p>3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Casa esquinera de dos pisos y balcón corrido, de tipo de pilar esquinero construida en 1814 para ser utilizada como banco privado, bautizado como Bola de Oro, es un edificio que conserva detalles arquitectónicos únicos de la época colonial leonesa. Declarada Patrimonio Artístico Histórico Nacional en 1983. Desde 1900-1931 tuvo múltiples funciones En 1998 colapsó y a partir de ese año se inicio su reconstrucción, ejecutada por la Escuela Taller y financiado por la AECl.</p>
<p>6. ACCESO: Libre ----- <input type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input checked="" type="checkbox"/> Otros.-----</p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:  Alcaldía Municipal de León <u>Observaciones:</u> Actualmente esta casa cumple con múltiples funciones como: talleres de pintura, biblioteca, servicios de alquiler de salones para conferencias y eventos. Atención en horarios de oficina. Y es nombrado Centro Cultural Nicaragua.</p>
<p>8.ENTORNO: Limpieza Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input checked="" type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/>  Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input checked="" type="checkbox"/> c) baja <input type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input checked="" type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - Aprovechar al máximo la grandiosa historia que tiene la casa desde su construcción hasta nuestros días y ofertar tours programados para los visitantes que acuden a León. - Acondicionar una pequeña sala museo para recrear la escena en que se analizó el cerebro de Rubén Darío.</p>
<p>11.VALORACION: El edificio perdió valor al ser reconstruido ya que se inició su recuperación cuando ya estaba casi totalmente devastada, además en su reconstrucción no se utilizaron los materiales originales aunque aun conserva el estilo arquitectónico.</p>	



**FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 4**

<p>1.DENOMINACIÓN: Alcaldía Municipal de León</p>	<p>2.UBICACIÓN O REFERENCIA: Costado norte del Parque Central</p>
<p>3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Originalmente en estos terrenos se ubicó el cabildo de León en 1751; más tarde se construyó este edificio en 1942 destinado para el Club Social. A partir del 79 tuvo otros usos institucionales y recreativos. Su expresión formal se basa en la unidad geométrica enmarcada en el Art Deco de los años 20.</p>
<p>6. ACCESO: Libre ----- <input type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input checked="" type="checkbox"/> Otros.-----</p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES: La Municipalidad. Atención con horarios de oficina.</p>
<p>8.ENTORNO: Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - Ninguna</p>
<p>11.VALORACION: Las características arquitectónicas del edificio rompen un poco con la armonía del Conjunto, sin embargo es de interés público, porque en él se encuentran las oficinas que rigen el funcionamiento político del municipio.</p>	



### FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 5

<p>1.DENOMINACIÓN: Iglesia de la Merced.</p>	<p>2.UBICACIÓN O REFERENCIA: Esquina nor-oeste del parque central 1 ½ c al norte.</p>
<p>3.TIPÒ DE ATRACTIVO:</p> <p>Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Iglesia colonial, que data de la primera mitad del S. XVIII, con fachada Barroca y algunos elementos Neo-clásicos. Es la única iglesia que presenta su torre campanario fuera de la línea de la fachada. Es muy importante para el pueblo Católico leonés, porque en esta se guarda la imagen de la Virgen de Mercedes patrona de la ciudad; cuya celebración es el 24 de septiembre.</p>
<p>6. ACCESO:</p> <p>Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Privado----- <input type="checkbox"/></p> <p>Con autorización----- <input type="checkbox"/></p> <p>Horario de atención----- <input type="checkbox"/></p> <p>Otros----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES: La diócesis de León comandada por el obispo. Mns. Bosco Vivas Róbelo. <u>Observación:</u> este inmueble no se encuentra abierto todos los días, no existen restricciones para visitantes que lleguen cuando está abierto y se encuentra en un sitio muy lleno de actividad, por estar cerca del edificio central de la UNAN.</p>
<p>8.ENTORNO:</p> <p>Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p>Parqueo----- <input type="checkbox"/></p> <p>Áreas verdes-----Exteriores <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Señalización - señalización turística:----- <input checked="" type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERISTICAS DEL RECURSO:</p> <p>Estado de conservación:</p> <p>a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>b) abandonado <input type="checkbox"/></p> <p>c) en ruinas <input type="checkbox"/></p> <p>Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico:</p> <p>a) alta <input type="checkbox"/></p> <p>b) media <input type="checkbox"/></p> <p>c) baja <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input checked="" type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - Potenciar la celebración de la Virgen de Mercedes, proyectando su festividad a todos los departamentos del país. - promover el valor histórico y arquitectónico del inmueble ofertando tours guiados para los visitantes que lo deseen, por un especialista en la materia.</p>
<p>11.VALORACION: Consideramos que es un potencial turístico medio, en el sentido que el inmueble no está diseñado de acuerdo a sus funciones para ser un lugar turístico. Sin embargo puede ser potenciada la manifestación religiosa-cultural en torno a la Virgen de Mercedes.</p>	



### FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 6

<p>1.DENOMINACIÓN: Edificio central de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. UNAN-LEÓN.</p>	<p>2. UBICACIÓN O REFERENCIA: Contiguo a la iglesia de la Merced.</p>
<p>3.TIPO DE ATRACTIVO:</p> <p>Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4. BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Edificio moderno, construido en el año 1929, e inaugurado en 1947, ubicado primeramente en el lugar que ocupó el convento de la Merced. Su estilo sigue la corriente Neoclásica cuya aceptación estuvo dentro de la arquitectura Leonesa. Es un edificio medianero a la Iglesia la Merced, la zona desde el punto de vista arquitectónico esta alterada por edificios de estilo contemporáneo. Una evidencia ecléctica muy particular y elegante.</p>
<p>6. ACCESO:</p> <p>Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Privado----- <input type="checkbox"/></p> <p>Con autorización----- <input type="checkbox"/></p> <p>Horario de atención----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Otros----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES: La institución a cargo es la rectoría de la UNAN, actualmente bajo la dirección del Magnífico Rector: Ernesto Medina Sandino. <u>Observación:</u> el acceso es libre pero funciona con horarios de oficina. El edificio está enteramente dedicado a las actividades administrativas y protocolarias.</p>
<p>8.ENTORNO:</p> <p>Limpieza Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p>Parqueo----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Áreas verdes-----Interiores <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO:</p> <p>Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/></p> <p>Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input checked="" type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - Utilizar la historia de la universidad como un incentivador turístico, ya que la UNAN es la primera universidad en el país. - Crear un equipo de guías profesionales, dentro del área de protocolo, para que se encarguen de realizar tours a los visitantes que acuden casi a diario.</p>
<p>11.VALORACION: este edificio cumple con funciones públicas relacionadas a la educación universitaria, sin embargo puede ser utilizado como un incentivo para la actividad turística de la ciudad, ya que muchos de los visitantes que acuden, llegan por motivos de estudio y trabajo relacionados con la universidad.</p>	



**FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 7**

<p>1.DENOMINACIÓN: Insigne y Real Basílica Catedral de la Asunción de la Bienaventurada Virgen Maria de la ciudad de León.</p>	<p>2.UBICACIÓN O REFERENCIA: Costado oriental de la plaza central.</p>
<p>3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Es la catedral más grande de Centro América, la tercera construida en León, el arquitecto es Diego de Porres; es un inmueble con un alto valor monumental. Su período de construcción abarca 1747-1780. Es el valor arquitectónico monumental más grandioso de la ciudad.</p>
<p>6. ACCESO: Libre ----- <input type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input checked="" type="checkbox"/> Horario de atención----- <input checked="" type="checkbox"/> Otros.----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES: La diócesis de León a cargo del obispo Mns. Bosco Vivas Róbelo. <u>Observaciones:</u> la catedral está abierta al público todos los días, pero no todos los días hay accesibilidad para realizar tours. El horario de atención es restringido y la realización de tours dependerá de las actividades eucarísticas programadas.</p>
<p>8.ENTORNO: Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes-----Interiores <input checked="" type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input checked="" type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input checked="" type="checkbox"/> c) baja <input type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input checked="" type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - utilizar este patrimonio monumental como un importante recurso turístico. - ofrecer tours por un personal calificado para ello. -hacer un estudio para delimitar la capacidad de carga física, para determinar la viabilidad de incrementar el número de visitantes.</p>
<p>11.VALORACION: tiene un alto potencial por su valor histórico y artístico-monumental, sin embargo para el óptimo aprovechamiento del recurso es importante tomar medidas en relación a la capacidad de carga, al entorno y a los factores externos que podrían perjudicar la conservación del recurso.</p>	



### FICHA INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 8

1. DENOMINACIÓN: Colegio Capilla de la Asunción.	2. UBICACIÓN O REFERENCIA: Costado Sur del parque Central.
3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/>	4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Período de construcción de 1679-1935. Actualmente es un colegio de primaria y secundaria, en la capilla se celebran ceremonias religiosas, lo atractivo es la presencia de características del arte Gótico en la fachada de la Capilla. Originalmente fue diseñado para ser ocupado como palacio episcopal.
6. ACCESO: Libre ----- <input type="checkbox"/> Privado----- <input checked="" type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros.----- <input type="checkbox"/>	7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:  Las madres de la Asunción son las que administran el recurso desde el año de 1898. <u>Observación:</u> el edificio funciona con los horarios establecidos para escolares.
8.ENTORNO: Limpieza Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes-----Interiores <input checked="" type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/>	9.CARACTERISTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/>
10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input checked="" type="checkbox"/>	12. RECOMENDACIONES: - Conservar la belleza arquitectónica del edificio, porque la capilla por si sola es un atractivo en el conjunto.
11. VALORACION: originalmente el inmueble mantuvo las líneas tradicionales de los edificios coloniales. Actualmente lo que se conserva original es la capilla, el resto ya fue reconstruido con materiales nuevos, por tanto el valor patrimonial disminuyó. Consideramos no tiene mucha relevancia para la actividad turística.	



### FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 9

<b>1.DENOMINACIÓN:</b> Colegio San Ramón.	<b>2.UBICACIÓN O REFERENCIA:</b> Frente al costado sur de la Catedral.
<b>3.TIPO DE ATRACTIVO:</b> Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/>	<b>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b> Edificio construido en el año 1752, fue seminario y sede universitaria, actualmente es un colegio de primaria y secundaria.
<b>6. ACCESO:</b> Libre ----- <input type="checkbox"/> Privado----- <input checked="" type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros----- <input type="checkbox"/>	<b>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:</b> La diócesis de León. <u>Observación:</u> el acceso es con previa autorización y los horarios se rigen al establecido para los escolares y sus funciones se limitan a las relacionadas a la educación.
<b>8.ENTORNO:</b> Limpieza Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/>	<b>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO:</b> Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/>
<b>10.POTENCIALIDAD TURISTICA:</b> Alta <input type="checkbox"/> media <input checked="" type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/>	<b>12. RECOMENDACIONES:</b> - potenciar este recurso, incluyendo un tour que explique e ilustre al visitante el desarrollo histórico de la primera universidad del país. - Que sea un edificio de uso alternativo para desconcentrar actividades que se realicen en la Catedral y sea parte del circuito de la misma.
<b>11. VALORACION:</b> posee un valor histórico, que resulta de interés para el Turismo, ya que poco después de su construcción, albergó a la universidad. Posee valor arquitectónico en su estructura en dos niveles superiores, que se agregaron a principios del S. XX.	



## FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 10

<p>1. DENOMINACIÓN: Casa donde murió el poeta Alfonso Cortés.</p>	<p>2. UBICACIÓN O REFERENCIA: De ENITEL 75 Vrs. Al oeste.</p>
<p>3. TIPO DE ATRACTIVO:</p> <p>Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio histórico-artístico:----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio monumental:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4. BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: No existe dato del período de construcción. El uso originalmente es de vivienda. La casa es importante porque en ella se encontraban pertenencias y documentación del poeta, el cual es considerado uno de los tres más grandes después de Darío, además de que aquí ocurrió su muerte.</p>
<p>6. ACCESO:</p> <p>Libre ----- <input type="checkbox"/></p> <p>Privado----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Con autorización----- <input type="checkbox"/></p> <p>Horario de atención----- <input type="checkbox"/></p> <p>Otros.----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES: Particulares. <u>Observación:</u> este inmueble funcionó durante algunos años como museo dedicado al poeta, pero fue cerrado y abandonado.</p>
<p>8. ENTORNO:</p> <p>Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p>Parqueo----- <input type="checkbox"/></p> <p>Áreas verdes----- <input type="checkbox"/></p> <p>Señalización - señalización turística:----- <input checked="" type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>9. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO:</p> <p>Estado de conservación: a) bien conservado <input type="checkbox"/> b) abandonado <input checked="" type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/></p> <p>Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>10. POTENCIALIDAD TURÍSTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input checked="" type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Activar el museo dedicado a Alfonso Cortés.</li><li>- Gestionar a través de la Alcaldía ante la dirección general del patrimonio la reactivación y mantenimiento de tan importante recurso.</li></ul>
<p>11. VALORACIÓN: Este inmueble, podría ser relevante por contemplar acontecimientos históricos relacionados a un personaje importante. Sin embargo no podemos tener acceso al recurso por ser de carácter privado.</p>	



**FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No. 11**

<b>1.DENOMINACIÓN:</b> Curia Episcopal.	<b>2.UBICACIÓN O REFERENCIA:</b> Costado sur de Catedral.
<b>3.TIPÒ DE ATRACTIVO:</b> Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input checked="" type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/>	<b>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b> Construido en el S. XX. El uso original, es el que actualmente tiene. Es un edificio de nueva construcción con estilo Neo-clásico localizado entre edificios de predominio Neo-clásico tradicional. Posee una tipología con patio de corredor y traspatio.
<b>6. ACCESO:</b> Libre ----- <input type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input checked="" type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros----- <input type="checkbox"/>	<b>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:</b>  La curia Episcopal. <u>Observaciones:</u> no existe admisión a visitantes, sólo es permitido al gremio religioso y político, es donde reside el obispo y no es aprovechado con otros fines.
<b>8.ENTORNO:</b> Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes-----Interiores <input checked="" type="checkbox"/> Señalización -señalización turística:----- <input type="checkbox"/> -señalización vial:----- <input type="checkbox"/> -información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/>	<b>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO:</b> Estado de conservación: a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/>  Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/>
<b>10.POTENCIALIDAD TURISTICA:</b> Alta <input type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input checked="" type="checkbox"/>	<b>12. RECOMENDACIONES:</b>  - Restauración de la fachada como atractivo visual-histórico. Como complemento del complejo urbano
<b>11.VALORACION:</b> . Posee un interés exclusivamente religioso.	



**FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No.12**

<p>1.DENOMINACIÓN: Mausoleo héroes y mártires.</p>	<p>2.UBICACIÓN O REFERENCIA: Costado oeste de la oficina de información turística.</p>
<p>3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input checked="" type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Este mausoleo fue diseñado como un homenaje a los héroes caídos durante la insurrección del año 1979. De fondo se encuentra un gran mural que fue pintado por el grupo de muralismo Hamburgo-León, 1988-1990 y restaurado en 1996. Los artistas son: Sonke Nissen-Kaaack-Klaus Klinger-Baltazar Gutiérrez-Rafael Flores-Jorge Johar- Carlos Pineda. En el mural se encuentra plasmada una reseña histórica de Nicaragua.</p>
<p>6. ACCESO: Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:  La municipalidad. <u>Observaciones:</u> el mausoleo tiene acceso libre y es siempre un atractivo para muchos que visitan la ciudad, no existe ni horarios, ni restricciones para entrar.</p>
<p>8.ENTORNO: Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input checked="" type="checkbox"/> Señalización -señalización turística:----- <input type="checkbox"/> -señalización vial:----- <input type="checkbox"/> -información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input type="checkbox"/> b) abandonado <input checked="" type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/>  Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input checked="" type="checkbox"/> c) baja <input type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input checked="" type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - restaurar la pintura - mayor iluminación. - mayor cuidado de las áreas verdes. - colocar dentro del espacio algunas áreas con sombra. - aprovechar este recurso como un incentivador para la oferta turística de la localidad.</p>
<p>11. VALORACION: tiene un amplio valor como patrimonio histórico-artístico, sin embargo se encuentra un poco abandonado, por las noches es bastante oscuro y no existe nadie que resguarde el lugar, además la pintura la cual es el principal atractivo, necesita ser restaurada.</p>	



**FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No.13**

<p>1. DENOMINACIÓN: festividad de la Asunción de María "Gritería Chiquita".</p>	<p>2. UBICACIÓN O REFERENCIA: Catedral 14 y 15 de Agosto.</p>
<p>3. TIPO DE ATRACTIVO:</p> <p>Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio histórico-artístico:----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio monumental:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Eventos programados y científicos:----- <input type="checkbox"/></p>	<p>4. BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</p> <p>Actividad religiosa, que se inició hace 56 años, producto de una promesa que el pueblo Católico de León hiciera a la Virgen de la Asunción, para que ella intercediera ante la violenta erupción del volcán Cerro Negro, que tenía aterrado a León bajo una tormenta de arena. Es una celebración tradicional.</p>
<p>6. ACCESO:</p> <p>Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Privado----- <input type="checkbox"/></p> <p>Con autorización----- <input type="checkbox"/></p> <p>Horario de atención----- <input type="checkbox"/></p> <p>Otros.----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES: La Diócesis.</p> <p><u>Observaciones:</u> en este caso el pueblo católico es el protagonista, de realizar la promesa de penitencia de celebrar la noche previa al día de la Asunción la llamada "Gritería Chiquita", donde cada hogar coloca su altar en honor a la Virgen María y la gente circula de casa en casa diciendo "quien causa tanta alegría" y se les entrega un dulce, comida u objetos. Además la ciudad se llena de algarabía y hay mucha quema de pólvora.</p>
<p>8. ENTORNO:</p> <p>Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p>Parqueo----- <input type="checkbox"/></p> <p>Áreas verdes----- <input type="checkbox"/></p> <p>Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/></p> <p>- señalización vial:----- <input type="checkbox"/></p> <p>- información general:----- <input type="checkbox"/></p> <p>Integración al entorno----- <input type="checkbox"/></p>	<p>9. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO:</p> <p>Estado de conservación:</p> <p>a) bien conservado <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>b) abandonado <input type="checkbox"/></p> <p>c) en ruinas <input type="checkbox"/></p> <p>Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico:</p> <p>a) alta <input type="checkbox"/></p> <p>b) media <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>c) baja <input type="checkbox"/></p>
<p>10. POTENCIALIDAD TURÍSTICA: Alta <input checked="" type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No dejar perder la tradición.</li> <li>- Incentivar los valores artísticos que aun puedan rescatarse, como por ejemplo la creatividad en los altares.</li> <li>- Resguardar el orden.</li> <li>- Crear estrategias preventivas de desastres provocados por la pólvora.</li> </ul>
<p>11. VALORACION: debe de potenciarse esta manifestación religiosa y aprovechar los elementos adjuntos como el arte, el folclor, la gastronomía, entre otros que se suman a la actividad. Sin embargo, esta manifestación ha perdido su originalidad al adoptar elementos de otras costumbres y culturas.</p>	



**FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No.14**

<p>1.DENOMINACIÓN: Concurso de gigantonas</p>	<p>2.UBICACIÓN O REFERENCIA: Plaza central. 8 de diciembre.</p>
<p>3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>4.BREVE DESCRIPCIÓN DEL RECURSO: Este es un concurso que se realiza para premiar a los mejores copleros y mejores diseñadores de gigantonas, esta es la figura de una mujer la cual ridiculiza a la mujer española del tiempo de la Colonial. En su interior va un hombre el cual hace mover a la muñeca al son de los tambores y es acompañada por otro personaje el "Enano cabezón" y un coplero (personaje que hace referencia al lenguaje popular en forma de versos).</p>
<p>6. ACCESO: Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros----- <input type="checkbox"/></p>	<p>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:  La municipalidad, la Casa de Cultura y el comité organizador del evento.  Observaciones: actualmente se ha optado por realizar el concurso en el estadio municipal.</p>
<p>8.ENTORNO: Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input type="checkbox"/></p>	<p>9.CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/>  Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input checked="" type="checkbox"/> c) baja <input type="checkbox"/></p>
<p>10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input checked="" type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/></p>	<p>12. RECOMENDACIONES: - Organizar mejor la actividad. - Que existan mayores incentivos para los participantes. - Proyectar más ampliamente el evento. - Involucrar a los empresarios leoneses para que patrocinen los premios del concurso.</p>
<p>11. VALORACIÓN: esta manifestación artístico-cultural, posee un amplio potencial para la actividad turística, ya que representa una tradición muy peculiar de la ciudad, actualmente no tiene mucha trascendencia, pero podría convertirse en un imán por su colorido y gran valor cultural.</p>	



### FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACIÓN DEL RECURSO ESPECÍFICO No.15

<b>1.DENOMINACIÓN:</b> Celebración del día de los Estudiantes.	<b>2.UBICACIÓN O REFERENCIA:</b> Cancha 23 de julio.
<b>3.TIPO DE ATRACTIVO:</b> Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input type="checkbox"/> Eventos programados y científicos:----- <input checked="" type="checkbox"/>	<b>4.BREVE DESCRIPCION DEL RECURSO:</b> Importante efeméride para la comunidad universitaria, en la cual se conmemora la masacre estudiantil realizada el día 23 de julio del año 1958. Es una manifestación estudiantil que se concentra en la cancha 23 de julio, para la realización de un acto político-cultural.
<b>6. ACCESO:</b> Libre ----- <input checked="" type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros.----- <input type="checkbox"/>	<b>7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:</b> CUUN- UNAN. Observaciones: Ninguna.
<b>8.ENTORNO:</b> Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input type="checkbox"/>	<b>9.CARACTERISTICAS DEL RECURSO:</b> Estado de conservación: a) bien conservado <input type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input checked="" type="checkbox"/>
<b>10.POTENCIALIDAD TURISTICA:</b> Alta <input type="checkbox"/> media <input checked="" type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/>	<b>12. RECOMENDACIONES:</b> - Convertir este evento en una manifestación cultural. - Organizar y desarrollar un amplio programa cultural, para todo el día, en donde se propicie un concurso en música y canto con temas alegóricos, danza, poesía, entre otros.
<b>11. VALORACION:</b> Consideramos que esta manifestación tiene un potencial histórico, pero resultaría mas atractivo si se aprovechara la ocasión para proyectar los valores artísticos que posee la universidad.	



#### **4.1.2. Inventario de facilitadores turísticos del Conjunto urbano de la Catedral de la Asunción.**

Para la realización de este inventario de facilitadores turísticos del conjunto Urbano de la Catedral aplicamos como modelo una ficha técnica de evaluación de facilitadores turísticos utilizada por el **INTUR**, la cual modificamos de acuerdo a los objetivos que plantea nuestro estudio, las fuentes de información utilizadas fueron la Oficina de Información Turística, la Alcaldía Municipal y el **INTUR**, además de nuestros criterios al momento de realizar el levantamiento de inventario propiamente, en determinados casos fue necesaria una pequeña entrevista con el dueño o responsable del establecimiento.

Cabe señalar que el objetivo por el cual levantamos este inventario es para mostrar las condiciones reales que presentan los prestadores de servicios turísticos y no turísticos en el área en estudio, necesario para el diagnóstico general y el análisis de la oferta. Omitimos responsabilidad por los cambios efectuados una vez realizado el inventario, y hacemos la aclaración debido a que la dinámica comercial en el área es muy constante.



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 1

Ubicación: Frente a Iglesia La Merced

Nombre: Cyber Center

Horario de atención: 9: 00 am – 10:00 pm

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar): _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/>  Comedor Típico <input type="checkbox"/> Comedores <input type="checkbox"/>  Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Inernet <input checked="" type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>  Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>2. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>3. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b><u>VALORACIÓN</u></b></p> <p>El lugar brinda un servicio rápido, seguro y variado. La rotulación es muy cargada en la que el nombre del establecimiento se encuentra expuesto 5 veces. La limpieza es buena. Además de ofrecer el servicio de Internet y llamadas telefónicas, también hacen levantado de texto y tienen a la venta aparatos celulares y tarjetas telefónicas.</p>	<p><b><u>RECOMENDACIONES</u></b></p> <p>En primer lugar seguir manteniendo el servicio y además actualizarlo, ya que son servicios de informática y estos necesitan constantes actualizaciones. Además de descargar un poco la rotulación.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 2

Ubicación: Frente a Iglesia La Merced

Nombre: Fotocopiadoras Leda

Horario de atención: 7:00 am – 7:00 pm

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar): _____</p> <p><b>4. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p> <p><b>5. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input checked="" type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>6. Limpieza:</b>  Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>7. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen <input type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input checked="" type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>8. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>9. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>10. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>La rotulación es casi nula, solo existe un pequeño rótulo en el que dice Fotocopiadoras Leda. La calidad de la impresión es muy buena, pero la atención por parte del personal necesita ser mejorada.</p>	<p><b>ACCESO</b></p> <p><b>4. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>5. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>6. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>Mejorar limpieza del interior y exterior.  Mejorar imagen visual del establecimiento  Entrenar a los trabajadores acerca de atención al público.  Sustituir rótulo por uno más vistoso, pero siempre de acuerdo al entorno.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 3

Ubicación: Catedral 35 varas al norte

Nombre: Italian Pizza

Horario de atención: Todos los días de 10:00am-10:00pm

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar): _____</p> <p><b>6. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input checked="" type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p> <p><b>7. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>11. Limpieza:</b>  Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>12. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>13. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>14. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>15. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>7. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>8. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>9. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>El local tiene una capacidad para 50 personas, ahora tienen una nueva especialidad que es la comida libanesa. La rotulación y el exterior desentonan con el entorno, aunque la estructura de la casa es colonial.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>Mejorar la limpieza del exterior  Sustituir rótulo por uno que este más acorde con el entorno.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 4

Ubicación: Frente a Parque La Merced

Nombre: Repostería Miriam

Horario de atención: 7:00 am – 6:00 pm

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar):  _____</p> <p><b>8. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input checked="" type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p> <p><b>9. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>16. Limpieza:</b>  Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input checked="" type="checkbox"/></p> <p><b>17. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>18. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/>  <b>19. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/>  <b>20. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>10. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>11. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>12. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b><u>VALORACIÓN</u></b></p> <p>Es una cafetería con una capacidad para 16 personas sentadas. Además de vender reposterías venden desayunos del cual tienen elaborado un menú.  En cuanto a la limpieza, esta es mala, tanto en los interiores como en los exteriores. El personal de atención es muy amable. El rótulo que tiene es uno de Pepsi el cual desentona con el entorno.</p>	<p><b><u>RECOMENDACIONES</u></b></p> <p>Mejorar los interiores y exteriores.  Mejorar presentación del menú.  Sustituir rotulación.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 5

Ubicación: Contiguo a Casa CUUN

Nombre: White House Pizza

Horario de atención: 11:00 am – 10:00 pm

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar): _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input checked="" type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>  Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Tiene una capacidad para 60 personas. En el exterior cuenta con una carpa roja que se encuentra sucia y en malas condiciones. Las sillas son de plástico y el local da el aspecto de no estar limpio, además del uso de individuales, los cuales son acumuladores de suciedad si no son correctamente lavados.</p>	<p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>2. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>3. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>Dar constante mantenimiento a interiores y exteriores.  Mejorar la rotulación.</p>



**Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral**

**No. 6**

**Ubicación: Frente al Parque La Merced**

**Nombre: Bar Las Payitas**

**Horario de atención: 9:00 am – 1:00 am**

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>          Hotel..... <input type="checkbox"/>          Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>          Otros (especificar):          _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>          Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>          Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>          Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>          Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>          Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>          Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>          Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>          Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>          Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>          Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>          Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>          Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>          No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>2. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>3. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b>          La presentación del local es buena y ha mejorado mucho en el último año. Tiene una capacidad para 80 personas, cuenta con un segundo piso. El menú está en inglés y español ya que este lugar es muy concurrido por extranjeros, sin embargo este se encuentra un poco deteriorado. En cuanto a las instalaciones consideramos desentona totalmente con el entorno, ya que las casas y edificios que están contiguos a este son coloniales.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar mantenimiento al menú.</li> <li>- Darle mantenimiento al local.</li> <li>- En cuanto a la estructura sería que lo reconstruyeran pero de no ser posible al menos podrían trabajar en lo que se refiere a la rotulación y a los colores que distinguen al lugar.</li> </ul>



**Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral**

**No. 7**

**Ubicación: Costado norte del Parque Central**

**Nombre: Restaurante El Sesteo**

**Horario de atención: diario de 10:00 a.m.-10:00 p.m.**

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>          Hotel..... <input type="checkbox"/>          Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>          Otros (especificar): _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>          Restaurante <input checked="" type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>          Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>          Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>          Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>          Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>          Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>          Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>          Otros( especificar): Ventas de Artesanía</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>          Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivo <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>2. Limpieza:</b>          Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>          Rompe con la imagen visual <input type="checkbox"/>          Acorde con el entorno <input checked="" type="checkbox"/>          No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>2. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>3. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Tiene una capacidad para 70 personas, el menú está en inglés y español. Además de ofrecer el servicio de restauración tienen venta de artesanía nicaragüense. Es un establecimiento muy frecuentado por extranjeros, con un ambiente agradable; la decoración proyecta parte de la cultura nicaragüense. El mantenimiento que le dan a este lugar es de manera periódica y constante.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mejorar la calidad y el sabor en los alimentos.</li> <li>- Mejorar la atención y servicio al cliente.</li> </ul>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 8

Ubicación: Frente a cancha 23 de Julio

Nombre: Restaurante Hong Kong    Horario de atención: Diario de 11:00 a.m.-10:00 p.m.

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1.De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar):  _____</p> <p><b>2.De alimentación:</b>  Restaurante <input checked="" type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p> <p><b>3.Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>  Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>3. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>4. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Comida a la carta. La limpieza del exterior es buena, pero en el interior es mala, los precios están de acuerdo al servicio. La especialidad es de comida China.  La rotulación desentona con el entorno siendo este un rótulo de Cervecería Victoria de luces con el nombre del establecimiento.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>Mejorar la limpieza del local y brindarle mayor mantenimiento.  Sustituir el rótulo por uno que esté acorde con el entorno.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 9

Ubicación: Catedral 1c. Sur y 1/2 c. al oeste.

Nombre: Hotel Austria

Horario de atención: Abierto todos los días.

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input checked="" type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar):  _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input checked="" type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input checked="" type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>  Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input checked="" type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input checked="" type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>2. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>3. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Los materiales del local son de materiales modernos, ofrecen una serie de servicios que va desde lavandería, cambio de moneda, rent a car y alquiler de salones. Cuenta con una página web y brochure en tres idiomas (Alemán, Español, Ingles); actualmente continúa ampliándose.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>La rotulación es lo que consideramos que debe mejorarse ya que cuenta con un rótulo de luz mediano.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 10

Ubicación: Parque Central 15 vrs al oeste

Nombre: Rosticería Lee

Horario de atención: Diario de 10:00 a.m.-10:00 p.m.

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar): _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) Rosticería</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivo <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>  Buena <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>2. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>3. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b>  Se presentan problemas con la limpieza en general del local; los precios son justos de acuerdo al tipo de servicio. La rotulación esta desentonando con el entorno y con la estructura del mismo negocio, ya que es una casa de estilo colonial.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la limpieza del local y brindarle mayor mantenimiento.</li> <li>- Sustituir el rótulo por uno que esté acorde con el entorno.</li> </ul>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 11

Ubicación: Frente a la Cancha 23 de Julio.

Nombre: Billares Lezama

Horario de atención: Diario de 10:00 a.m.-12:00 a.m.

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1.De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar):  _____</p> <p><b>2.De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) Rosticería</p> <p><b>3.Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar)  _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivo <input type="checkbox"/>  otros (especificar) Billares</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1.Limpieza:</b>  Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2.Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3.Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4.Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5.Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>4. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>5. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Es un centro de recreación en el que no sólo se encuentran mesas de billar sino máquinas traga monedas. Con servicio de bar, el personal está adecuadamente uniformado y en cuanto a los precios son justos de acuerdo al servicio. La rotulación desentona con el entorno.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>Mejorar la limpieza del local y brindarle mayor mantenimiento.  Sustituir el rótulo por uno que esté acorde con el entorno.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 12

Ubicación: Contiguo al Sesteo.

Nombre: Oficina de Información Turística

Horario de atención: lunes-viernes de 9 a.m.-6 p.m.

Sábados y Domingos 9 a.m. – 2 p.m.

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar):  _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) Rosticería</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input checked="" type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar)  _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>  Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input checked="" type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>6. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>7. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Cuenta con poco material publicitario, aunque en comparación con años pasados se encuentra en mejor situación. El personal carece de un segundo idioma lo cual baja la calidad del centro. El personal carece de conocimientos amplios sobre temas de interés para las personas que acuden a la oficina.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gestionar con los diferentes establecimientos materiales publicitarios para ofrecerle de forma gratuita a los visitantes.</li> <li>- La Oficina de Información debe de ser promotora de sus propias actividades.</li> <li>- La oficina de información debe realizar estadísticas de los visitantes que lleguen a la ciudad.</li> <li>- El personal debe conocer ampliamente la oferta turística y cultural de la ciudad en general.</li> </ul>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 13

Ubicación: Esquina Opuesta al Parque Central

Nombre: Fotocopias 6VM

Horario de atención: Diario de 7:00 a.m.-7:00 p.m.

Sábados hasta el mediodía

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar):  _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) Rosticería</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input checked="" type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar)  _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>  Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>8. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>9. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b>  La rotulación con la que cuenta está pintada en la pared, tipo de rotulación que desentona con el entorno. El servicio es rápido y además de ofrecer fotocopias también cuenta con una pequeña librería.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b>  Sustituir el rótulo por uno que esté acorde con el entorno.</p>



## Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 14

Ubicación: Del parque Central ½ c. Al oeste.

Nombre: Agencia de Viajes Premier

Horario de atención: Diario de 9:00 a.m.-5:30 p.m.

Sábados hasta el mediodía

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1.De alojamiento:</b>          Hotel..... <input type="checkbox"/>          Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>          Otros (especificar):          _____</p> <p><b>2.De alimentación:</b>          Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>          Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>          otros (especificar) Rosticería</p> <p><b>3.Otros servicios:</b>          Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>          Agencias de Viajes <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>          Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>          Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>          Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>          Otros( especificar)          _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>          Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1.Limpieza:</b>          Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2.Rotulación :</b>          Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>          Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>          No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3.Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4.Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5.Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>10. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>11. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Es una agencia de viajes, la cual puede vender boletos aéreos, que son impresos en su casa matriz (Managua), además de realizar trámites de pasaporte y visado, también tiene un estudio fotográfico. No vende nada relacionado con el turismo interno. De igual manera su rotulación obstruye la visual. El servicio es bueno y el personal es amable.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>- Sustituir la rotulación.          - Aliarse con una tour operadora para sacarle más ventaja al lugar donde se encuentran ubicados, de esa manera el servicio será más completo, porque así estarían promoviendo también el turismo interno.</p>



### Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 15

Ubicación: Frente a Parque La Merced

Nombre: Bar El Alamo

Horario de atención: de 4:00pm-12:00pm

Cerrado los lunes

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1.De alojamiento:</b>  Hotel..... <input type="checkbox"/>  Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>  Otros (especificar):  _____</p> <p><b>2.De alimentación:</b>  Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>  Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>  otros (especificar) Rosticería _____</p> <p><b>3.Otros servicios:</b>  Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>  Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>  Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>  Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>  Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>  Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>  Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>  otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1.Limpieza:</b>  Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2.Rotulación :</b>  Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>  Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>  No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3.Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4.Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5.Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>12. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>13. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b></p> <p>Con capacidad para 50 personas, además del servicio de bar, cuenta con comida a la carta.  Es un establecimiento que con el tiempo ha ido introduciendo elementos decorativos modernos. Cuenta con un segundo piso llamado "La Torre" donde se puede apreciar una vista panorámica de la ciudad con el mismo servicio que ofrece el Álamo, con una capacidad de aproximadamente de 30 personas.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar servicio.</li> <li>- Mejorar Relaciones Humanas.</li> </ul>



## Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No. 16

Ubicación: Esquina Opuesta al Parque Central

Nombre: Disco Pub Don Señor

Horario de atención: A partir de las 8:00 p.m.

Cerrado los lunes

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1.De alojamiento:</b>          Hotel..... <input type="checkbox"/>          Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>          Otros (especificar):          _____</p> <p><b>2.De alimentación:</b>          Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>          Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>          otros (especificar) Rosticería</p> <p><b>3.Otros servicios:</b>          Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>          Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>          Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>          Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>          Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>          Otros( especificar)          _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b>          Discotecas <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1.Limpieza:</b>          Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2.Rotulación :</b>          Rompe con la imagen visual <input checked="" type="checkbox"/>          Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>          No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3.Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4.Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5.Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre</b> ..... <input checked="" type="checkbox"/>  <b>14. Privado</b> ..... <input type="checkbox"/>  <b>15. Con autorización</b> ..... <input type="checkbox"/></p>
<p><b>VALORACIÓN</b>          Con capacidad máxima para 300 personas, cuenta con dos plantas. La Cabaña que esta en la planta baja cuenta además con servicio de restaurante. Don Señor es uno de los centros recreativos con los que cuenta la ciudad de León que ofrece una sana diversión. Desafortunadamente todos los aires acondicionados que han colocado en el balconcito del segundo piso dañan la imagen de la ciudad, así como también el enladrillado de la fachada, entre otros detalles.</p>	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconstruir detalles en la construcción especialmente en la fachada, para que este no rompa con la imagen visual del área.</li> <li>- Colocar un rótulo de acuerdo con las normas del Centro Histórico de la ciudad.</li> <li>- Mejorar o crear el sistema de seguridad contra incendio.</li> </ul>



### 4.1.3. Diagnóstico general:

<b>ANALISIS Fortalezas</b>	<b>INTERNO Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-El conjunto Urbano de la catedral está situado en el principal núcleo urbano perteneciente al Centro Histórico de la ciudad de León.</li><li>-Posee espacios con potencial turístico centrado en valores culturales y artísticos.</li><li>-La mayor parte de la arquitectura monumental, civil y religiosa del conjunto está bien conservada.</li><li>- Proximidad con atractivos turísticos en ciudades y pueblos vecinos.</li><li>-Existencia de literatura conocida y de calidad sobre la Catedral de la Asunción.</li><li>-Clima favorable la mayor parte del año.</li><li>-Surgimiento de iniciativas para la preparación de la población orientada a las actividades turísticas. Por ejemplo: el Patronato de Turismo.</li><li>-Interés académico y de la sociedad civil en el desarrollo de la actividad turística.</li><li>-Surgimiento de interés inversor por parte de algunos empresarios y ONG'S.</li><li>-Crecimiento de la demanda de Turismo Cultural.</li><li>-El tipo de turista es de un nivel adquisitivo medio-alto.</li><li>-Es la principal área comercial de la ciudad.</li><li>-En la Catedral se encuentran restos de importantes personajes, que han enaltecido el nombre de la nación a nivel Internacional.</li><li>-El Conjunto Urbano posee un alcance geográfico internacional.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Desaprovechamiento de los recursos turísticos existentes.</li><li>-Deficiente gestión museística.</li><li>-Deficiente seguridad ciudadana en el Conjunto Urbano, particularmente en horas nocturnas.</li><li>-Inexistencia de señalizaciones en áreas con potencial turístico.</li><li>-Inexistencia de vías de acceso aéreas hacia la ciudad.</li><li>-Escasez de profesionales especializados para la actividad turística cultural, particularmente.</li><li>- Poca vocación turística de la población local o carencia de cultura turística</li><li>-Actitud poco profesional del personal de contacto con el visitante.</li><li>-Muy poca presencia de empresas turísticas especializadas.</li><li>-La actividad turística existente es de carácter muy estacional y no deja muchos ingresos a la población local.</li><li>-La gente que habita el Conjunto Urbano no cumple las normativas existentes, en relación a la rotulación, la pintura de las fachadas y la utilización del espacio.</li><li>-Deficiencia en la señalización vial.</li><li>-Descoordinación de las acciones empresa/ administración/ instituciones.</li><li>-Iniciativas empresariales con baja conciencia de desarrollo local.</li><li>-Poco material informativo orientado al Turismo.</li><li>-Falta de imagen turística.</li><li>-Deficiente promoción oficial No atraer suficientes visitantes.</li><li>-Falta de articulación en la oferta turística de la ciudad.</li><li>-Interrupción de la cuadrícula original de ciudad colonial, debido a edificaciones modernas que se encuentran en el conjunto urbano de la Catedral, por ejemplo: el edificio de la Alcaldía y el de ENITEL.</li><li>-Sub-valoración del Patrimonio Cultural.</li><li>-El área carece de actividades de animación turística, lo que no logra retener al visitante por mucho tiempo.</li><li>-Falta de financiamiento en proyectos que implican el beneficio de los productores locales.</li></ul>



<b>ANALISIS</b>	<b>EXTERNO</b>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas.</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Preservación y recuperación ambiental y cultural</li><li>-Preservación y recuperación física de la arquitectura colonial.</li><li>-La creciente aparición de planes y proyectos en pro de la conservación del Centro Histórico.</li><li>-Planeamiento y ordenación territorial.</li><li>-Alternativas de empleo para la población local.</li><li>-Crecimiento de la iniciativa empresarial privada local.</li><li>-Integración de la riqueza patrimonial del Conjunto Urbano de la Catedral, en la conformación de Patrimonios Históricos de la Humanidad, declarados por la UNESCO.</li><li>-Las tendencias del mercado mundial presentan características favorables para el desarrollo del turismo cultural en ciudades históricas, monumentales y metropolitanas, caracteres que posee la ciudad de León.</li><li>-Crecimiento del número de turistas que arriban al país cada año.</li><li>-El desarrollo de la región C.A. como un solo destino turístico, permitiendo así la integración de ésta ciudad a la Ruta de ciudades coloniales de C.A.</li><li>-La aparición de nuevas ofertas a nivel interno como por ejemplo: la Ruta Sacra, lo que permite destacar uno de los recursos más relevantes existentes.</li><li>- Existencia de alianzas estratégicas de comercialización de productos turísticos, para ejercer liderato en el mercado.</li><li>-Existencia de un mercado potencial motivado por el turismo Cultural.</li><li>-Presencia de organismos externos interesados en financiar la revitalización del patrimonio arquitectónico.</li><li>-Emergencia de nuevas empresas de servicios asociadas al sector turístico.</li><li>-Mejoras de los precios y calidad de los suministros con la aparición de mayor competencia.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Degradación ambiental.</li><li>-Descaracterización cultural.</li><li>-Ocupación ilegal de espacios.</li><li>-Ocupación de puestos de trabajo estratégicos por profesionales foráneos.</li><li>-Utilización y manipulación política de iniciativas del turismo culturales el Conjunto Urbano.</li><li>-Monopolio de las empresas de servicios.</li><li>-La mayoría de los inmuebles existentes en el conjunto no tiene ocupación residencial.</li><li>-La ciudad es muy vulnerable a los acontecimientos naturales, por encontrarse en una zona altamente volcánica y con proximidad al mar.</li><li>-La ciudad en general se encuentra desarticulada debido al desequilibrio demográfico sufrido en los últimos años, producto de la crisis económica que afecta al país en general.</li><li>-La desmotivación en relación a la inversión y financiación de proyectos relacionados a la actividad turística.</li><li>-La falta de planificación turística.</li><li>-La gran cantidad de comercio informal.</li><li>-La contaminación ambiental, visual y auditiva, interrumpe la paisajística, el ambiente y deteriora los edificios antiguos.</li><li>-La demolición y pérdida de importantes patrimonios arquitectónicos y monumentales, por la sustitución de nuevas construcciones.</li><li>-La inestabilidad política y económica a la que está expuesto el país.</li></ul>



#### 4.1.4. Síntesis del Diagnóstico:

<b>Principales Fortalezas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• El conjunto urbano de la Catedral posee espacios con potencial turístico centrado en valores culturales y artísticos.</li><li>• La mayor parte de la arquitectura monumental, civil y religiosa del conjunto está bien conservada.</li><li>• Interés académico y de la sociedad civil en el desarrollo de la actividad turística.</li><li>• Clima favorable la mayor parte del año.</li><li>• Surgimiento de iniciativas para la preparación de actividades turísticas. Por ejemplo: el patronato de turismo.</li></ul>
<b>Principales debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desaprovechamiento de los recursos turísticos existentes.</li><li>• Escasez de profesionales especializados para la actividad turística cultural.</li><li>• Actitud poco profesional del personal de contacto con el visitante.</li><li>• Descoordinación de acciones en el sector público y privado</li><li>• Falta de imagen turística.</li><li>• Falta de cultura turística.</li><li>• Muy poca presencia de empresas turísticas especializadas.</li></ul>
<b>Principales Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Preservación y recuperación física de la arquitectura colonial.</li><li>• El planeamiento y la ordenación del territorio.</li><li>• Nuevas fuentes de empleo para la población local.</li><li>• Integración de la riqueza patrimonial del conjunto urbano de la Catedral en la conformación de patrimonios históricos de la Humanidad, declarados por la UNESCO.</li><li>• Los beneficios que otorga la Ley Nacional de Incentivos para la industria turística</li><li>• La existencia de alianzas estratégicas de mercado para ejercer un mayor liderazgo en el mercado turístico.</li></ul>
<b>Principales Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Descaracterización cultural.</li><li>• Ocupación ilegal de espacios.</li><li>• Utilización y manipulación política de iniciativas del turismo cultural en el conjunto urbano.</li><li>• La falta de planificación.</li><li>• La demolición y pérdida de importantes patrimonios arquitectónicos y monumentales, por la sustitución de nuevas construcciones.</li><li>• La vulnerabilidad natural de la zona.</li><li>• La falta de limpieza en el área.</li></ul>



#### **4.1.5. Análisis de la oferta**

La oferta turística de un destino se puede analizar desde dos puntos de vista, como oferta de atractivos turísticos y como oferta de infraestructura prestadora de servicios turísticos en donde se incluyen las instalaciones recreativas.

La oferta de atractivos turísticos está compuesta por el espacio turístico (zonas y áreas) del país, sus principales destinos turísticos y los tipos de turismo que puedan ofertarse.

La oferta de infraestructura de servicios turísticos, son los establecimientos catalogados por el organismo oficial de Turismo como oferta turística y que prestan al turista nacional o extranjero servicios de alojamiento, recreación, gastronomía, diversión, alquiler de vehículos, transporte y tour operadoras, entre otros.

Llevar a cabo una estrategia de promoción y mercadotecnia de cualquier producto es una labor que requiere de un importante desembolso económico. En el caso del conjunto urbano de la Catedral de León, debemos compensar la falta de recursos financieros con una gran dosis de imaginación y de saber hacer. En este sentido, será imprescindible ubicar nuestro análisis y propuesta dentro de las estrategias establecidas para la promoción del turismo cultural y especialmente dirigiremos nuestras sugerencias a lograr atraer al visitante ideal, de acuerdo a las características y condiciones del atractivo en cuestión.

Así mismo no debemos caer en el error de promocionar el destino turístico sin existir una infraestructura mínima en alojamiento y oferta en general.

Por tanto debemos empezar por conocer nuestro destino. Para ello nosotras hemos realizado encuestas a ciudadanos residentes y turistas, también levantamos un inventario sobre los recursos existentes en el conjunto y realizamos un diagnóstico general utilizando el análisis **FODA**.

Para ilustrarlo presentamos nuestra valoración en relación a la oferta existente, separándolas en dos líneas generales:

##### **4.1.5.1. Valoración de los atractivos desde el punto de vista de su conservación y nivel de competitividad en relación a otros atractivos.**

En el análisis de la oferta existente en el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción lo primero fue determinar ¿cuáles son los atractivos que motivan la visita hacia nuestro destino? Esta es una cuestión clave para determinar una correcta promoción. Únicamente de esta forma podremos ofrecer nuestro producto a un comprador determinado. En las encuestas aplicadas a los turistas encontramos que la mayoría de los encuestados visitan el conjunto urbano atraídos por conocer la majestuosa Catedral de la Asunción, pero además, encontramos otras referencias



que indican la existencia de elementos que compaginan este interés particular y que en realidad es la suma de recursos tangibles como por ejemplo: la Catedral misma, el trazado arquitectónico de la ciudad e intangibles como: la calidez de la gente, el valor histórico, la armonía del paisaje; que se encuentran dentro y fuera del Centro Histórico de la ciudad, lo que tiene la fuerza suficiente para atraer a un extranjero a nuestro destino.

Por tanto, debe quedar claro que el turismo en general y el turismo Cultural en particular; nunca podrán funcionar en un sistema de recursos o elementos aislados, por ello debemos insistir en la aplicación de un modelo integral y sostenible para la comercialización del recurso, saber comunicar la idea principal al mercado receptor.

Una vez conocida la oferta, debemos plantearnos un visitante objetivo y a partir de este planteamiento, indagar sobre como accederemos al segmento de mercado al cual nos dirigiremos y de esta forma planificar la oferta en pro de la satisfacción de este cliente potencial, sin embargo no es conveniente rechazar, algunas vías de comercialización, que pueden animar a otros sectores, ni debemos olvidar facilitar al máximo las vistas del público nacional ofreciéndoles por ejemplo, un precio diferenciado en los productos y servicios donde esto sea posible. Es importante que la buena imagen de un destino comience a partir del público local, para que este no cree conflictos una vez desarrollado el turismo. Debemos alejarnos de canales masivos de comercialización, porque nuestro destino no está preparado para ello y el tipo de recurso tampoco lo amerita.

Nuestro destino aún no compite a nivel internacional y sí tenemos dentro del país otros destinos con características similares, que por cuestiones políticas y organizativas no nos encontramos en el mismo nivel de competitividad; Sin embargo podemos afirmar que la ciudad de León se encuentra en una fase de crecimiento en relación al tema y que particularmente en torno al conjunto en estudio, han resurgido varios establecimientos que complementan en parte la oferta cultural que éste posee.

En cuanto a la conservación de los atractivos obtuvimos como resultado en las encuestas aplicadas, que la mayor parte del patrimonio físico y cultural se encuentra bien conservado, pues como ya mencionamos en otros capítulos existen muchos estudios y proyectos que se han desarrollado en función de la rehabilitación del Centro Histórico de la ciudad y en nuestro diagnóstico general, también lo señalamos como una de las principales fortalezas que posee, por tanto es un resultado muy positivo para emprender la planificación en el aprovechamiento turístico del espacio.

En relación a la oferta de actividades recreativas podemos señalar que las mayorías son de carácter temporal o eventual, casi todas con calendario específico, por ejemplo los festivales, las actividades religiosas, los espectáculos, ferias entre otros, siendo estas generalmente de carácter gratuitas para la apreciación del visitante.



#### **4.1.5.2. Valoración de los facilitadores desde el punto de vista de la calidad y cantidad de los mismos.**

En el análisis encontramos que hay deficiencia en la oferta de servicios complementarios y turísticos propiamente y que se ha caído en el error de ofertar una imagen falsa del Conjunto. De tal forma que el conjunto urbano aún carece de la infraestructura necesaria para enfrentar la creciente demanda de turistas interesados en el patrimonio cultural; lamentablemente se ha caído en el error de ofertar lo que no se ha planificado, en muchas ocasiones dejándose guiar por el impacto de la tecnología y se ha vendido una imagen falsa del Conjunto ( por ejemplo, montajes de fotografías que no ilustran la realidad del estado en que se encuentran los edificios coloniales), lo que más bien se ha convertido en un punto en contra del desarrollo turístico ya que crea una imagen irreal de nuestro destino.

Cabe señalar que el uso de encuestas bien diseñadas es un instrumento relativamente económico, que nos permite conocer que es lo que piensan nuestros visitantes sobre los diferentes aspectos de nuestra oferta, es por medio del conocimiento fundamentado que podemos encontrar las posibles soluciones a los obstáculos que se presenten en el transcurso del proceso de planificación.

El Conjunto Urbano de la Catedral cuenta actualmente con 6 establecimientos de alimentos y bebidas, 2 bares, 3 fotocopiadoras, un Ciber café, 2 centros recreativos, una agencia de viajes, un hotel y una oficina de Información Turística; el resto de establecimientos, los cuales representan a la mayoría son de carácter comercial propiamente, lo que de alguna manera representa un obstáculo para la actividad turística.

En el aspecto de infraestructura básica el conjunto urbano carece de un buen sistema de alcantarillado y electrificación, de mejores condiciones en el estado del asfalto y las condiciones sanitarias necesarias para la recepción de visitantes en el área.

Respecto a la oferta de servicios complementarios, encontramos que a pesar de presentarse un crecimiento considerable en los últimos años, aún hay pocos en el conjunto. La ciudad cuenta actualmente con una capacidad de 251 habitaciones aproximadamente y existe nada más un hotel dentro del conjunto en estudio y dos restaurantes que son mayormente frecuentados por turistas, oferta que es muy inferior a la demanda potencial y existente.

Encontramos algunos casos particulares que se han enterado de la necesidad de invertir para poder hacer crecer sus negocios y vemos el caso del Bar Álamo y el Hotel Austria, que ya están ampliando sus instalaciones, otros están mejorando las fachadas y los interiores, se están utilizando los espacios baldíos para la construcción de centros comerciales, se están remodelando parques y en torno al conjunto han surgido una serie de establecimientos como: tours operadores, bares, restaurantes, casinos y discotecas que permiten la ampliación y extensión de la oferta de actividades recreativas.



Por otro lado la calidad en el servicio tanto en la empresa privada como pública, es bastante deficiente, necesitamos urgentemente saber tratar al cliente y orientar nuestros negocios en el arte de servir, esto seguramente contribuirá en el crecimiento de la demanda.

Concluimos que nuestras principales deficiencias se centran en la presentación del producto, la comunicación, información, acceso y el desconocimiento de las motivaciones, gustos, preferencias y rentas de los extranjeros que llegan a la ciudad; esto a colación ocasiona una serie de deficiencias que se traducen en una baja calidad del producto ofertado que va en desacuerdo a los precios de los servicios y las particularidades con que debe de ser tratado el conjunto en estudio.



#### 4.1.6. Análisis de la demanda:

La **OMT**, estima un crecimiento de la demanda turística de carácter cultural superior a la del turismo en general. En el mercado mundial éste mayor crecimiento se debe a dos hechos fundamentales:

1. Proporciones cada vez mayores de turistas incluirán un componente de naturaleza o de cultura en sus vacaciones.
2. En el caso de los países industrializados hay una nueva tendencia consolidada de tomar vacaciones múltiples en lugar de ampliar la duración de unas únicas vacaciones en función exclusivamente de un tipo de turismo. Incrementándose así las vacaciones cortas, especialmente en ciudades (circuitos y por eventos o temas).

Estas tendencias mundiales en cuanto al turismo cultural, prevén un aumento en el volumen de personas interesadas en practicar actividades culturales y un turismo más basado en las ciudades históricas y monumentales. Fenómenos que debemos aprovechar para establecer un nuevo destino de Turismo Cultural, para el caso de la ciudad de León.

En la industria turística, la demanda está formada por los turistas nacionales y extranjeros que visitan diferentes sitios de atracción turística del país.

Para realizar el análisis de la demanda es necesario contar con dos elementos:

**El primero** se relaciona con el comportamiento histórico de la demanda, tanto a nivel internacional, nacional, departamental como en el sitio específico en estudio.

**El segundo** elemento, se relaciona con la proyección de la demanda en la zona o sitio donde se realizará un proyecto turístico.

El análisis de la demanda tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficamente definidas, de individuos o entidades organizadas que son consumidores actuales o potenciales del bien o servicio que se piensa ofrecer.

Las fuentes que hemos utilizado para realizar éste análisis son las siguientes: estadísticas del Museo Archivo Rubén Darío año 2000 y 2003 y registros de visitantes de la Oficina de Información Turística, además de datos proporcionados en las encuestas que aplicamos a los turistas, en la cual abordamos variables como: motivos de viaje, estancia, promedio de gastos y profesión u oficio.

Estas dos fuentes fueron seleccionadas por ser representativas en este estudio: en el caso del Museo Archivo Rubén Darío nos proporciona información del Centro Histórico por estar emplazado en el y la Oficina de información Turística está emplazada directamente en el área de estudio.



Las estadísticas registradas en el Museo Archivo Rubén Darío marcan una cantidad de **14,562** visitantes en el **año 2000** y de **21,308** visitantes en el **año 2003**, dando como promedio mensual **1,775** visitantes y una tasa de crecimiento anual del **46.32%**, lo que corresponde a un incremento de **6,746** visitantes por cada año correspondiente en dicho período, lo que indica una cifra muy alentadora para determinar el crecimiento de la demanda de visitantes al Centro Histórico de la ciudad, sin embargo mayoría de estos son grupos de estudiantes de escuelas de primaria y secundaria de diferentes regiones del interior del país, motivo por el cual no podemos hablar de una demanda alta de visitantes.

#### **4.1.6.1. Número de turistas esperados**

En cuanto a los registros llevados por la Oficina de Información se reportaron en el año 2003 un total de 4,131 visitas por lo cual obtenemos un promedio mensual de 344 visitantes, dentro de los cuales su mayoría son extranjeros y solamente un 3.25% de las visitas anuales son hechas por nicaragüenses.

Según las encuestas que realizamos para este estudio el 18% de los turistas que visitan el Conjunto Urbano de la Catedral son Españoles, seguidos de un 17% conformado por estadounidenses y en tercer lugar con un 11% se ubican los austriacos; en porcentajes menores encontramos pequeños grupos de Argentinos, Canadienses, Mexicanos, Centro Americanos, etc. Datos que coinciden con la Oficina de Información Turística. Sin embargo según los registros llevados por el Hotel Austria, único proveedor de alojamiento en el área de estudio demuestra que la mayoría de sus huéspedes provienen de países centroamericanos incluyendo a los nicaragüenses como los principales clientes, seguido de los turistas procedentes de Europa y por último los norteamericanos. El alto registro de nicaragüense en este hotel se atribuye a motivos de viaje puramente de trabajo.

En lo referente a las edades, los rangos con mayor frecuencia son los de 18-24 años y de 25-31. Por tanto estamos hablando de un turista joven, en su mayoría profesional, con un nivel adquisitivo medio-alto. Otro dato que pudimos obtener de las encuestas realizadas fue el gasto promedio que tienen al estar en la ciudad por día, incluyendo gastos de alimentación, transporte y alojamiento. De 100 personas 74 respondieron a esa variable, indicando que sus gastos oscilan entre \$10.00 hasta \$250.00 por día, resultando una media de \$83.00 por día.

El poder hacer una evaluación de los turistas que visitaron el Centro Histórico para así elaborar una proyección de los turistas esperados ha sido muy difícil, El Museo Archivo Rubén Darío no cuenta con las estadísticas del 2001 y 2002, por tales razones sacamos la relación con los datos correspondientes al año 2000 y 2003.

#### **4.1.6.2. Permanencia en el lugar.**

En las encuestas que aplicamos a turistas que visitan el Centro Histórico de la ciudad, encontramos, que el mayor valor porcentual es de 48.5%, éste corresponde a



la frecuencia de semanas, seguido de un porcentaje de 34% que corresponde a meses. Lo que indica que muchos de los encuestados llegan a la ciudad por motivos de trabajo o estudio principalmente, incluyendo en sus estadías algunas actividades asociadas al turismo cultural y de naturaleza. Asimismo encontramos que un 10.3% lo hace de manera transitoria.

En los registros que tiene la Oficina de información turística, situada dentro del área de estudio, encontramos que la mayoría de los visitantes que han acudido al Centro Histórico durante el año 2003 permanecen en la ciudad un promedio de 1 a 3 días cuando sus motivos de viaje son turísticos recreativos y hasta una semana cuando es por trabajo o estudios.

En el caso de las estadísticas llevadas por el Museo Archivo Rubén Darío, no toman en cuenta esta variable de permanencia y en cuanto a las demás posibles fuentes de información no las hemos tomado en cuenta ya que los registros no fueron elaborados de manera adecuada.

#### **4.1.6.3. Estacionalidad**

En cuanto a la estacionalidad va a depender específicamente del motivo por el cual está realizando el viaje, el turista que viene con motivos netamente turísticos lo hace durante el verano o sus vacaciones, que corresponden principalmente a los meses de julio, agosto y septiembre, así como para fechas especiales como: Semana Santa, Navidad, Fin de año.

En el caso de los que vienen por asuntos de trabajo o estudio, se pueden dividir en 2 grupos: uno que no tienen fechas específicas y aprovechan su tiempo libre para realizar visitas turísticas en cualquier época del año y el otro grupo que tienen tendencias de temporada definidas, como es el caso de los profesores u otros profesionales y estudiantes que vienen a trabajar o estudiar a León entre los meses de Febrero y Julio.

#### **4.1.6.4. Demanda real y potencial**

La demanda real actual es baja con relación a otros destinos con características similares. Si tomamos en cuenta las fuentes de información antes mencionadas nos damos cuenta que para el 2003 según la Oficina de Información solamente visitaron el Centro Histórico 4,131 personas y si nos referimos al Museo Archivo tenemos una cifra bastante alentadora de 21,308 ; sin embargo debemos de tomar en cuenta dos aspectos importantes que ambos lugares presentan: el Centro de Información no es visitado por todos los turistas que visitan el Centro Histórico y lo segundo es que más de 16,000 personas que visitaron el Museo Archivo Rubén en el 2003 llegaron en excursiones de estudiantes de primaria y secundaria los cuales acuden al Museo porque en su pénsum académico se contempla como parte importante conocer más acerca de la vida de Rubén Darío.



Existen muchos problemas para determinar la demanda potencial del área de estudio por ser este un espacio abierto en el que no todas las personas pasan por los centros en donde se acopia información para futuras estadísticas, eso como factor externo y como factor interno, las personas encargadas en llevar esta información no lo hacen de manera completa. Para el Museo Archivo Rubén Darío solamente es prioritario determinar el número de visitas totales, profesión y procedencia. Para el centro de información son: motivos de viajes, estadía promedio y procedencia. Al comparar ambos registros encontramos que solo el 19.4% de las visitas totales del Museo y Archivo visitaron también la Oficina de Información Turística.

La demanda potencial se puede determinar en la medida en que se logre definir el modelo de desarrollo turístico adecuado para el aprovechamiento óptimo del recurso en estudio; Ya que definiendo hacia donde se van a dirigir los esfuerzos y buscando la manera adecuada de captar a los turistas interesados en el Turismo Cultural es como se puede lograr aprovechar los pronósticos que se perfilan en las nuevas tendencias mundiales y las estadísticas internacionales de los flujos turísticos. Por tanto es necesario aunar esfuerzos y trabajar hacia una misma dirección tomando en cuenta la importancia de aplicar los estudios necesarios para analizar el comportamiento de la Demanda.



## **4.2. Resultado de las Encuestas.**

### **4.2.1. Resultados de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan el Centro Histórico de la ciudad de León.**

Aplicamos un total de 100 encuestas, a turistas que visitaron el Centro Histórico de la ciudad entre los meses de mayo – agosto del año 2003, con el objetivo de evaluar los servicios turísticos, que actualmente oferta la ciudad de León, específicamente el conjunto urbano de la catedral de la Asunción, al igual que para sondear la visión que los turistas tienen en relación al valor del patrimonio histórico- artístico del territorio respecto al conjunto en cuestión. Una vez procesados los datos obtuvimos los siguientes resultados:

#### **4.2.2. Evaluación del conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción en cuanto a los siguientes aspectos.**

Para evaluar el casco urbano de la Catedral de la Asunción hemos tomado como referencia los siguientes elementos:

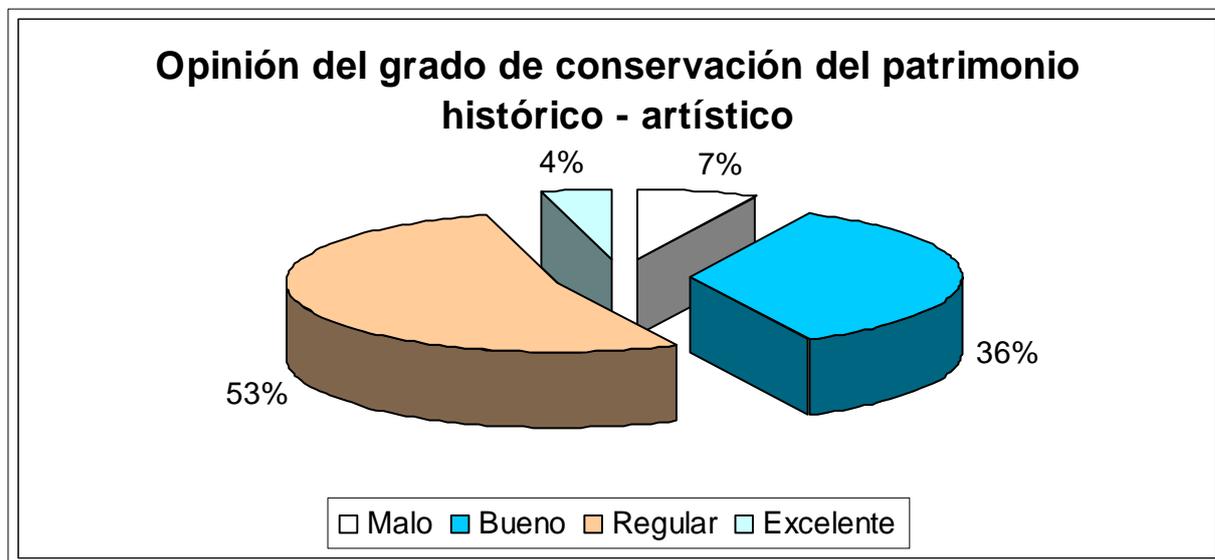
- Grado de conservación.
- La imagen que proyecta.
- Promedio de eventos realizados.
- Condiciones y calidad de los servicios existentes.

##### **4.2.2.1 Opinión del grado de conservación del patrimonio histórico-artístico.**

De las 100 encuestas contestadas por los turistas (**Gráfico 1**), el 53 %, que representan a 53 turistas consideran que el grado de conservación del patrimonio histórico- artístico del conjunto urbano de la catedral de León, se encuentra en un regular estado de conservación, el 36%, que representa a 36 turistas considera que es bueno, el 7% que representa a 7 turistas considera que es malo y un 4%, que corresponde a 4 turistas señaló que el grado de conservación es excelente.



Gráfico 1



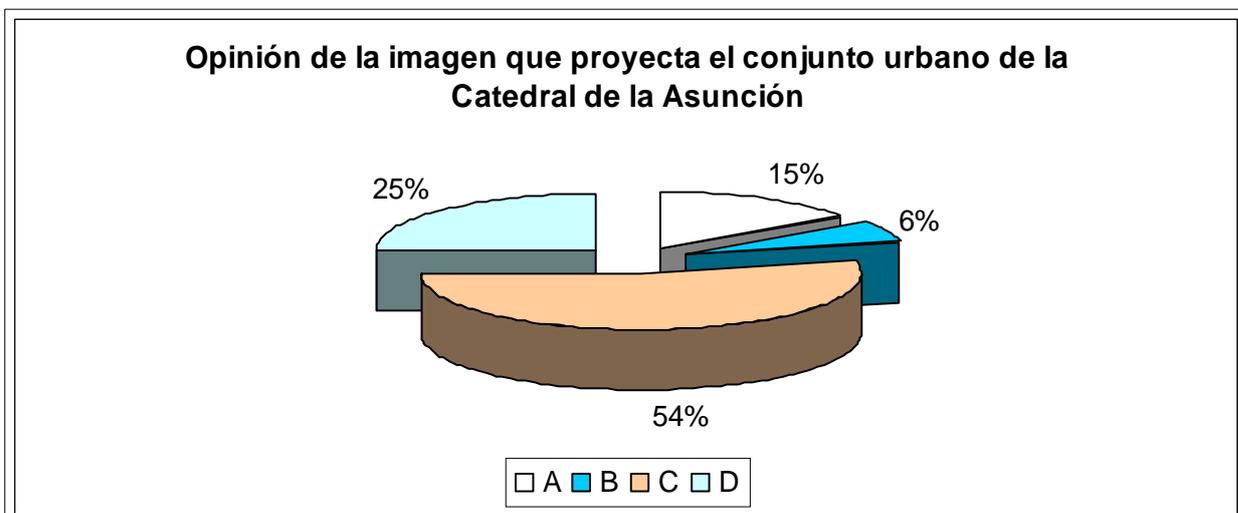
Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

#### 4.2.2.2. Imagen que proyecta el Conjunto.

El 25%, correspondiente a 25 turistas señaló, que el conjunto urbano de la catedral, presenta una imagen fragmentada y carente de armonía, el 7%, que corresponde a 7 turistas, contestó que la imagen proyectada está en perfecta armonía, el 53%, correspondiente a 53 turistas dijo que el conjunto urbano conserva aún los aspectos físicos de ciudad colonial y 15%, que corresponde a 15 turistas, indicó que el área gradualmente ha ido perdiendo los rasgos de ciudad colonial (**Gráfico 2**).



## Gráfico 2



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

- A= El área gradualmente ha perdido los rasgos de ciudad colonial.
- B= La imagen proyectada está en total armonía.
- C= El conjunto conserva aún el aspecto físico de ciudad colonial.
- D= Presenta una imagen fragmentada carente de armonía.



#### 4.2.2.3. Conocimiento del promedio de eventos de atracción turística, que se realiza en el conjunto urbano.

De 100 turistas encuestados (**Tabla 1**), 74 contestaron esta interrogante, de los cuales 20 dijeron sí correspondiendo al 27.0%, que dijo conocer el promedio de eventos que se realizan en el Conjunto Urbano de la Catedral y 54, representados por el 73.0% del total dijo no conocer el promedio de eventos realizados en el área.

**TABLA 1**

#### Promedio de eventos realizados en el Conjunto urbano de la Catedral de la Asunción

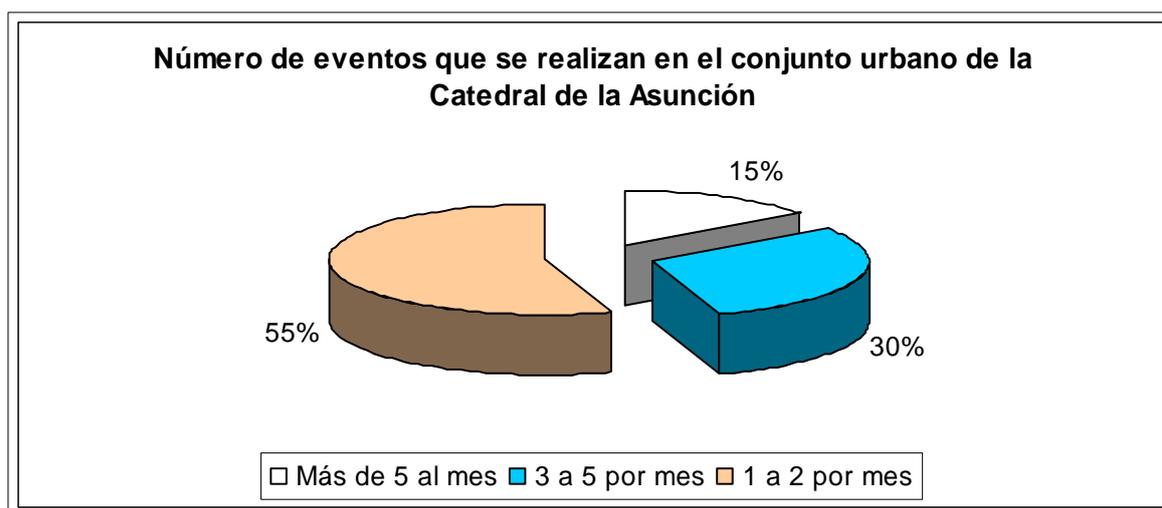
Validez	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	20.0
No	54	54.0
Total	74	74.0
N/O	26	26.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

#### 4.2.2.4. Eventos conocidos.

De los 100 turistas encuestados (**Gráfico 3**) 55.0% respondió, que conoce un promedio de eventos de 1-2 por mes, el 30.0% dijo que conoce un promedio de 3-5 por mes, el 15.0% indicó que conoce un promedio de más de 5 eventos de atracción turística que se realizan en el conjunto urbano de la Catedral.

**Gráfico 3**



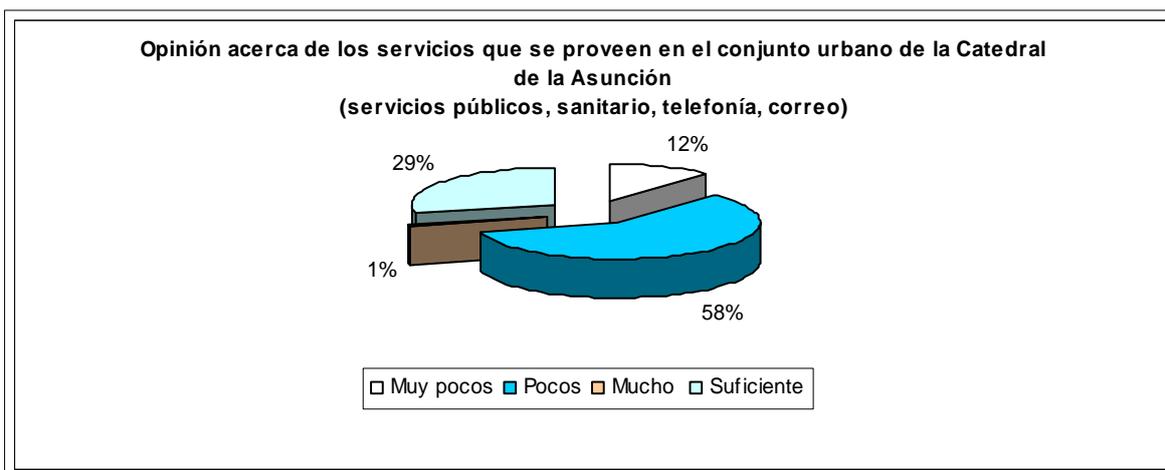
Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas



#### 4.2.2.5. Opinión sobre los servicios que provee el área.

De los 100 turistas encuestados (**Gráfico 4**), el 58%, correspondiente a 58 turistas, dijo que la cantidad existente de servicios como: (sanitarios públicos, servicios telefónicos, servicios de correos etc...) equivale a pocos; el 29%, correspondiente a 29 turistas dijo que es suficiente; el 12%, correspondiente a 12 turistas dijo que muy pocos y el 1% que muchos.

**Gráfico 4**

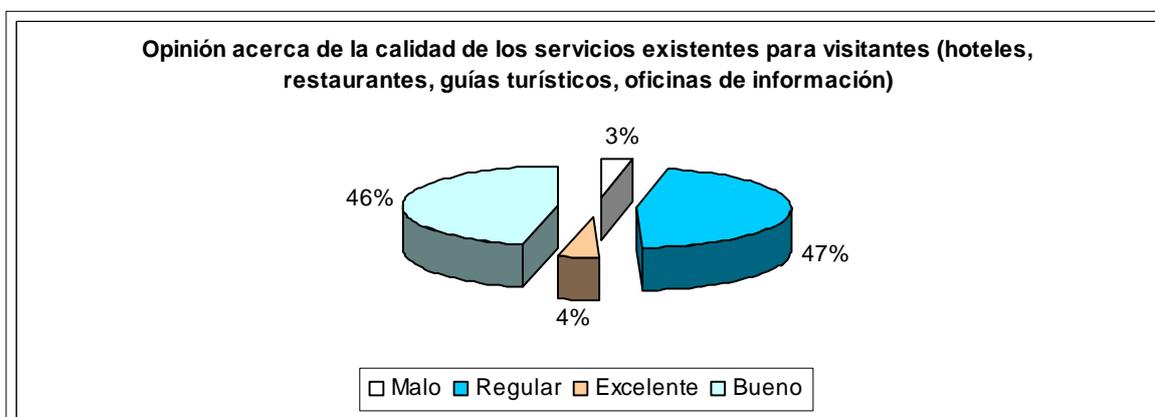


Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

#### 4.2.2.6. Opinión sobre la calidad de los servicios existentes que provee el área (hoteles, guías turísticos, oficinas de información)

De los 100 encuestados (**Gráfico 5**) el 46% correspondiente a 46 turistas opinó que la calidad de los servicios existentes es buena, el otro 47%, correspondiente a 47 turistas la calificó como regular, un 4%, correspondiente a 4 turistas señaló que es excelente y el 3%, correspondiente a 3 turistas opinó que la calidad de los servicios existente es mala.

**Gráfico 5.**



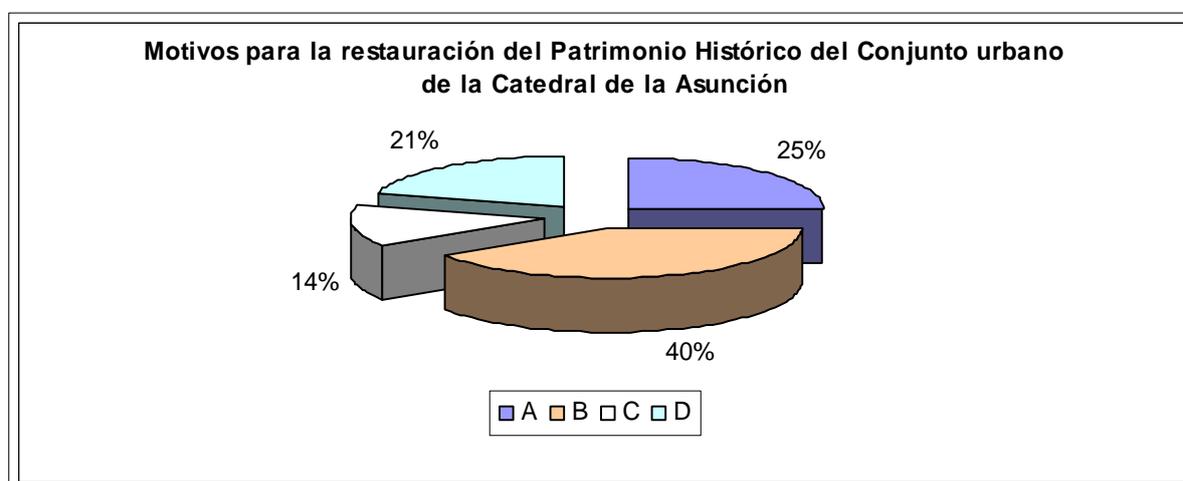
Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas



#### 4.2.3. Motivos por los cuales sería importante la restauración del patrimonio histórico del Conjunto Urbano de la Catedral.

Un 40%, correspondiente a 40 turistas señaló que el motivo más importante para promover la restauración del área en estudio es para poder conservar el legado histórico de la arquitectura colonial de la ciudad, un 25%, que equivale a 25 de los encuestados respondió que es necesario para que esta pueda competir como ciudad colonial con otros destinos de turismo cultural a nivel latinoamericano. Otro 21% que corresponde a 21 turistas opinaron que es necesario para mejorar el aspecto físico del centro de la ciudad y proyectar una mejor imagen a los visitantes y por último un 14% que equivale a 14 turistas opinaron que es importante, para reactivar la actividad cultural y rescatar los valores y tradiciones (**Gráfico 6**).

**Gráfico 6**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

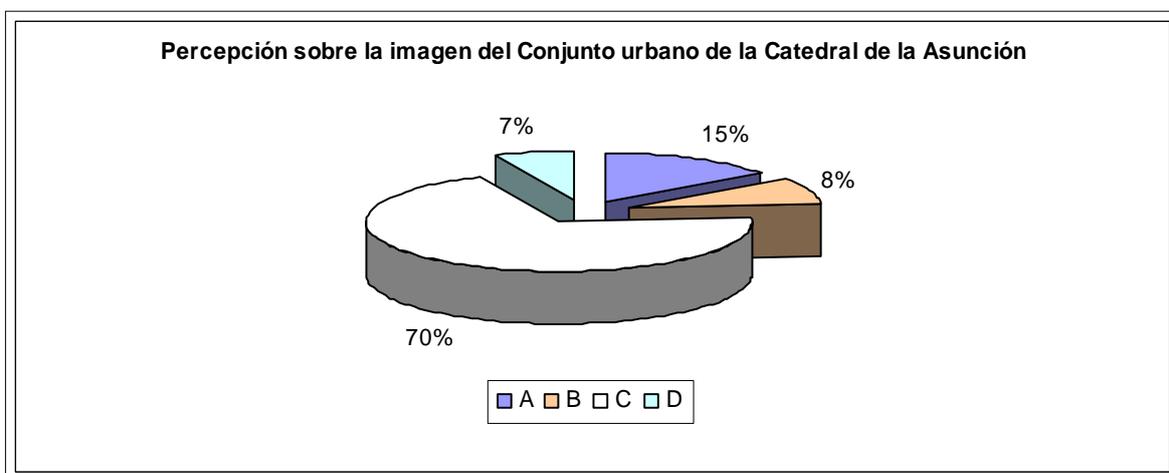
- A = Competir como ciudad colonial.
- B = Conservar el legado Histórico.
- C = Reactivar la actividad cultural y rescatar los valores.
- D = Mejorar el aspecto físico del Centro, para proyectar una mejor imagen.

##### 4.2.3.1. Opinión de cómo gustaría ver el Conjunto Urbano de la Catedral.

En base a los 100 encuestados, podemos decir que el 70%, correspondiente a 70 turistas opinaron que le gustaría ver el Conjunto Urbano de la Catedral como una ciudad antigua con sus fachadas rehabilitadas y con una adecuada infraestructura turística que no desentone con el ambiente. Otro 15%, correspondiente a 15 turistas opinaron que le gustaría ver el área como un gran museo al aire libre con espacios de uso peatonal. Un 8%, correspondiente a 8 turistas opinó por un contraste entre lo moderno y lo antiguo y por último un 7%, correspondiente a 7 turistas optó por convertir el área en un gran escenario urbano que sirva para la realización continua de eventos programados (**Gráfico 7**).



## Gráfico 7



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

A = Ver el área como un gran museo al aire libre, con espacios de uso peatonal.

B = Contraste entre lo antiguo y lo moderno.

C = Como una ciudad antigua con sus fachadas rehabilitadas y con una adecuada infraestructura turística.

D = Como un gran escenario urbano, donde se efectúen continuamente eventos.

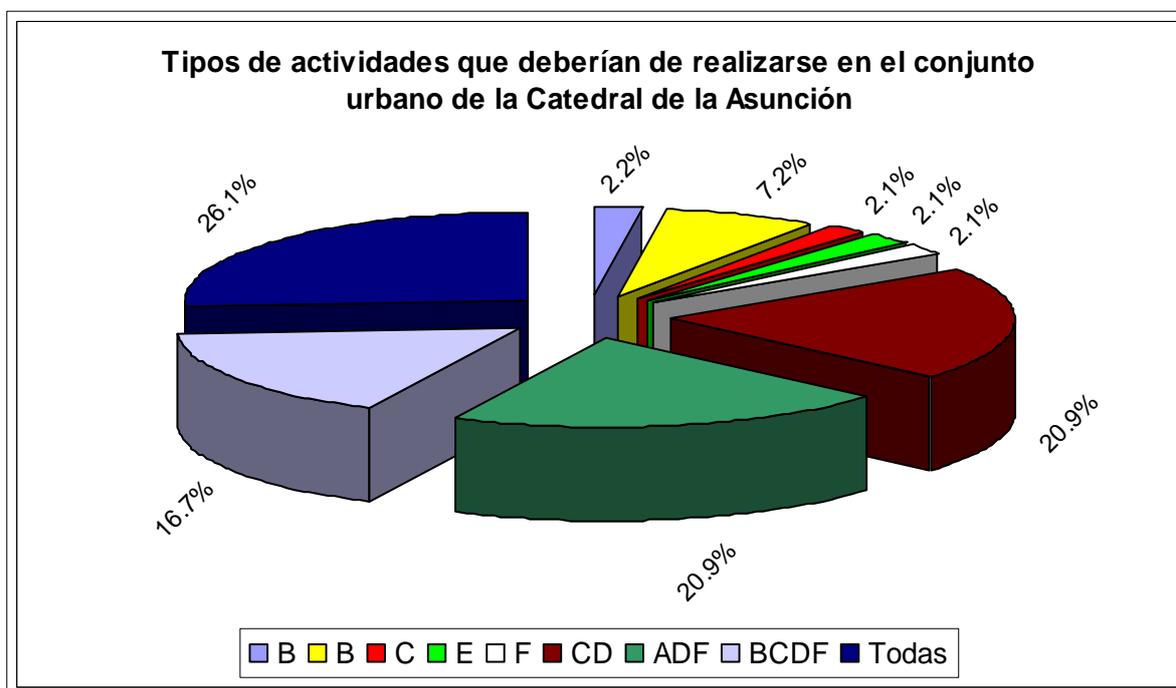
### 4.2.4. Tipos de actividades que le gustaría que se realicen en el conjunto urbano de la Catedral.

Del total de la muestra obtuvimos lo siguiente (**Gráfico 8**):

El 7.2%. Equivalente a 7 personas opinan por la realización de Tertulias Culturales (B), el 2.1% opina por exposiciones (C), el 2.1% opina por ruedas literarias (E), otro 2.1% por obras de teatro al aire libre (F), el 20% correspondiente a 20 turistas opinaron por la realización de exposiciones y conciertos (C, D), el 20% correspondiente a 20 turistas opinaron por: ferias temáticas, conciertos y obras de teatro al aire libre (A, D, F), el 17.0% optó por las tertulias, exposiciones, conciertos y obras de teatro al aire libre (B, C, D, F) y el 26.6% correspondiente a 26 turistas señalaron todas las opciones.



**Gráfico 8**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

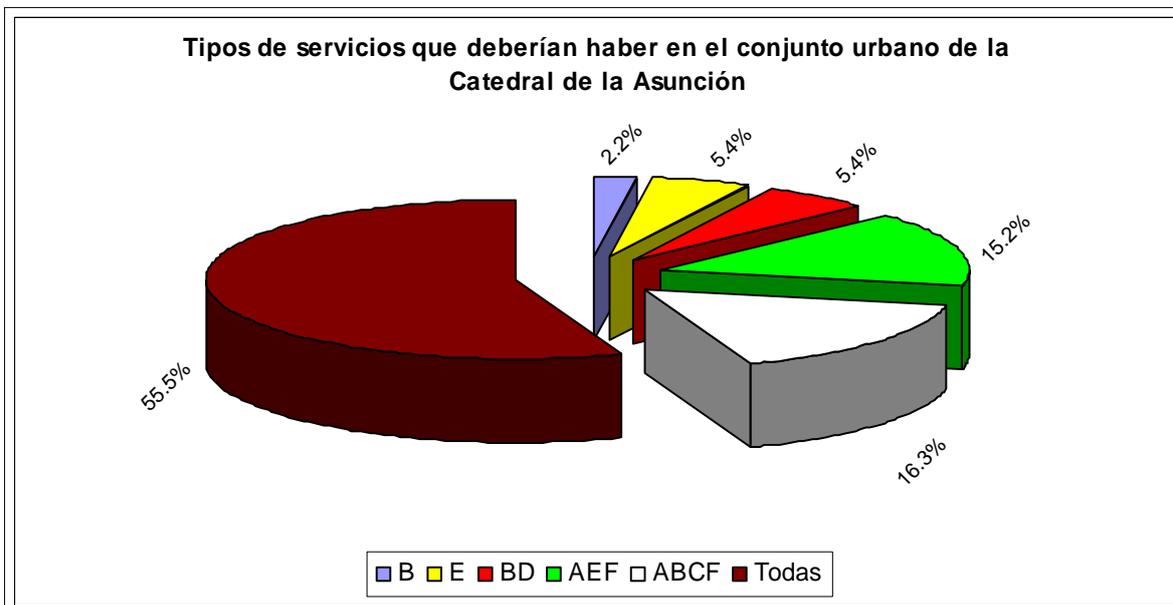
#### 4.2.5. Tipos de servicios que debería haber en el conjunto urbano de la Catedral de la Asunción.

Del total de la muestra obtuvimos lo siguiente (**Gráfico 9**):

El 2.2% opina por la creación de museos temáticos (B), el 5.4%, votó por la creación de servicios de guías bilingües (E), otro 5.4%, opina por la aparición de más establecimientos de alimentos y bebidas y de museos temáticos (B y D), el 15.2%, opina que deberían ofrecer tours guiados a pie y en coche, servicios de guías bilingües e información turística especializada (A, E y F), el 16.3% correspondiente a 16 turistas señalaron que se debe ofertar, tours guiados, museos temáticos, tiendas de souvenir e información turística especializada (A,B,C,F) y el 55%, correspondiente a 55 turistas marcaron todas las opciones.



**Gráfico 9**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

#### 4.2.6. Valore en orden de prioridad, cuál de estos sitios valdría la pena para considerar una visita a la ciudad de León.

De un universo muestra de 100 encuestados, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes (**Tabla 2**)

**TABLA 2**  
**Porcentaje de respuestas obtenidas de los turistas, referidos a los lugares que les gustaría visitar**

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
La Catedral	81	81.0
Iglesia La Merced	51	51.0
Mausoleo Héroes y Mártires	46	46.0
Colegio La Asunción	39	39.0
Palacio Episcopal	33	33.0
Colegio San Ramón	34	34.0
Casa CUUN	38	38.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas



#### **4.2.7. Que recomendaciones daría usted para lograr un mejor aprovechamiento turístico del conjunto urbano de la Catedral de León.**

De las recomendaciones emitidas por los turistas encuestados hemos retomado las más representativas referidas a los tópicos: basura, iluminación, educación turística, ordenamiento vial, animación, coordinación entre las entidades responsables de la actividad turística, información y la mejora e incremento de servicios turísticos en el área y la ciudad en general. **(Anexo 6)**

#### **4.2.8. Resultados obtenidos respecto a los datos generales de los turistas encuestados.**

Del número de encuestas aplicadas a los visitantes de Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, obtuvimos también otros datos que nos son de utilidad para la realización del análisis de la Oferta y la Demanda, particularmente; por tanto presentamos estas tablas que reflejan la información obtenida en relación a los motivos principales que impulsaron la realización del viaje hacia esta ciudad, obsérvese que entre los principales motivos destacan: turismo (39.8%), trabajo(37.8%) y estudio (12.2%), información alentadora para la realización de nuestra propuesta.



#### 4.2.8.1. Motivos del viaje

**TABLA 3**  
**Motivo de viaje de los turistas**

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Estudio	12	12.0
Trabajo	37	37.0
Turismo	39	39.0
Religión	7	7.0
Otros	3	3.0
Total	98	98.0
N/O	2	2.0
Total	100	100.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

#### 4.2.8.2. Estadía.

La permanencia en el sitio también es otro elemento de relevante importancia, al momento de plantear la propuesta, pues las variables que aquí se reflejan indican que la mayoría de los encuestados no permanecen mayor tiempo, que el de una semana en la ciudad, obtuvimos que el (48.5), de la muestra total, permanece en la ciudad como máximo una semana.

#### 4.2.8.3. Tiempo de permanencia

**TABLA 4**  
**Tiempo de permanencia de los turistas en la ciudad.**

Permanencia	Frecuencia	Porcentaje
Semana	47	47.0
Meses	33	33.0
Años	7	7.0
Transito	10	10.0
Total	97	97.0
N/O	3	3.0
Total	100	100.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

#### 4.2.8.4. Promedio de gastos

En esta tabla se refleja el promedio de gasto diario que hace un visitante en la ciudad, el cual varía en dependencia de la tipología del turista, para reflejar el resultado establecimos un rango general, entre el gasto mínimo y máximo del 100% de los encuestados que respondieron a la pregunta, cabe señalar que no todos contestaron. Obtuvimos así lo siguiente:



**TABLA 5**  
**Promedio de gastos por día realizados por los turistas en la ciudad.**

Descripción	N (TURISTAS)	Mínimo	Máximo	Media
<b>Gastos (Dólares)</b>	74	10.0	250.00	82.9797
<b>Validación N (Rango)</b>	74			

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Turistas

Referente a la procedencia de los turistas encuestados, se encontró que el mayor porcentaje corresponde a España con un 18%, seguido de los Estado Unidos con un 17% y en tercer se ubica Austria con un 11%. El resto de países podemos encontrar Argentinos, Canadienses, Mexicanos entre otros.

En este mismo orden, se puede visualizar que en el nivel académico de los encuestados encontramos estudiantes, profesionales, religiosos, técnicos, cooperantes que laboran en ONG<sup>s</sup>, datos que nos inducen a asumir que sus respuestas son significativas en vista de que corresponden a personas en su mayoría adultas y con experiencia en viajes hacia otros destinos.



### 4.3. Resultados de encuestas aplicadas a ciudadanos de León que viven o trabajan en el Centro Histórico.

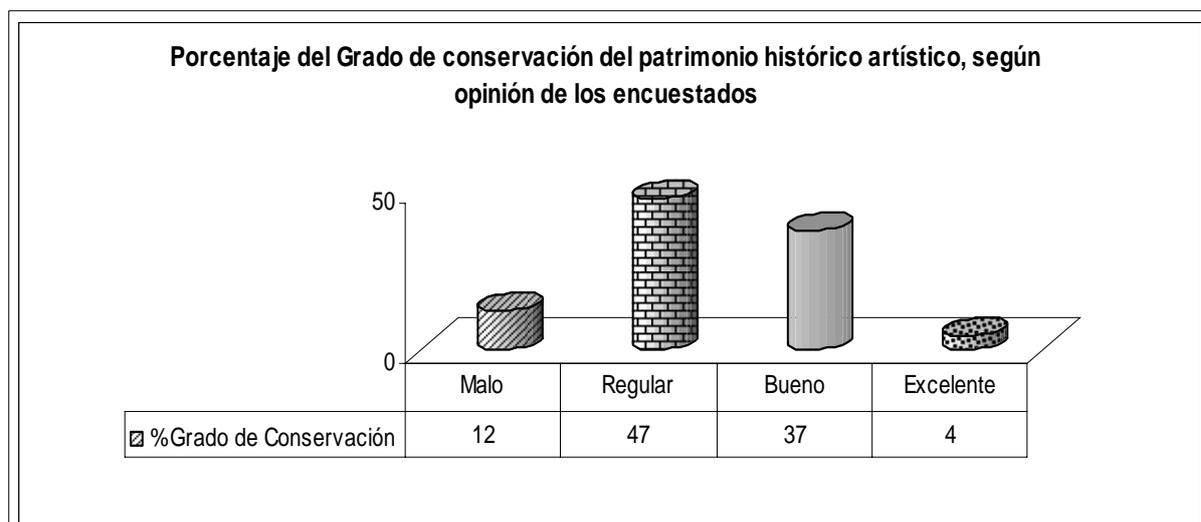
Se aplicaron un total de 100 encuestas distribuidas entre los ciudadanos del Centro Histórico de la Ciudad de León con el objetivo de conocer la valoración que estos tienen en cuanto al Conjunto Urbano de la Catedral así como los cambios que les gustaría se efectuasen en el mismo. Una vez procesados los datos obtuvimos los siguientes resultados.

#### 4.3.1. Evaluación del Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción en cuanto a los siguientes aspectos

##### 4.3.1.1. Grado de Conservación del Patrimonio Histórico- Artístico

De las encuestas aplicadas un 47% que corresponde a un igual número de encuestados respondieron que el estado en que se conserva el patrimonio es Regular, un 37% opina que es Bueno, seguido en menor porcentaje con 12% el grupo que considera que es malo y solo un 4% correspondiente a 4 personas consideran que es Excelente (**Gráfico 10**).

**Gráfico 10**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

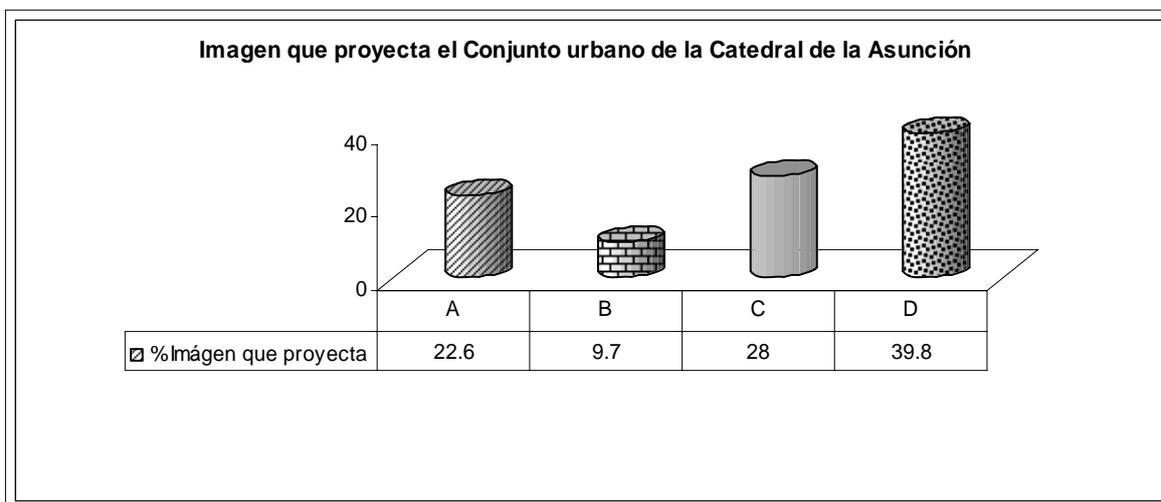
##### 4.3.1.2. Imagen que proyecta

La mayoría de los ciudadanos piensan que gradualmente el área ha ido perdiendo rasgos de ciudad colonial esto corresponde a un 39.8%, seguido de este un 28% que tiene la opinión que el Conjunto aun conserva aspectos físicos de una ciudad colonial. Otro 22.6% que equivale a 22 personas señalan que está fragmentada y



que todos los elementos que se encuentran alrededor no están en armonía. El 9.7% restante comentan que todos los elementos están en perfecta armonía (**Gráfico 11**).

**Gráfico 11**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

A = Imagen fragmentada en la que todos los elementos no están en armonía.

B = Todos los elementos están en armonía.

C = Conserva el aspecto físico de ciudad colonial.

D = Gradualmente ha perdido los rasgos de ciudad colonial

#### 4.3.1.3. Promedio de eventos de atracción turística.

Más de la mitad de los encuestados coincidieron en que no conocen el promedio de eventos que se realizan en el área representada por un 67% el otro 33% restante si tienen conocimiento (**Gráfico 12**). De este último porcentaje un 29.0% que equivale a 29 personas señalan que se realizan de 1 a 2 eventos por mes y un 4.0% que son 4 ciudadanos marcaron que se realizan de 3 a 5 por mes (**Tabla 6**).

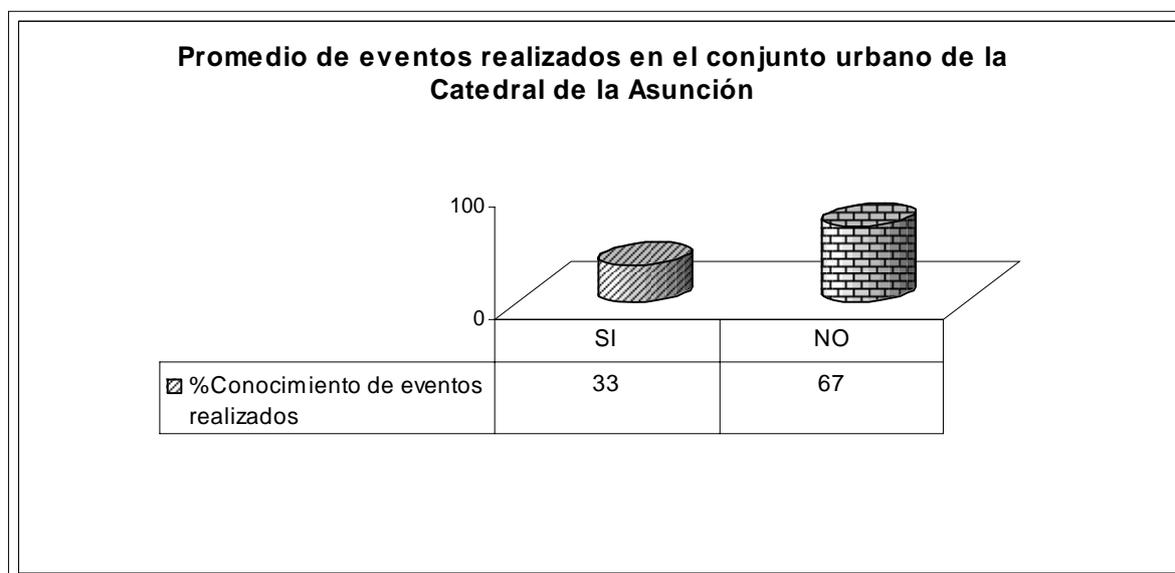
**TABLA 6**  
**Conocimiento del número de evento que se realizan por mes**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 por mes	29	29.0
3 a 5 mes	4	4.0
Total	33	33.0
N/O	67	67.0
Total	100	100.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes



**Gráfico 12**

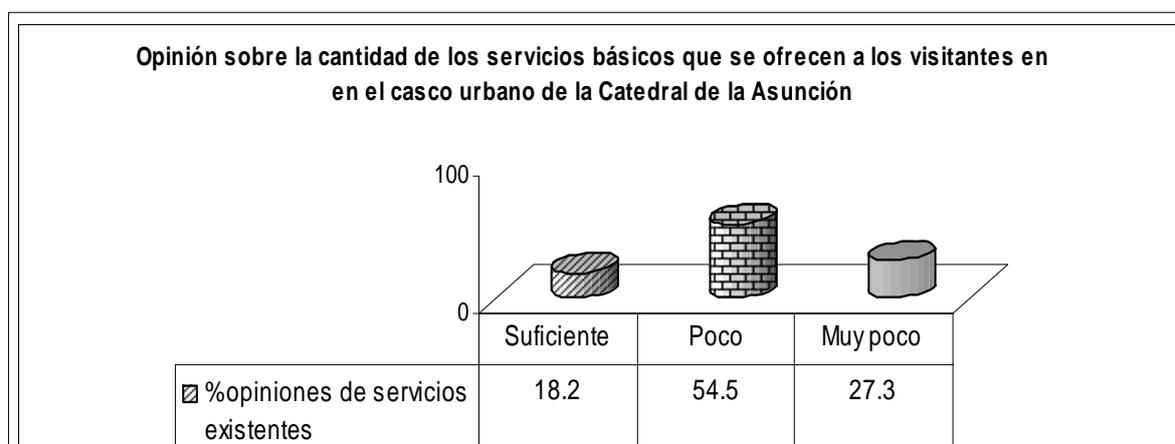


**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

#### 4.3.1.4. Servicios que provee a los visitantes

Cantidad de servicios públicos (servicios sanitarios públicos, servicio telefónico, de correo): la mayoría de los encuestados; un 54.5% opinan que son pocos, un 27.3% indican que los servicios son muy pocos y por último pero teniendo un número representativo encontramos con 18.2% a las personas opinan que son suficientes (**Gráfico 13**).

**Gráfico 13**



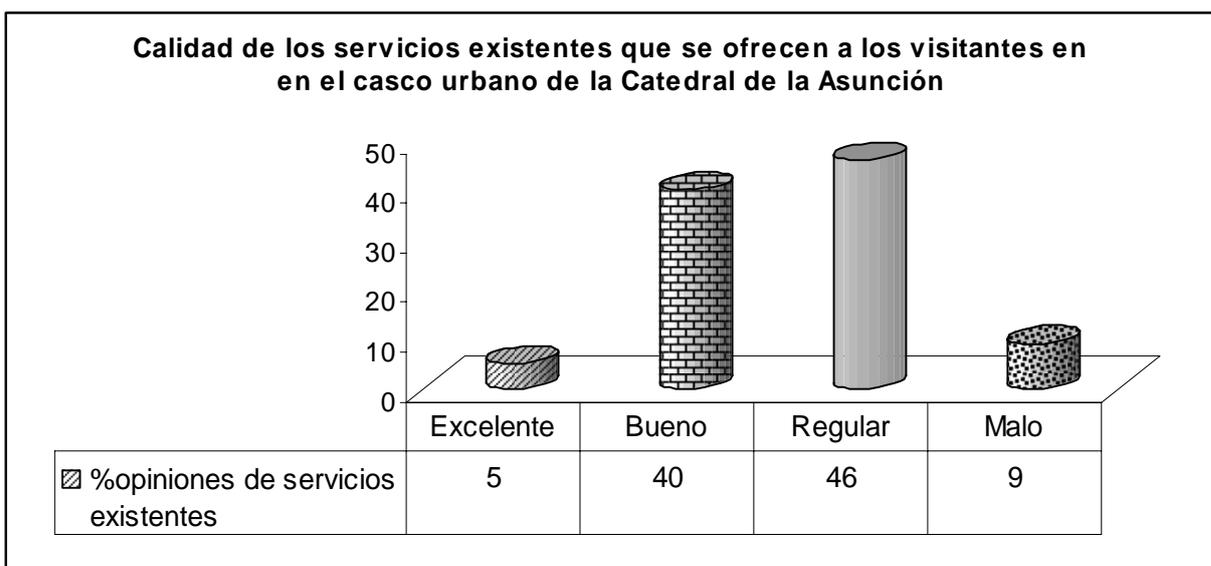
**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes



#### 4.3.1.5. Calidad de los servicios existentes para el visitante (hoteles, guías turísticas, oficinas de información)

Los porcentajes más altos fueron dados a las opciones de Regular y Bueno con un 46% y 40% respectivamente, un 9% opina que es Malo y un 5% de los ciudadanos piensan que es Excelente (**Gráfico 14**)

**Gráfico 14**



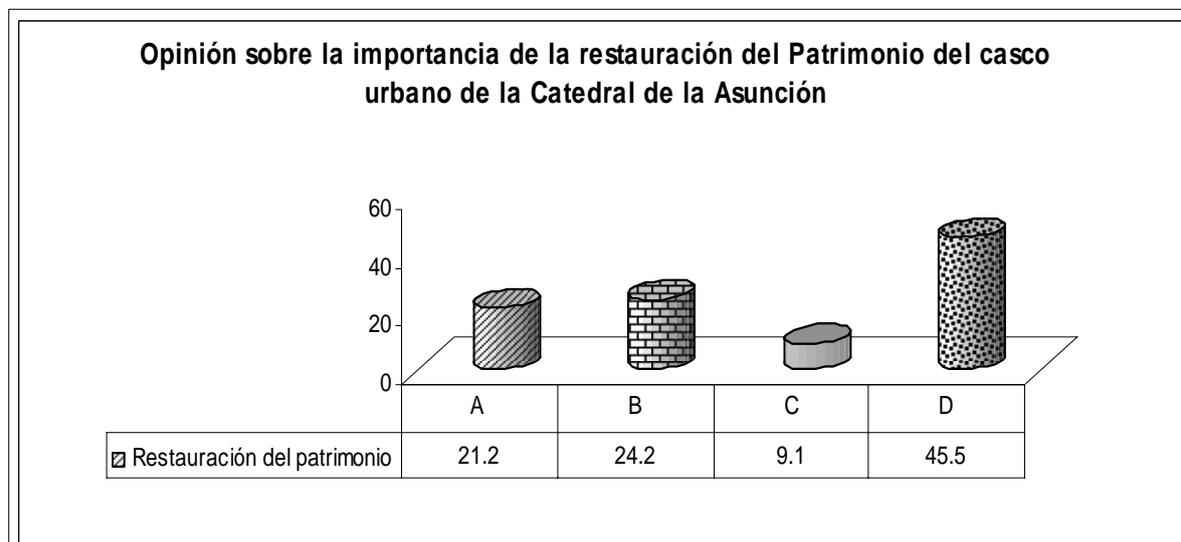
**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

#### 4.3.2. Motivos por los cuales sería importante la restauración del patrimonio del Conjunto Urbano de la Catedral.

El 45.5% que equivale a un total de 45 personas opinan que el motivo por el que se debería intervenir el Conjunto Urbano de la Catedral es para mejorar el aspecto físico del centro de la ciudad y proyectar una mejor imagen a los visitantes. Un 24.2 % que equivale a 24 de los encuestados señalan que debería de hacerse para poder conservar el legado histórico de la arquitectura colonial de la ciudad. Otro 21.2% que son 21 personas opinan que es necesario para que esta pueda competir como ciudad colonial con otros destinos de turismo cultural a nivel de Latinoamérica. El 9.1% restante que son 9 personas opinan que para reactivar la actividad cultural y rescatar los valores y tradiciones que solían ser representadas en la plaza central de la ciudad (**Gráfico 15**).



**Gráfico 15**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

A = Para que pueda competir con otros destinos de ciudades coloniales, en Latinoamérica

B = para conservar el legado histórico y la arquitectura de ciudad Colonial

C = para reactivar la actividad cultural y rescatar los valores y tradiciones

D = para mejorar el aspecto físico del centro de la ciudad y proyectar una mejor imagen a los visitantes.

#### **4.3.3. Opinión del como gustaría ver el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción.**

Un porcentaje muy elevado el 75.5% que corresponde a tres cuartas partes de las encuestas aplicadas que equivale a un total de 75 personas señalan que les gustaría ver el área de estudio como un conjunto urbano que proyecte la imagen de ciudad antigua, con sus fachadas rehabilitadas y con una adecuada infraestructura turística que no desentone con el ambiente. En porcentajes menores encontramos que un 16% que son 15 personas opinan que como un gran museo monumental al aire libre con espacios de uso peatonal. Un 5.3% opina que como un conjunto urbano contrastando lo antiguo con lo moderno y solamente un 3.2% les gustaría ver al conjunto como un gran escenario urbano que sirva para la realización continua de eventos programados (**Tabla 7**).



**TABLA 7**  
**Porcentaje de opiniones sobre la estética del Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
A	15	15.0
B	5	5.0
C	71	71.0
D	3	3.0
Total	94	94.0
N/O	6	6.0
Total	100	100.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

A = Fragmentada en la que todos los elementos que se encuentran alrededor no están en armonía

B = Todos los elementos están en armonía

C = Conserva los aspectos físicos de una ciudad colonial

D = Gradualmente el área ha perdido los rasgos de ciudad colonial

#### **4.3.4. Tipo de actividades que le gustaría se realicen en el conjunto Urbano de la Catedral de León.**

El 32% que equivale a igual número de personas consideran que deben realizarse tertulias culturales, conciertos y obras de teatro al aire libre. Un 22% consideran que todos los tipos de eventos propuestos se deben de llevar a cabo tales como: ferias temáticas, tertulias culturales, exposiciones, conciertos, ruedas literarias, y obras de teatro al aire libre. Un 19% señalan que se lleven a cabo tertulias culturales y exposiciones, el 11% marca que únicamente se realicen tertulias culturales y de igual modo un 4% quiere que se programen ferias temáticas, otras 4 personas que representa el 4% que se realicen conciertos, un 3% exposiciones y un 2% obras de teatro al aire libre. Un 3 % de la muestra o lo que equivale a 3 personas se abstuvieron a responder esta pregunta.



**TABLA 8**

**Tabla de frecuencia de tipos de actividades que se deberían de realizar en el Conjunto Urbano de la Catedral**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
A	4	4.0
B	11	11.0
C	3	3.0
D	4	4.0
F	2	2.0
Todas	22	22.0
BC	19	19.0
BDF	32	32.0
Total	97	97.0
N/O	3	3.0
Total	100	100.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

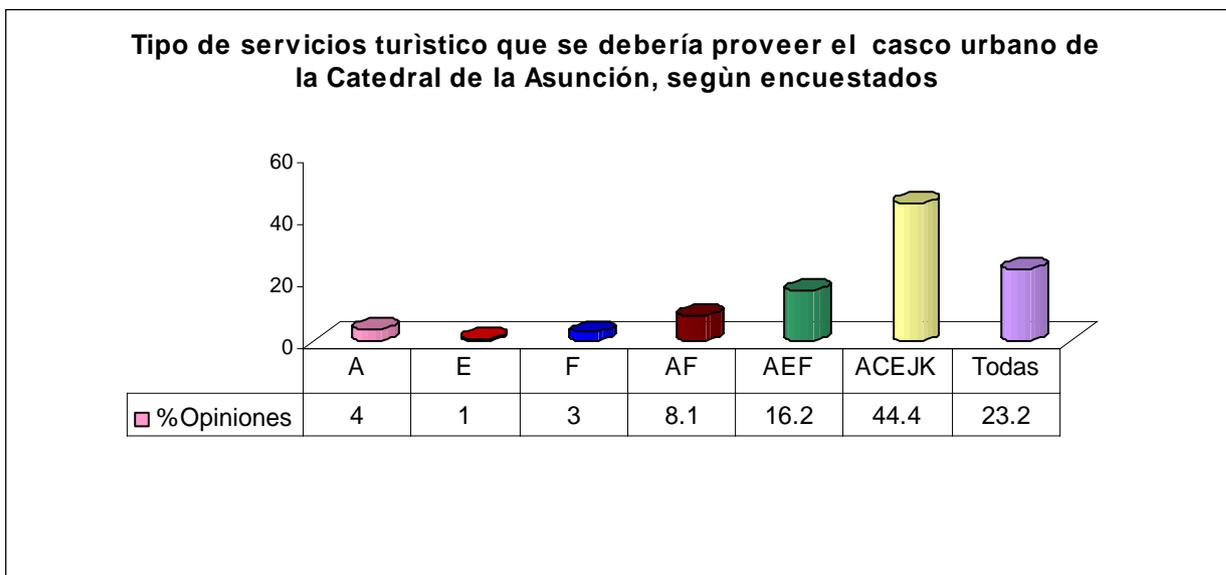
- A = Ferias temáticas
- B = Tertulias culturales
- C = Exposiciones
- D = Conciertos
- E = Ruedas o peñas literarias
- F = Obras de teatro al aire libre

#### **4.3.5. Tipo de servicios turísticos que debería de proveer el Conjunto Urbano de la Catedral.**

Un 44% opinan que el Conjunto debería de proveer los siguientes servicios: tour guiados, tienda de souvenir, servicios de guías bilingües especializados, baños sanitarios públicos y talleres artesanales. Un 23% opina que todos los servicios propuestos en la encuesta tales como: tours guiados a pie o en coche, museos temáticos, tiendas de souvenir, establecimientos de alimentos y bebidas temáticos, servicios de guías especializados bilingües, información turística, servicios de cambio de moneda, alojamiento, servicios higiénicos públicos, talleres artesanales y un amplio centro comercial. El 16% opina que debe llevarse a cabo tours guiados a pie y en coche, guías especializados bilingües e información turística. Un 8% que señalan que se realicen tours guiados a pie o en coche e información turística. Un 4% piensa que solamente se ofrezcan tours guiados o en coche, otro 3% que solo opina que se necesita información turística y un 1% señaló servicios de guías especializados bilingües (**Gráfico 16**).



**Gráfico 16**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

- A = Tour guiados o en coches
- B = Museos temáticos
- C = Tiendas de souvenir
- D = Establecimiento de alimentos y bebidas
- E = Servicios de guías especializados bilingües
- F = información turística
- G = Servicio de cambio de moneda
- H = Servicios higiénico públicos
- I = Talleres artesanales
- J = Un amplio centro comercial
- K = Otros



#### 4.3.6. Importancia del por qué implementar acciones para incrementar el número de turistas.

Para determinar la importancia de incremento de visitantes a la ciudad, se encuestó a los ciudadanos revelando los subsecuentes datos de las siguientes opciones:

- Incremento de las ventas.
- Oportunidades para los artesanos.
- Mayores opciones para la recreación.
- Mayor aprovechamiento de los recursos históricos artísticos.
- Competir turísticamente.

##### 4.3.6.1. Para incrementar las ventas de los establecimientos de alimentos y bebidas existentes.

**TABLA 9**  
Oportunidades que brinda el turismo para incrementar las ventas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	40.0
NO	58	58.0
Total	98	98.0
N/O	2	2.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

##### 4.3.6.2. Permitir que los artesanos locales expongan y vendan dignamente sus productos.

**TABLA 10**  
Oportunidades que brinda el turismo a los artesanos locales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	48	48.0
NO	51	51.0
Total	99	99.0
N/O	1	1.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes



#### 4.3.6.3. Generar más opciones para recrearse sanamente.

TABLA 11  
Oportunidades de mayor recreación.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	50.0
NO	49	49.0
Total	99	99.0
N/O	1	1.0
Total	100	100.0

#### 4.3.6.4. Permitir un mayor aprovechamiento de los recursos históricos artístico.

TABLA 12  
Oportunidades que brinda el turismo para un mayor aprovechamiento de los recursos históricos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	62	62.0
NO	37	37.0
Total	99	99.0
N/O	1	1.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

#### 4.3.6.5. Competir turísticamente a nivel internacional.

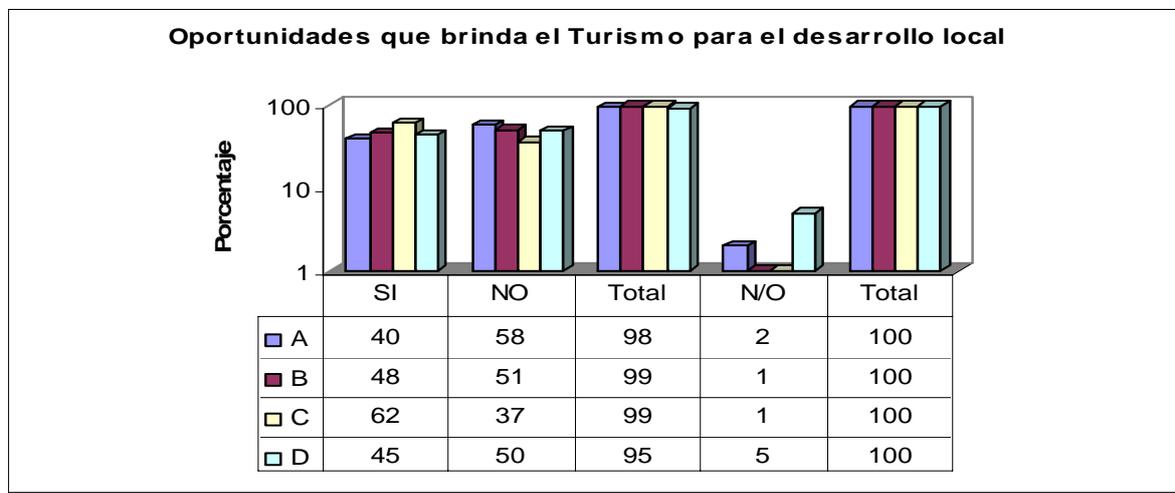
TABLA 13  
Oportunidades para competir con el Turismo internacional

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	45.0
NO	50	50.0
Total	95	95.0
N/O	5	5.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes



**Gráfico 17**



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes  
**A = Oportunidades que brinda el turismo para incrementar las ventas**  
**B = Oportunidades que brinda el turismo a los artesanos locales**  
**C = Oportunidades que brinda el turismo para un mayor aprovechamiento de los recursos históricos**  
**D = Oportunidades para competir con el Turismo internacional**

#### 4.3.7. Sitios priorizados por los ciudadanos residentes para visitar la ciudad de León.

**TABLA 14**  
**La Catedral**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	92	92.0
NO	3	3.0
Total	95	95.0
N/O	7	7.0
Total	100	100.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

**TABLA 15**  
**Edificio del Colegio La Asunción**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	54.0
NO	37	37.0
Total	91	91.0
N/O	9	9.0
Total	100	100.0

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes



**TABLA 16**  
**Edificio del Colegio San Ramón**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	43	43.0
NO	49	49.0
Total	92	92.0
N/O	8	8.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

**TABLA 17**  
**Iglesia La Merced**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	41	41.0
NO	51	51.0
Total	92	92.0
N/O	8	8.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

**TABLA 18**  
**El Parque Central**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	38	38.0
NO	54	54.0
Total	92	92.0
N/O	8	8.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

**TABLA 19**  
**La Alcaldía**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	20.0
NO	72	72.0
Total	92	92.0
N/O	8	8.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

**TABLA 20**  
**Mausoleo Héroes y Mártires**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	13.0
NO	79	79.0
Total	92	92.0
N/O	8	8.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

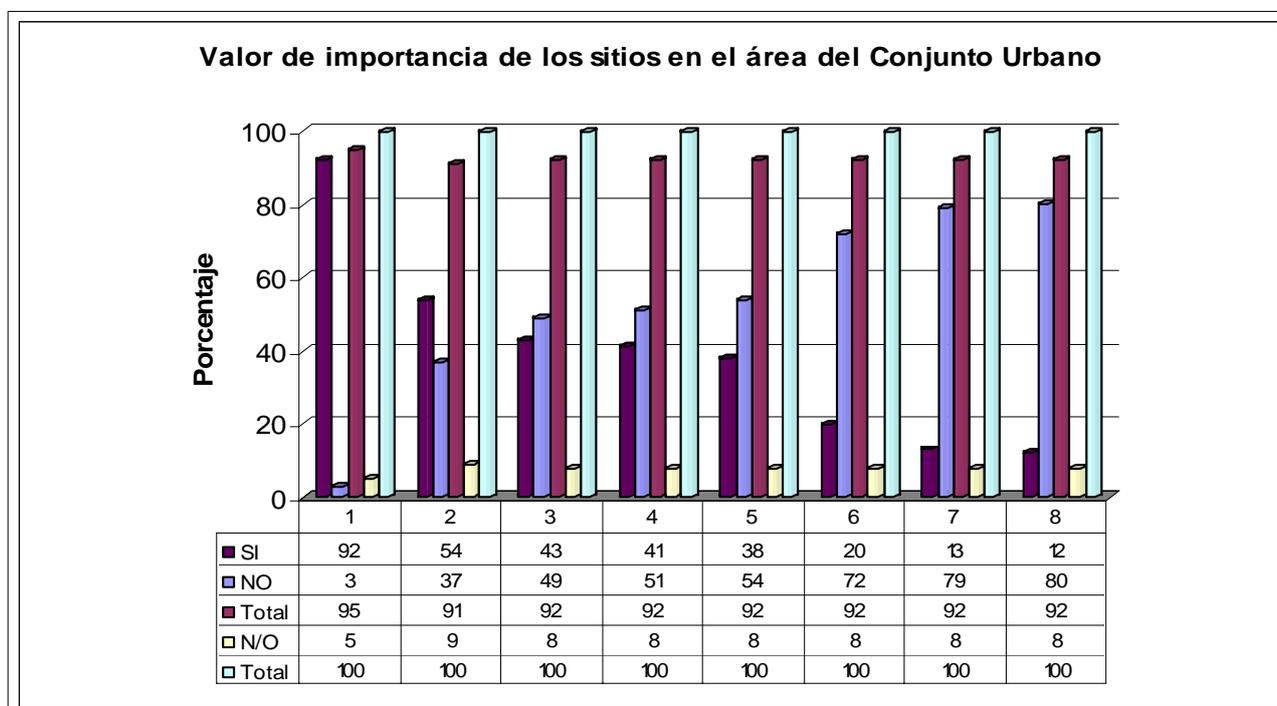


**TABLA 21**  
**Mercado Central**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	12.0
NO	80	80.0
Total	92	92.0
N/O	8	8.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

**Gráfico 18**



Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de encuestas aplicadas a Ciudadanos residentes

- 1 = La Catedral
- 2 = Edificio del Colegio La Asunción
- 3 = Edificio del Colegio San Ramón
- 4 = Iglesia La Merced
- 5 = El Parque Central
- 6 = La Alcaldía
- 7 = Mausoleo Héroes y Mártires
- 8 = Mercado Central



#### **4.3.8. Que recomendaciones daría usted para lograr un mejor aprovechamiento turístico del conjunto urbano de la Catedral de León.**

De las recomendaciones emitidas por los ciudadanos encuestados hemos retomado las más representativas referidas a los tópicos: basura, iluminación, educación turística, ordenamiento vial, animación, coordinación entre las entidades responsables de la actividad turística, información y la mejora e incremento de servicios turísticos en el área y la ciudad en general. **(Anexo 7)**



## CAPITULO V

### 5. Análisis de los resultados.

De las 200 encuestas aplicadas a turistas que visitan el Centro Histórico y a ciudadanos residentes del mismo, presentamos el siguiente análisis que hace referencia principalmente a los aspectos que más destacan en el estudio realizado y que consideramos de mucha importancia, ya que contiene las perspectivas de ambos grupos encuestados en relación al posible desarrollo de la actividad turística en el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, además de una información sustentada en los diagnósticos realizados en otros estudios aplicados al Centro Histórico y el que procesamos en nuestro estudio, así como la teoría que respalda la planificación turística en Conjuntos Urbanos con valor Histórico-monumental, como es el caso en estudio.

En relación al grado de conservación del Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, obtuvimos un equilibrio entre la opinión de turistas, el **53 %** dijo que se encuentra en un estado **Regular** y el **47%** de los ciudadanos residentes, también marcaron la opción de **Regular**. Comparando estos resultados con los rangos que se utilizaron para medir el estado en que se encuentran los edificios del Centro Histórico, este resultado correspondería al rango de **Alterado**.

Sin embargo en el diagnóstico realizado en el Plan Especial de Revitalización del Centro Histórico de León, en el punto tres del capítulo III, titulado “Aspectos tipológico y urbano en el área de estudio”, encontramos, que como predominio tipológico, identificado en el Barrio El Sagrario, tenemos que un **81 %** es colonial y solamente un **1 %** es moderno; quedando el resto sin clasificación, además se expresa que su estado de conservación es bueno, representando como **Conservado** un **62.0%** de sus inmuebles. Los rangos utilizados para la determinación del resultado en el estudio mencionado, fueron los siguientes:

- Primer rango: (alterado ruinoso)
- Segundo rango: (deteriorado)
- Tercer rango: (alterado)
- Cuarto rango: (conservado)

En este punto es necesario analizar porque difiere la opinión de los Turistas y ciudadanos residentes con el diagnóstico realizado por los especialistas, cabe señalar que dicho diagnóstico fue elaborado en el año 2000, considerando que no se han presentado muchos cambios de ese tiempo acá, relacionamos el resultado con los aspectos motivacionales para el caso de los turistas y sentimentales para el caso de los ciudadanos residentes, argumentando lo siguiente:

Existe una dialéctica entre las motivaciones, los comportamientos y la diversidad de componentes que intervienen en la práctica turística y los espacios correspondientes.

Esto convierte a la actividad turística en algo complejo y permite la aparición de diferentes tipos de turismo, que constituyen categorías a partir de cualidades o



condiciones del hecho turístico. **R. Burton (1995)**; en Análisis Territorial del Turismo plantea un cuadro de clasificación de actividades turísticas que satisfacen las distintas necesidades psicológicas que motivan a un turista; señalando como las más destacadas: las necesidades intelectuales, de descanso y estimulación, este por tanto busca lugares donde pueda realizar actividades de entretenimiento pasivo, espectáculos, ver danzas tradicionales y visitar centros patrimoniales, donde practique un turismo educacional o étnico; por tanto concluimos que la mayoría de los turistas encuestados resultan ser de este tipo y para ellos es importante encontrar centros históricos lo más inalterados posibles, ya que la base fundamental del turismo cultural será la impresión que cause la percepción del conjunto histórico al turista, éste estará muy preocupado por la conservación y originalidad del patrimonio y aunque no sea un especialista en la materia querrá ver al objeto de su interés en condiciones óptimas, para poder así satisfacer sus necesidades psicológicas.

En el caso de los ciudadanos residentes, relacionamos los resultados con el apego sentimental que se tiene al lugar donde vivimos y al valor histórico-cultural que se representa en los principales íconos de la ciudad, sentimiento que en muchos casos ha sido heredado tras muchas generaciones, como símbolo de respeto y amor patriótico, por tanto existen muchos casos en que las personas residentes opinan por mantener y preservar las cosas como fueron concebidas y no alterarlas con nuevas edificaciones o nuevas prácticas que rompan con el esquema tradicional de la ciudad o el Conjunto. **(Anexo 8)**

Sin embargo en el diagnóstico realizado por los especialistas, los resultados indican que los inmuebles del Conjunto Urbano de la Catedral se encuentran **Conservados**, desde luego este análisis se hizo tomando en cuenta las condiciones arquitectónicas de una forma muy objetiva y obviamente se ignoró la parte subjetiva del asunto.

De los análisis efectuados concluimos que para diagnosticar el estado o grado de conservación del patrimonio urbano desde el punto de vista turístico, es necesario hacerlo de una forma integral, considerando la percepción de los pobladores y visitantes, así como la vulnerabilidad y riesgo existente en relación a las edificaciones y el uso actual y potencial.

Referente a la imagen que proyecta el Conjunto Urbano existe diferencia entre la percepción de los turistas de los cuales el **53 %** considera que la ciudad aún **conserva los aspectos característicos de la colonia**, mientras que **40 %** de los residentes opina que **gradualmente se han perdido los rasgos de ciudad colonial**. Consideramos que este resultado es válido, ya que en el caso de los turistas, ellos no pueden hacer una comparación retrospectiva, a diferencia de los ciudadanos que si han permanecido por mucho tiempo en el lugar y por tanto han notado el cambio.

En el Plan Especial de Revitalización del Centro Histórico, iniciado desde 1996, a través de un convenio de cooperación externa y la Alcaldía de León, proyecto que se extendió hasta el año 2000 el cual aún está vigente; encontramos algunos



señalamientos válidos para complementar este análisis, en el que se hace referencia a unas normativas que se crearon con el fin de evitar la saturación de contaminación visual existente en algunos conjuntos enmarcados en el Centro Histórico, los cuales fueron ordenadas por otra organización que conforma el Consejo de Ordenanza Municipal, quienes elaboraron un Reglamento que indica los lineamientos que deben seguirse para el desarrollo del centro urbano de la ciudad de León (mayo, 1996); donde se plantean normativas relacionadas con : rótulos comerciales y avisos en las calles, toldos, espacios baldíos, etc...., que luego en el Plan Especial fueron retomadas en la realización del análisis de la imagen urbana, resultando que el barrio "El Sagrario" (donde se localiza el espacio en estudio), se encuentra afectado con un **21%**, en relación a la imagen urbana que proyecta y que en los últimos estudios realizados, se encontró que aún no existe cumplimiento en relación a los elementos que interrumpen la imagen visual de la ciudad, como por ejemplo: los rótulos del comercio local y además existen otros elementos que rompen la imagen visual, tales como: el crecimiento acelerado de la ciudad, el cual rompió con el esquema fundamental de la cuadrícula original, el elevado número de intervenciones con el fin de sustituir la arquitectura y su sistema estructural, por lo moderno y la parcelación, lo que afecta en forma negativa las unidades arquitectónicas y ambientales.

Todo esto explica con mayor amplitud, el porque de las divergencias entre la percepción que tienen los turistas encuestados y la opinión de los ciudadanos residentes.

En relación al conocimiento que tiene la gente respecto a las actividades efectuadas en el conjunto Urbano de la Catedral, encontramos que el **73%** de los turistas marcaron **NO** y el **27%** dijo **SÍ**. En el caso de los ciudadanos residentes el **67%** marcaron **NO** y el **33%** dijo **SI**. Dicho resultado indica que prácticamente no se realizan actividades turísticas en el área y para las pocas que se efectúan no existe un buen sistema de comunicación publicitario, que propague la información o mensaje, con eficiencia. Realizamos un sondeo fuera de encuesta, para determinar el por qué del **27%** de turistas, que respondieron **SI**, de lo cual obtuvimos que ellos se enteran de las actividades por medio de revistas de información turística locales, que compran en puestos de revistas, supermercados y algunos establecimientos de alimentos y bebida o bien en folleterías informativas, que consiguen en la Oficina de Información Turística.

Señalaron inclusive conocer el promedio de tiempo de realización de dichos eventos; en el caso de los turistas el **55%** indicó, que se realizan de **1-2 eventos por mes** y el **29%** de los ciudadanos residentes indicó que de **1-2 por mes**, corroborando así lo antes expuesto, en relación a que el Conjunto Urbano de la Catedral prácticamente carece de actividades de animación turística, elemento esencial que falta según nuestro criterio para activar la actividad turística en el área.

Dos aspectos importantes que tomamos en cuenta al evaluar los servicios existentes son la cantidad y la calidad. En cuanto a la **cantidad** obtuvimos que más del **50%** de la muestra opina que hay pocos servicios (servicios sanitarios públicos, servicios de



correo, telefónico, etc.) en el área. En este aspecto el gobierno municipal es responsable de crear la infraestructura de servicios que falta, pero consideramos que para ello debe tomarse muy en cuenta la situación de uso potencial del espacio, porque si hacemos referencia a la situación actual, probablemente muchos pensarán que los servicios existentes son suficientes.

Con respecto a la **calidad** del servicio (hoteles, guías turísticos, oficina de información, etc....) existe una correlación entre **Regular y Bueno** entre la opinión de los turistas y los ciudadanos residentes. El **46.3%** de los turistas opinó que la calidad en el servicio es **Regular** y el **46.3%** que es **Buena**, el **46%** de los ciudadanos residentes dijo que la calidad en los servicios es **Regular** y el **40%** dijo que es **Bueno**; esto nos indica que no hay mucha deficiencia en el servicio, sin embargo existe una gran distancia para poder alcanzar la categoría de **Excelencia** en la oferta de servicios específicos para turistas. Obsérvese que de igual manera existe distancia en relación a la categoría de **Malo**, indicador de que los esfuerzos realizados en los últimos 4 años por las diferentes entidades e instituciones como el surgimiento de escuelas formadoras del recurso humano para laborar en Turismo, han contribuido a dar pasos importantes en relación a la mejora en la calidad del servicio al turista.

En la determinación de las razones más importantes para la restauración del Patrimonio Histórico del Conjunto Urbano de la Catedral obtuvimos como resultado que el **46 %** de los ciudadanos residentes marcaron como prioridad **la proyección de la imagen que venden a los visitantes**, quedando en segundo orden el **24%** que opinan que es importante la restauración **para conservar el legado histórico**.

Lo que indica que los ciudadanos residentes están considerando al turismo como una alternativa económica y además están conscientes de la importancia de la misma imagen para la proyección turística; en la contraparte el **40.9%** de los turistas encuestados señalan que su prioridad es **la conservación del legado histórico de la arquitectura en la ciudad**, mientras que el **25 %** señaló que la restauración del Conjunto debería ser importante para que **la ciudad pueda competir con otras como ciudad colonial**, lo que indica que la demanda potencial prefiere por sobre todas las cosas la originalidad del recurso y que los visitantes que lleguen a la ciudad sean los que se sientan atraídos principalmente por elementos culturales de gran valor histórico, dato que coincide con un fenómeno que se ha desarrollado en los últimos años en las ciudades históricas de Europa, en donde se marca una clara tendencia a un “Renacimiento cultural”, en el cual el patrimonio histórico ha dejado de ser una atracción añadida y se ha convertido en un recurso prioritario de la visita. Originando así un redescubrimiento de los recursos patrimoniales e históricos, propiciando la aparición del concepto de “Turistas Culturales”; caracterizados por ser personas abiertas, con alto nivel de confianza en sí mismos, con gran espíritu aventurero y deseo de experimentar nuevas cosas. Tales visitantes pertenecen a grupos socio-económicos de nivel educativo alto y tienen principalmente edades entre los **20 y 29 años**; según el estudio realizado por la “Asociación Europea para la Educación en Turismo”. Información que podemos relacionar, concluyendo que las



características que presentan los turistas encuestados en nuestro estudio, clasifican en la tipología de Turistas Culturales. Afirmación que podemos soportar con los resultados que obtuvimos en relación a la pregunta del motivo de visita y la edad que aplicamos a los extranjeros encuestados; señalan que un **39.8%** de la muestra, visitan la ciudad para hacer **turismo** y un **37%** por **trabajo** y el promedio de edades que abarca oscila entre los **20 y 29 años** correspondiendo éste resultado al **51%** del total.

En relación a la pregunta de cómo les gustaría ver al Conjunto Urbano de la Catedral, el **69.9%** de los turistas encuestados optaron por el inciso **(C)**, que corresponde a: **como un conjunto urbano que proyecte una imagen de ciudad antigua, con sus fachadas rehabilitadas y con una infraestructura turística que no desentone con el ambiente**. En este caso existe cierto equilibrio en relación a que el **75.5%** de los ciudadanos residentes marcaron la misma opción.

Cabe señalar, que el Barrio El Sagrario, es donde se encuentra nuestra área de estudio y que además es el núcleo fundacional de León, demarcado por sus funciones de corte político, administrativo, recreativo, comercial, etc. Por tanto está claro que para los ciudadanos y los visitantes siempre este espacio será el más relevante de la ciudad y por ello consideramos que los resultados son positivos, en cuanto a que indican el interés por conservar el patrimonio monumental y nos encaminan hacia la necesidad de planificar un turismo que considere muy de cerca esta peculiaridad, de tal manera que en el Plan Especial de Revitalización del Centro Histórico aparecen como recomendaciones:

- Encaminar acciones y proyectos que conlleven a la protección y revitalización de los inmuebles que aún tienen la tipología o detalles de la arquitectura tradicional leonesa.
- Establecer un sistema de control efectivo, para evitar el surgimiento de nuevos elementos o mobiliarios urbanos, que no estén acorde al Centro Histórico.
- Crear un concejo formado por ciudadanos leoneses en vista de establecer criterios y consensos en salvaguardar el patrimonio histórico de la ciudad.

Estas recomendaciones concuerdan con la teoría expuesta por **Fernández y Lebreido (1994)**, quien afirma que la gestión del planeamiento, para la utilización de un espacio de tipo patrimonial-monumental, como lo es el área en estudio, debe ir acompañada por una decidida participación local, especialmente por parte de los colectivos implicados o afectados, tanto durante el proceso de redacción del plan, como durante la fase de implementación del mismo, recalcando que la Protección y la Revitalización deben ser objetivos esenciales, que se preocupen por la reordenación del patrimonio monumental y por tanto nuestra propuesta debe ir encaminada hacia la gestión turística del patrimonio cultural y monumental.

Al analizar ahora los resultados en relación al tipo de actividades propuestas para animar la dinámica existente en el Conjunto Urbano de la Catedral de León, partimos



del hecho que actualmente la producción de turismo cultural está ocasionando debates, que como señala **Sawarbrooke (1994)**, hacen referencia a nuevos retos, que llevan a pensar en concebir el Patrimonio como un instrumento vivo, para ser usado, aunque sea en determinados casos en funciones de consumo recreativo y turístico. Discusión que apoyamos, porque de acuerdo a nuestros criterios y los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas encontramos que del total encuestado a los que preguntamos por la opinión del tipo de actividades que deben realizarse en el conjunto urbano para animarlo, el **26.6%** de turistas marcó todas las opciones, seguido de un **21.3%**, que optó sólo por **exposiciones y conciertos**, difiriendo de los ciudadanos residentes, en los cuales el **33%** opinó por realización de: **tertulias, conciertos y obras de teatro al aire libre**, seguido de un **22%** que marcó todas las opciones. Todas las propuestas en las encuestas se caracterizan por ser actividades que contribuyen a exponer la cultura leonesa y nacional en general, con el propósito de apoyar y proyectar a los artistas nacionales, en diferentes ámbitos culturales, destacar los hitos y ofertar alternativas de recreación sana y educativa en el área, pretendiendo animar el espacio y despertar la sensibilidad para con el patrimonio histórico-artístico.

En los modelos de relación entre el turismo y el patrimonio cultural y monumental propuestos por Pardo (1996), en el texto; **“Turismo y gestión municipal del patrimonio cultural y monumental”** retomamos el **modelo competencial** para hacer referencia a la situación actual del Centro Histórico de León, en la cual afirmamos la carencia de una cultura organizativa de servicio en la gestión del patrimonio; siendo esta la causa principal de impedimento para el desarrollo de la actividad turística. Por otro lado hacemos mención del **Modelo Patrimonial** el cual propone el desarrollo de la nueva museología recalcando la importancia de divertirse de una forma educativa. Este modelo es el que cabe desarrollar en nuestro espacio de estudio considerando el alto potencial de recursos turísticos que el conjunto urbano contiene.

Otro aspecto importante, en el desarrollo de los espacios turísticos urbanos es la infraestructura de servicio, la cual no debe desentonar con el entorno en que se implante y debe de cumplir con la misión principal de satisfacer las necesidades de la demanda existente y potencial.

Considerando el objetivo fundamental de la planificación, expuesto por **Venancio Bote**, quien considera que “La planificación tiene por objetivo un cambio necesario en el orden económico y social del pueblo por las vías de la negociación”, encontramos la importancia de establecer este cambio en dicho conjunto. Obviamente la naturaleza, profundidad y efectos de dicho cambio diferirán de un país a otro, de una ciudad a otra y de un espacio a otro; puede ser que se reflejen de dos maneras: **Cuantitativos y Cualitativos**, sin embargo lo importante es la armonía en el conjunto.

Lo anterior indica que, al momento de planificar, se debe tener claro el objetivo que se pretende alcanzar para minimizar los problemas que puedan presentarse, como



es el caso expuesto en el Plan Especial de Revitalización de Centro Histórico, donde se indica que los cambios de uso de la edificación en el Barrio el Sagrario (antes principalmente vivienda, ahora comercio o infraestructura turística) repercuten negativamente en la ciudad, al alterar su paisaje con el incremento de actividades que anteriormente no se pensaron.

Efectivamente el hecho de ser un área comercial en su mayoría, convierte al Conjunto Urbano de la Catedral en una zona árida por la noche siendo este foco de interés para la delincuencia y por tanto de desinterés para los visitantes, ya que se transforma en un área insegura e inanimada. Puntualizando estas situaciones como problemas a resolver, concluimos que es importante incrementar la cantidad de infraestructura turística haciendo uso de los espacios baldíos y promoviendo actividades nocturnas reguladas.

Como resultados a la pregunta sobre los tipos de servicios que debe de existir en el Conjunto Urbano de la Catedral, obtuvimos lo siguiente: el **55.4%** de los turistas marcaron **todas** las opciones y en el caso de los ciudadanos residentes el **44%** optaron por la aparición de servicios como: **tiendas de souvenir, tours guiados por la ciudad, servicios de guías especializados, por más servicios higiénicos públicos y talleres artesanales**; de lo que podemos deducir que el turista presenta una mayor amplitud hacia los tipos de servicios que requiere para satisfacer sus necesidades, en cambio el ciudadano local piensa en los beneficios económicos que la inversión en algún tipo de servicio para turistas, pueda generarle.

En las conclusiones expuestas en el Plan Especial de Revitalización del Centro Histórico referido a servicios, gastronomía, recreación y actividades informales que en el conjunto se realizan, se menciona que es importante potenciar estos servicios para la dinamización y surgimiento de alternativas económicas en los diversos núcleos de la sociedad leonesa; por tanto en este estudio sugerimos algunas propuestas para mejorar la oferta siempre y cuando se hagan los estudios necesarios para la adecuada utilización del territorio planificado de forma integral. Concluimos que es importante la aparición de nuevos servicios que vayan acorde con las características físicas del Conjunto Urbano de la Catedral y que al mismo tiempo beneficien a la población local, no obviando la importancia de que exista un equilibrio entre la oferta y la demanda (nacional y extranjera) para no caer en el error de la saturación del espacio.

En los resultados de **Recomendaciones** sugeridas tanto por ciudadanos residentes como por turistas encontramos similitud en relación a los puntos que más se repiten como son los tópicos de: basura, iluminación, educación turística, ordenamiento vial, animación, coordinación entra las entidades responsables de la actividad turística, información y la mejora e incremento de servicios; estos son también algunos de los aspectos que se señalan en el Diagnóstico expuesto en el Plan Especial de Revitalización del Centro Histórico. En estos resultados se basa nuestra propuesta para la utilización turística del Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción.



## CAPITULO VI

### 6. Propuesta para la implementación de la planificación estratégica turística en el conjunto urbano de la Catedral de la Asunción.

#### 6.1. Introducción

La propuesta para la implementación de la planificación del Turismo Cultural en el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, se basa fundamentalmente en el **Modelo funcional del patrimonio**, expuesto por **Prado (1996)**, quien plantea una subdivisión de acuerdo a la función principal que se desee destacar entre la fusión turismo y patrimonio cultural-monumental. De dicho modelo nosotras retomamos el "Modelo Patrimonial", el cual hace referencia al desarrollo de la nueva Museología, ésta permite el aprovechamiento de recursos que hasta hoy no se han potencializado y que representan elementos de mucho interés para el Turista Cultural.

También retomamos los planteamientos realizados por **Fernández y Leboreiro (1994)**, ya que ellos proponen una clasificación sectorial para el caso de Centros Históricos, al igual que las acciones que propone **Antoine (1987)** y las fases para la planificación Interpretativa en los conjuntos Históricos-monumentales.

El enfoque que se pretende arraigar en esta propuesta es el de convertir el turismo cultural y patrimonial en un instrumento eficiente para el desarrollo local sostenible, dando siempre prioridad a la preservación del patrimonio.

Aclaramos que en la propuesta no retomamos específicamente un modelo previamente establecido, sino que diseñamos uno propio, basado en las diversas teorías retomadas de diferentes autores, que han realizado modelos para los espacios urbanos con características similares o parecidas al Conjunto Urbano seleccionado y que además no proponemos en función propiamente del área de estudio ya que consideramos, que la planificación turística debe realizarse como un todo armónico.

A raíz de las investigaciones descubrimos la importancia que los visitantes del Centro Histórico y los ciudadanos residentes representan en la planificación y ejecución de las actividades que se llevan a cabo en el Conjunto Urbano y pudimos hacer un diagnóstico en relación a la oferta turística existente, por medio del levantamiento de un inventario de recursos, permitiéndonos así tener una visión más amplia de las condiciones del espacio y poder realizar la propuesta encausada hacia el aprovechamiento sostenible.

Por tanto se debe dejar claro, que no se persigue saturar, ni destruir el patrimonio monumental y cultural existente, sino; dotarlo de medios para que se logre cumplir el objetivo fundamental de desarrollar el espacio turísticamente conservando el patrimonio.



## **6.2. Objetivos**

### **Objetivo general**

- Proponer estrategias de planificación para el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, que sean capaces de desarrollar el Turismo Cultural de una forma sostenible conservando el patrimonio histórico-cultural y monumental de la ciudad.

### **Objetivos específicos**

- Indicar estrategias que permitan mejorar la imagen de la ciudad.
- Proponer el incremento de la infraestructura turística salvaguardando el entorno.
- Diseñar actividades dirigidas a mejorar la animación del Conjunto Urbano de la Catedral, que no desentonen con los caracteres particulares del recurso.
- Señalar los posibles medios que propicien la obtención del recurso financiero.
- Sugerir el incremento de programas de capacitación que propicien el surgimiento de pequeñas empresas relacionadas al Turismo Cultural.
- Indicar estrategias que permitan organizar un mercado nacional o regional de productos turísticos culturales.
- Sugerir medios para optimizar el enfoque publicitario y de promoción del Turismo Cultural de la ciudad.
- Indicar mecanismos que se pueden utilizar para lograr la sostenibilidad del recurso y la satisfacción del visitante.

## **6.3. Mejoras de la imagen, incremento de la promoción y el marketing.**

Como se define en la Carta Internacional para la Conservación de poblaciones y áreas urbanas históricas (1987), todos los Conjuntos Urbanos del mundo, al ser el resultado de un proceso gradual de desarrollo, más o menos espontáneo, o de un proyecto deliberado, son la expresión material de la diversidad de las sociedades a lo largo de la historia.

Para nuestra propuesta el conjunto Urbano de la Catedral es considerado más que un conjunto monumental con un alto contenido histórico- artístico y como la más alta expresión de los valores de la población leonesa, es el núcleo en que convergen las



influencias culturales y artísticas de años de tradición y es la expresión viva del orgullo de nuestra gente.

Por tanto no debemos permitir la degradación, el deterioro o la destrucción de toda esta gama de valores por una forma de desarrollo urbano o económico incoherente que no considere las peculiaridades que el recurso posee.

A continuación presentamos una serie de sugerencias que ayudarán a mejorar la imagen e incrementar la promoción y el marketing del Conjunto Urbano de la Catedral; consistentes con nuestras encuestas a turistas y la población:

- Restauración de los parques en el Conjunto Urbano, colocar jardineras y ubicar puntos de descanso sombreados con asientos.
- Restaurar los edificios de interés, respetando las características de la arquitectura original y utilizando los mismos materiales o al menos los más adecuados, para no alterar mucho lo original.
- Hacer cumplir la normativa de rotulación y pinturas de las fachadas existentes en el **Centro Histórico** para no interrumpir la paisajística de la ciudad, por medio de la ley, aplicando multas o sanciones para quienes hagan caso omiso de los reglamentos establecidos.
- Incrementar la seguridad del lugar, por medio de una cuadrilla de policías turísticos, para que estos resguarden el lugar con la particularidad que este se merece.
- Diseñar un sistema de publicidad más eficaz y eficiente, para la oferta turística local e internacional.
- Desarrollar una campaña medioambiental intensiva para que la gente no bote la basura fuera del lugar, ni se orine en los parques y atrios de las iglesias.
- La difusión del patrimonio debe hacerse de forma educativa, para captar al público realmente interesado en el Turismo Cultural.
- El valor histórico es mucho más diverso y amplio que el valor arquitectónico, por tanto se debe exponer más y potenciarlo con mejores estrategias.
- Fortalecer la promoción turística a través de programas integrales, que deben diseñarse en el Patronato de Turismo.
- Establecer una marca publicitaria para la ciudad por ejemplo:
  - León, Ciudad de Leyendas, Literatura y Vida”.
  - León, la ciudad en el país de Darío”.



- Establecer un sistema interactivo de registro entre los restaurantes, hoteles, tour operadoras, agencias de viajes y oficinas de información turística, para medir cuanto genera la actividad turística en la ciudad y de esta manera poder encontrar las estrategias adecuadas para conducir positivamente la oferta turística en la ciudad.
- Diferenciar la oferta de productos típicos del turismo cultural para que no coincida con otras similares.
- Para lograr el éxito comercial del patrimonio cultural, es necesario comercializar a la ciudad como un conjunto, en donde no entren en competencia un tipo de turismo con otro, sino que sean complementarios entre sí.
- Crear redes culturales de turismo tanto a escala local como Centroamericana, adaptándolo a un sistema de comercialización estándar.
- Las estrategias utilizadas en la gestión del patrimonio deben ser compatibles con la conservación de los recursos culturales y la revalorización de éstos para la oferta turística.
- Hacer publicidad en forma de documentales, relacionando el pasado con el presente.
- Por sobre todo es importante guardar la identidad y autenticidad de la ciudad, procurando que ésta pierda sus principales atractivos.
- Mejorar la información turística sobre el estado del patrimonio en el centro histórico y en la ciudad en general.
- Debe existir mayor sinergia entre los gremios del sector turismo y otros sectores, por ejemplo: la producción de artesanía local. Esto permitirá un afianzamiento en la coordinación de acciones y un mayor fortalecimiento de la promoción turística.
- Diseñar una buena guía turística manual y por Internet, que promocioe la oferta de restaurantes, hoteles, museos, sitios de recreación y actividades culturales.
- Calendarizar en un boletín informativo, las actividades semanales o mensuales que se realicen en la ciudad.
- El diseño e incremento de una oferta turística variada y competitiva a escala nacional, debe contribuir a mejorarla competitividad a una escala local.
-



- Intensificar la publicidad por medio de una campaña, sensibilizadora y atractiva.

#### **6.4. Conservar y comunicar el patrimonio histórico y cultural.**

Las nuevas teorías sobre la utilización del Patrimonio sostienen que el patrimonio es el producto de una acomodación histórica, un proceso que abarca no sólo un alto grado de selectividad, sino también de creatividad; bajo esta perspectiva la industria del patrimonio debe tratarse como una actividad moderna con miras a producir un producto comercializable, por tanto debemos centrarnos más en la creación del producto de una forma sostenible, ya que este contribuirá positivamente a su conservación. En cambio si nos dedicamos sólo a conservar y proteger, no será posible lograr vender este recurso.

- Establecer normativas para fijar los límites de flujos y afluencias turísticas en determinados sitios (p.e. la Catedral).
- Evaluar la capacidad de carga turística del centro histórico.
- Diseñar y establecer centros de interpretación en lugares estratégicos, como el centro de los parques comprendidos en el conjunto y en centros comerciales, que permitan comunicar de una manera más efectiva el patrimonio cultural.
- Utilizar las salas de conferencias de la casa de Salud Debayle, para la realización periódica de foros históricos, debates o exposiciones abiertas, que permitan al visitante y al ciudadano residente encontrar una alternativa para cultivarse, conocer sobre obras de artes, hechos históricos importantes e intercambiar ideas sobre el amplio mundo de la cultura.
- Adoptar el modelo de la “nueva museización”, es obvio que la ciudad en su conjunto posee una amplia riqueza para potenciar e incrementar el número de museos existentes, ya que estos no corresponden a la cantidad de recursos reales y potenciales; esto significa una de las principales debilidades de la oferta existente para la satisfacción de la demanda del Turista Cultural.
- Potenciar la literatura nicaragüense, particularmente en el género de la novela histórica; por ejemplo: la producción literaria de Ricardo Pasos Marcialcq y la literatura popular (hechos míticos e históricos), a través de exposiciones, presentación de libros que destaquen estas temáticas. Esta estrategia estimula la imaginación creativa del lector y lo motiva a interesarse en los sitios descritos por el autor; esto deja en el lector “huellas literarias”. Lo cual permite comunicar de una manera más artística y valiosa la riqueza cultural.
- Hacer énfasis en la recreación del pasado, para cubrir las expectativas de conocimiento del Turista Cultural. Por ejemplo: acondicionar una de las casas



coloniales que no tengan uso de vivienda para recrear la forma de vida en el S. XIX, en que ésta pudo haber sido habitada por algún personaje relevante en la ciudad; por ejemplo: la casa de Alfonso Cortés.

- Reactivar de una manera adecuada los festivales artísticos importantes como: el festival “Viva León”, ya que estos son elementos importantes para reavivar la dinámica de la ciudad, especialmente cuando es temporada de vacaciones en las universidades.
- Potenciar los recursos gastronómicos de la localidad, como un importante incentivo cultural.
- La educación turística debe establecerse como una acción social y económica de carácter permanente y debe incluirse en el sistema de educación secundario.
- Crear galerías de arte, pinacotecas y hemerotecas sobre la historia y los tesoros que aún existen de la Catedral y el gran valor histórico de la ciudad colonial.
- Colocar en el parque un puesto de revistas relacionadas al turismo y la cultura nicaragüense.

#### **6.5. Desempeño y funcionamiento del recurso humano.**

Para el adecuado funcionamiento del recurso humano que labora en turismo, es necesario retomar los planteamientos de los nuevos modelos administrativos, que hacen referencia particularmente al trabajo en equipo, a un rendimiento laboral en ascenso basado en la eficacia y la eficiencia. Por tanto partiremos de que el éxito del desarrollo del turismo ligado al patrimonio, depende de una eficaz colaboración entre lo público, lo privado y los sectores voluntarios.

La gestión, administración y planificación turística deben contar con una estructura de personal capacitado suficiente para el cumplimiento de objetivos y metas que se definan para el aprovechamiento turístico del Conjunto Urbano y de la ciudad de León en general.

A continuación se presentan una serie de sugerencias que ayudarán a fortalecer el funcionamiento de los establecimientos ya existentes:

- Es necesario que el recurso humano que labore en establecimientos e instituciones relacionadas al turismo, sea capaz de diseñar bases de datos con información requerida para tipificar la demanda turística que llega al Centro Histórico.
- Cualificar al recurso humano, para que se adapten al turismo y muy especialmente a ser gestores que ejecuten políticas de acogida, animación y promoción.



- Potenciar la capacitación de guías turísticos profesionales, que brinden información, instruyan y motiven la visita al lugar, realizando el trabajo con entusiasmo y enfocando los valores que contiene el patrimonio.
- La organización de los actores del turismo a nivel municipal, por medio de la negociación es una condición indispensable para la gestión turística a nivel nacional e internacional.
- Se debe mantener una idea clara de que el beneficio en el caso del turismo no se obtiene a un corto plazo y no es de carácter individual, más bien es un proceso gradual, que debe ser participativo.
- Conformar un equipo de planificadores, con experiencia en el campo del turismo.
- Ubicar a profesionales del Turismo en los cargos y velar por que cumpla eficientemente con la responsabilidad, sin obviar que no es posible trabajar de forma aislada del resto de los actores.
- Organizar el trabajo de investigación relacionado al desarrollo turístico.
- Crear en la oficina del Centro Histórico una base de datos sobre los estudios que contribuyan al mejoramiento de la ciudad, realizados por los estudiantes de las distintas universidades.
- Potenciar y extender el sistema de convenios con centros de investigación, **INTUR**, Cámaras de turismo, universidades, alcaldías, **ONG's**, etc. que permitan incrementar y mejorar el nivel de conocimiento y la comunicación entre los participantes.
- Es necesario invertir más en la preparación de los guías turísticos locales, pues ellos son un elemento fundamental para el turismo.
- Establecer normas aplicables dentro de cada institución, que fomenten las buenas relaciones entre el personal que labora en Turismo.
- Crear un organigrama municipal de los diferentes actores que intervienen en el desarrollo turístico municipal, establecer y definir las funciones de cada quien de acuerdo a un orden previamente discutido, a la formación y los objetivos principales que se propongan, para lograr un efectivo aprovechamiento de los recursos patrimoniales.



## **6.6. Incentivo de la inversión y financiamiento en el desarrollo de la oferta turística.**

Es necesario incrementar la oferta turística en el Conjunto Urbano de la Catedral y en la ciudad en general; estamos claros que una de las mejores estrategias para lograrlo es captando fuentes de financiamiento interesadas principalmente en la preservación del patrimonio, esto está vinculado directamente a la buena organización de los actores responsables que pasarán de un segundo plano a ser gestores y a la realización de una buena actividad publicitaria, la cual permite definir el segmento de mercado ideal y aplicar las técnicas adecuadas para lograr el desarrollo de la oferta e incentivar la inversión, sin embargo debemos retomar la importancia que tiene la existencia de proyectos viables para el desarrollo turístico, que puedan presentarse en el momento oportuno.

A continuación presentamos algunas propuestas para lograrlo.

- Crear mayores opciones de recreación en el área, por Ej.: festivales artísticos culturales, foros históricos, exposiciones, etc.
- Aprovechar la producción artesanal local y exponerlo en un sitio destinado para ello.
- La gestión debe buscar una autofinanciación elevada y creciente, la estrategia depende de cada tipo de equipamiento cultural que se instale en el área.
- Propiciar programas de préstamos y fondos de inversión para que los dueños de pequeños establecimientos de alimentos y bebidas típicos puedan ofertar con una mejor calidad sus productos.
- En aras de que la ciudad de León es casi una ciudad Cosmopolita es necesario crear una oferta diversa en relación a la comida, en donde además de ofertar la comida tradicional; también se pueda encontrar restaurantes que ofrezcan otras alternativas como: comida española, italiana, francesa, cubana, alemana entre otras.
- Los menús de los establecimientos ya existentes deben ampliar y mejorar la presentación y la variedad en su oferta.
- Realizar conciertos navideños en los atrios de las iglesias, programados y calendarizados, para crear un atractivo en torno al ambiente y de esta manera incrementar las ventas de los artesanos.
- Apoyar la gestión del nombramiento de Patrimonio de la Humanidad de la ciudad para alcanzar una mayor alcance de reconocimiento de los valores artísticos, históricos y culturales a nivel internacional.



- Incrementar el número de convenios internacionales que apoyen la preservación y rehabilitación del patrimonio histórico-artístico.
- Que la alcaldía municipal procure aprobar y realizar proyectos que beneficien la infraestructura y mejoren las condiciones de acceso a los atractivos turísticos.
- Crear un ambiente estable para propiciar la inversión.
- Promover la utilización de la ley de incentivos a la Industria Turística, la que dicta una serie de disposiciones acerca de las personas naturales o jurídicas que pueden acogerse a ella para invertir en beneficio de mejoras, proyectos públicos o privados, promoción y capacitación de la actividad turística (capítulo III, artículo 5.2).
- Motivar a los inversionistas promoviendo campañas publicitarias sobre la importancia del patrimonio desde la óptica moderna, en la cual se figura como un instrumento vivo, capaz de atraer a turistas de muchos lugares del mundo; para que inviertan su capital en la creación de incentivos como: galerías de arte, museos temático, talleres y expotencias de artesanías etc.
- Crear una ordenanza municipal en la cual se establezca el pago de un porcentaje de impuesto a grandes y medianas empresas, que se encuentren en la ciudad para destinarlo al uso del cuidado y protección del patrimonio municipal.
- Cobrar tarifas en los museos e invertir las ganancias en la manutención de los mismos.
- Animar el parque los fines de semanas, realizando conciertos de música nacional.



## 6.7. Ordenamiento territorial e infraestructura.

- Realizar un plan general turístico de la ciudad, agrupando los recursos de una forma temática, de esta manera formar circuitos que permitan enfocar las principales riquezas patrimoniales de acuerdo a las características, de esta manera se pueden descentralizar las actividades turísticas.
- Diseñar un sistema digital de mapas que ilustren las diferentes rutas en tiempo y forma que se pueden hacer en la ciudad y sus alrededores.
- Zonificar el espacio para contribuir a la dispersión de los flujos turísticos.
- Diseñar medidas diversas de limitaciones provisionales o definitivas en relación al comportamiento de los visitantes y residentes.
- Diseñar paneles de información que concienticen al visitante en relación al patrimonio.
- La aparición de nuevos itinerarios y otras rutas verdes pueden ayudar a la desconcentración de flujos turístico y orientarlos a itinerarios alternativos.
- Organizar a los vendedores ambulantes en un espacio construido especialmente para ellos (módulos), el espacio podría ser el mercado al que se le conoce como cholutequita.
- Favorecer la peatonalización en esta zona, descongestionar el tráfico vehicular.
- Mejorar los puestos de venta y la limpieza en el mercado municipal.
- Descongestionar el espacio de alambrados públicos, los cuales interrumpen la imagen del Centro Histórico de la ciudad.
- La regulización funcional y espacial del área, debe establecerse como un programa progresivo y permanente, tanto a nivel institucional, como civil.
- El patrimonio urbano de la ciudad de León , podría clasificarse así:
  - **Tradicional** (Catedral e Iglesias)
  - **Metropolitano** (todo lo ligado a la historia de haber sido ciudad capital de Nicaragua, sede de la primera universidad en Centroamérica, importante cuna de grandes eruditos, etc.)
  - **Industrial Urbano** (todo lo ligado al auge algodonero, de esta manera se pudiera utilizar este recurso que aparenta no ser importante en la historia de la industria del país, además hoy en día está resurgiendo la actividad



industrial como por ejemplo: la zona franca, la fábrica de maní, la fábrica de aceite, etc...)

- **Costero** (aprovechamiento del litoral pacífico (islas, playas, manglares, etc...), como elementos alternativos a la actividad turística cultural.)
- **Naturaleza Urbana** (aprovechar todos los recursos naturales próximos como jardines incluyendo los de las casas coloniales, los ríos que surcan la ciudad y los parques naturales como **Arlen Siu, Finca de la Familia Quezada y CIMAC.**)

### 6.8. Sostenibilidad del recurso.

- Tener presente la importancia de un plan de contingencia que salve la situación de las bajas temporadas de la demanda turística cuando se amerite.
- La evaluación y determinación de las capacidades de cargas en el Conjunto Urbano, deben asumirse como un compromiso en la gestión, asumiendo como principales objetivos; la mejora de la calidad de vida, la conservación de los recursos patrimoniales y el equilibrio en el uso turístico.
- Debe existir una permanente y continua evaluación del desarrollo de la actividad turística.
- El desarrollo e implantación de los sistemas de control, regulación y monitoreo, se constituyen en instrumentos necesarios para la adecuada gestión del patrimonio cultural.
- La sostenibilidad se puede lograr, a raíz que los agentes que participan en la planificación del Turismo; asuman el papel que les corresponda y actúen con responsabilidad de acuerdo a ello, por ejemplo:
  - El papel del sector público debe ser el de propiciar infraestructura y acceso a lugares turísticos, regular el uso de la ciudad y conservar el patrimonio como atractivo y en parte fundamentar el marketing como un conjunto.
  - El papel del sector privado es el de aportar algunos atractivos como galerías y recursos secundarios del turismo urbano, tales como: alojamiento, restaurantes y todo lo referente al comercio.
  - Es importante implicar a la ciudadanía en la industria del turismo ligado al patrimonio, esto se puede lograr demostrando la importancia cultural y económica del mismo y haciéndoles partícipes de la gestión ( esto es a lo que llamamos Turismo Sostenible)



## **CAPITULO VII**

### **7. 1. Conclusiones de la Monografía.**

- El Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, posee un alcance internacional debido a su riqueza histórica y arquitectónica invaluable, el cual puede ser aprovechado para la oferta del Turismo Cultural.
- El área en estudio ofrece el marco adecuado para implementar proyectos de turismo sustentable de bajo impacto. Esto permitirá preservar los recursos culturales y arquitectónicos y activar las economías locales deprimidas.
- El conjunto Urbano de la catedral de la Asunción es un importante recurso cultural que puede integrarse plenamente dentro de un producto turístico regional.
- La trilogía “arquitectura, historia, ciencia” son los recursos turísticos de mayor fuerza del Conjunto Urbano, por tanto se deben tomar muy en cuenta al momento de establecer una marca Turística.
- Es necesario hacer énfasis en la oferta de servicios tanto públicos como privados e institucionales, para mejorar la imagen y la presentación de los productos, sean estos tangibles o intangibles.
- El patrimonio puede tener uso comercial, pero siempre se deben considerar los principios de conservación y protección del mismo.
- La propuesta que presentamos debe contribuir a un mejor aprovechamiento del patrimonio histórico- artístico- monumental existente en el Conjunto Urbano de la Catedral y el Centro Histórico en general, ya que ésta ofrece indicaciones concretas para la mejora de la gestión turística y en la realización nos basamos en criterios de planificación turística en espacios urbanos de ciudades históricas y monumentales particularmente.
- Las características de la demanda potencial no son completamente definidas, debido a la inexistencia de una fuente integra en relación con los registros de llegadas de turistas al Centro Histórico, elaborados por el Museo Archivo y Oficina de Información.



## 7.2. Recomendaciones de la Monografía:

- Sugerimos a la **Dirección del Uso y Funcionamiento del Centro Histórico, al grupo GEHO, al INTUR y al patronato de Turismo de la ciudad de León**; evaluar e implementar la propuesta de acciones que les presentamos, la cual ha sido elaborada, como resultado de este estudio y consideramos contiene elementos básicos para la implementación y desarrollo del Turismo Cultural en el Conjunto Urbano de la Catedral, con el objetivo de convertir este espacio en un destino de Turismo Cultural en Centroamérica y el mundo.
- Que la empresa privada y las instituciones públicas encargadas del desarrollo turístico de la ciudad de León, divulguen a través de los diferentes medios de comunicación, Los Planes y Proyectos que se relacionen con el mismo, con el fin de no cometer errores en los trabajos de investigación, ahorrando esfuerzo, tiempo y dinero.
- Que los responsables de la Oficina del Centro Histórico publiquen las normativas que rigen el uso y manejo del Centro Histórico, en revistas locales, guías turísticas y materiales informativos, con el fin de que sean del conocimiento de la población local residente y de los turistas nacionales y extranjeros, para que no se irrespeten por motivo de desconocimiento.
- Que el **INTUR** y la Oficina de Información Turística elaboren una base de datos completa de los flujos de visitantes nacionales y extranjeros y que estos sean publicados en un boletín anual, para que podamos cuantificar y evaluar el crecimiento y desarrollo del turismo local, al igual que podamos conocer las características de la Demanda.
- Que los empresarios turísticos y las entidades públicas encargadas del desarrollo turístico local logren establecer una marca turística clara y sencilla para promocionar el Turismo Cultural en el Centro Histórico de la ciudad.
- Que el **INTUR** Institucionalice los diferentes organismos creados para el desarrollo de funciones específicas ligadas a la actividad turística ( GEHO, PATRONATO, OFICINA DE INFORMACIÓN, CENTRO HISTORICO), mediante el establecimiento de estatutos, para los cuales existan sanciones por incumplimiento.
- Que en otros estudios se mejore y complete el inventario de facilitadores e incentivadores, ya que el área de estudio es muy sensible a cambios, debido al constante crecimiento de establecimientos comerciales.
- Que los responsables del manejo de tour por la Catedral, procuren llevar un registro exacto de los visitantes que acuden al lugar.
- Que se busque el financiamiento para la realización de un estudio de capacidad de carga, en el Conjunto Urbano de la Catedral.



## **8. Bibliografía consultada**

**Acerenza Miguel Ángel:** "Administración del Turismo" Planificación y Dirección. Editorial Trillas S.A. de C.V, **1997**.

**Antón Clavé Salvador, 1997:** "Turismo y gestión municipal del patrimonio cultural y monumental". Unidad de Geografía, universitat Rovira i Virgili PL. Imperial Terraco, I43005 Terragona.

**Bellorí A Nancy., Espinoza Mildred, Tiberino Doris,** Evaluación de la Imagen Turística de León Propuesta de Mejora, Monografía, Escuela de Turismo UNAN-León **2002**.

**Centro Histórico-León, septiembre del 2003.** Catálogo de Bienes e Inmuebles Patrimoniales, del Centro Histórico de la ciudad de León.

**Espinosa Raquel (et...al), 2000:** Plan Especial de Revitalización del Centro Histórico de León. Alcaldía Municipal de León.

**Gómez M. Manuel J.:** Turismo Urbano y Patrimonio Cultural. Una Perspectiva Europea. Diputación de Sevilla, **1998**.

**Hernández Edgar Alfonso:** "Planificación turística, un enfoque Metodológico". Editorial Trillas.

**Hernández S. Roberto (et...al):** "Metodología de la Investigación". Editorial Mc Graw Hill Segunda edición.

**Inskip Edward, 1991:** "TOURISM PLANNING. An integrated and Sustainable Development Approach". Van Reinhold New York.

**Martín Latorre Elena, 2002:** Utilización turística del Patrimonio Cultural Urbano. Post-grado sobre Turismo y desarrollo sostenible universidad de Cantabria. Documento 3; León.

**Molina Sergio & Rodríguez Sergio:** "Planificación Integral del Turismo, Un enfoque para Latinoamérica". Editorial Trillas.

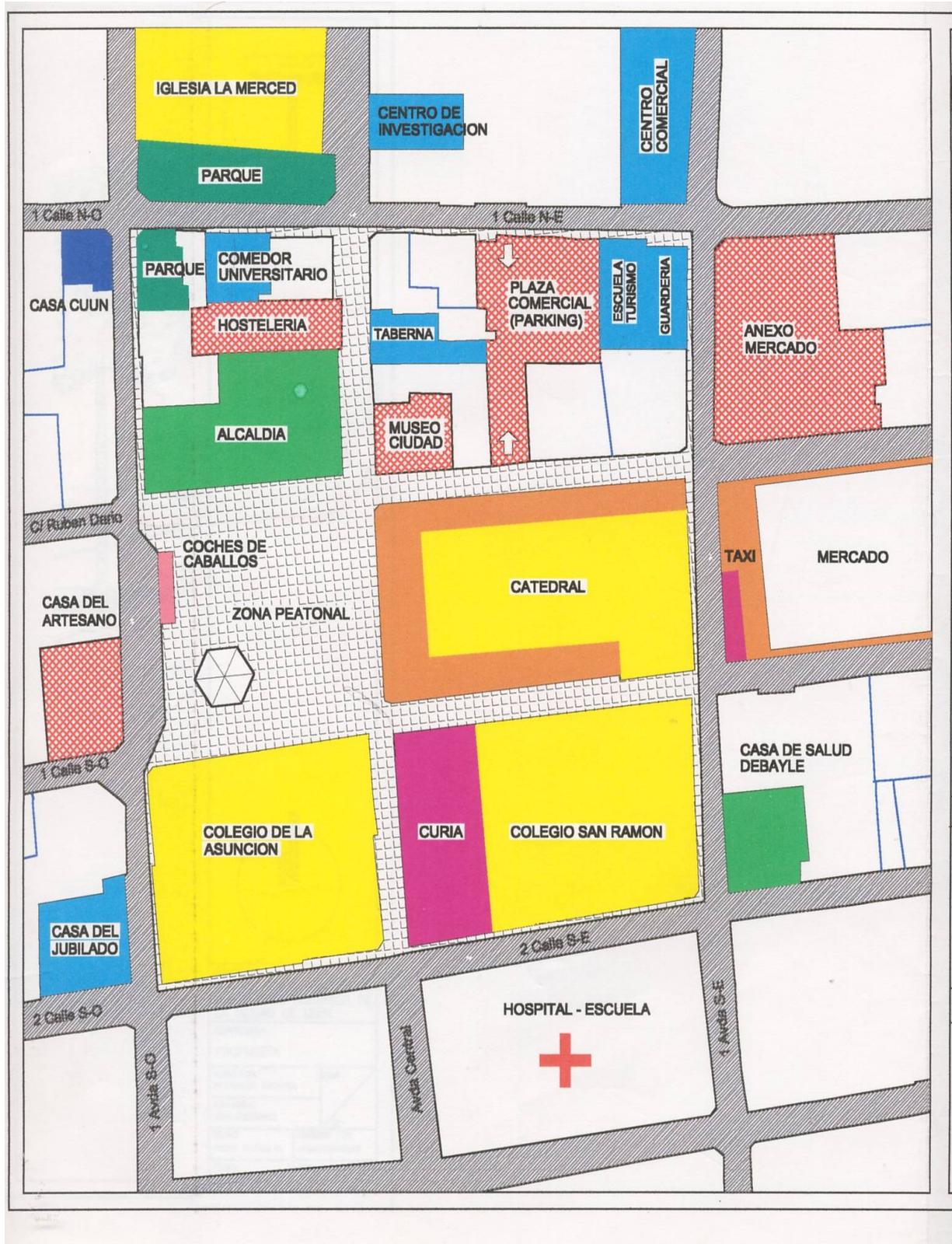
**Milán P. José A. (et...al), 2001:** Plan Preliminar de Desarrollo Turístico Sostenible. Taller de Planificación Ambiental Turístico. León 27 – 28 Marzo, 2001

**López Tania Alejandra, Ocaña Gladis Maria:** Museo Archivo Rubén Darío: Una propuesta de Gestión Turística. Monografía, UAM-Managua **2001**.



## **9. ANEXOS.**

**Anexo 1**  
**Plano del Conjunto Urbano**  
(Propuesta del uso incluida en el Plan de Ordenamiento del Centro Histórico)



## **Anexo 2**

### **Entrevista realizada a la Ingeniera Carolina Madriz Responsable de la Oficina del Centro Histórico.**

#### **ENTREVISTA**

**Arq. Carolina Madriz**  
**Responsable de Oficina del Centro Histórico de León**

**1. ¿Cuáles fueron los criterios utilizados para delimitar el área del Centro Histórico de la ciudad de León?**

Para formar los criterios de la delimitación se tomaron en cuenta los límites que había definido Patrimonio Cultural en el año 1983, además de eso también se hizo un levantamiento del uso del suelo, de topología, del estado de la construcción, etc. De todo ese análisis se hizo un mapeo para ver donde estaba concentrada la mayor conservación tipológica del sistema constructivo tradicional, en dependencia de todas esas variables; de todo ese estudio se zonificó y luego se traspusieron los mapas.

**2. ¿Cuáles fueron los criterios utilizados para la división de los diferentes conjuntos urbanos propuestos en el Plan de Revitalización?**

Se tomó en cuenta a partir de que se fundó la ciudad de León, desde cuando se establecieron los primeros núcleos fundacionales y después los núcleos secundarios, que fueron las iglesias: Laborío, San Felipe, Zaragoza, etc. Esos núcleos secundarios son los que caracterizan la ciudad, ya que León fue desarrollada a partir de iglesias, de iglesias a plaza y alrededores que son los barrios, a partir de ahí fue donde se hizo este estudio.

**3. ¿Cuál es el potencial identificado por el Plan de Revitalización para el conjunto urbano de la Catedral de la Asunción?**

El potencial que tenemos ahí es que es el origen de la fundación, ahí tenemos la parte fundacional del Centro, tenemos la Catedral que es la iglesia más importante a nivel nacional y a nivel Centroamericano. Además está la mayor concentración de todas las tipologías y está mejor conservado en la constructiva tradicional, en ese sentido es que es importante para poderlo desarrollar turísticamente.

**4. ¿Cuál es el nivel de prioridad dado por el Plan de Revitalización para el desarrollo del conjunto urbano de la Catedral de la Asunción?**

El nivel de prioridad sería ir consolidando este núcleo, ya que es la parte más importante en la que se origina la ciudad y a partir de ahí se desarrolló la misma, lo importante es ir cerrando por ejemplo todos esos lotes baldíos que fueron destruidos en la guerra civil del 79, ir buscando como cerrar las manzanas para tener rehabilitadas las fachadas con sus alturas indicadas. Queremos también ordenar los usos, que tengan buenos usos, que no haya un desorden y lo otro es como ir desalojando todo el comercio informal y también como darle un tratamiento de pisos tanto a calles como a las aceras, también controlar todo lo que es rotulación. Está en nuestras prioridades quitar la gasolinera Esso Central porque es como una

bomba de tiempo que está en el centro al lado de viviendas y al lado del monumento nacional de mayor importancia y tenemos el objetivo el año que viene empezar ya el Centro Comercial Metropolitano, lo cual es una punta de lanza para ir consolidando los lotes baldíos y tenerlo como parámetro de referencia al pensar en como se pueden ir cerrando las manzanas, además ir ordenando el comercio informal.

**5. En nuestra investigación encontramos que el comercio informal afecta totalmente la imagen tanto para turistas como para ciudadanos. ¿Cuáles son las alternativas que ustedes proponen para ir eliminando esto?**

El problema es bien complejo. El problema es que León en uno de los estudios que hicimos sale que más de la mitad de la población está en desempleo, donde no hay tampoco producción ni siquiera en la zona agrícola; entonces todo el mundo está en el desempleo; vienen a la zona urbana a buscar como trabajar y en lo que más se puede trabajar es en el comercio informal. Entonces tenemos que para poder desalojar a esa gente tenemos que darles respuestas de alternativas de trabajo y no hay alternativas de trabajo, porque la Alcaldía Municipal está en quiebra, no puede ni reparar las calles y no tiene ni como pagarle a los trabajadores, entonces tenemos un gran problema, lo que tenemos que hacer es ir desalojando pero dándoles una alternativa. Una de las propuestas es crear un mercado en el área de León sureste que es la zona de expansión de León, esa zona carece de mercado, entonces es como buscar un lugar allá para que esa gente tenga una alternativa de trabajo. Una vez que se levante la producción yo pienso que esa gente va a buscar trabajo en otro lado.

**6. Esos son entonces algunos de los proyectos que tienen contemplados, pero ¿quiénes participarían en la gestión de dichos proyectos?**

En la gestión de estos sería: Turismo, Patrimonio Nacional, la Alcaldía Municipal; también está conformado un Patronato de Turismo en el cual está la Cámara de Comercio y la Policía Nacional, alguna parte de la población y se piensa hacer una especie de consulta ciudadana para cuando hayan proyectos con los que todo el mundo esté de acuerdo y que sean aprobados.

**7. ¿Qué es lo que tienen contemplado en cuanto a la animación turística, en cuanto a las actividades?**

En cuanto a eso tenemos un Patronato y estamos haciendo actividades para ir utilizando este dinero en el mantenimiento de algunos inmuebles, se piensa hacer una actividad como una kermés o recoger dinero para darle mantenimiento a las ruinas de San Sebastián. En cuanto a la oficina del Centro Histórico pensamos montar una actividad de seminarios para los profesionales y maestros de obra, para que conserven también el sistema constructivo tradicional de adobe, para que también estos aprendan a conservar; pero tenemos un problema con los ingenieros de León, así como los maestros de obra; rechazan el sistema constructivo provocando así las alteraciones de la ciudad y si no conservamos esto perdemos nuestro patrimonio y nuestra identidad, entonces pensamos montar el seminario para el año que viene, pensamos hacer campañas por perifoneo de barata para que la gente no coloque rótulos luminosos ni tampoco pintados en las paredes.

**8. ¿Cuáles son los criterios que ustedes determinan en cuanto a los rótulos, cuanto tienen que medir, etc.?**

Hay un bando municipal que te dice, por ejemplo, que los rótulos no pueden estar pintados sobre la pared, ni tampoco rótulos luminosos de gran tamaño, tienen que ser de 40 X 60, tenemos un muestrario con el que le decimos a la gente como pueden colocar sus rótulos y lo que hacemos es notificar y dar un plazo preliminar y nos ponemos de acuerdo con el gobierno municipal para ir a quitarlos. El lunes que viene (1 de diciembre 2003) ya empezamos a quitar todos esos rótulos luminosos, tenemos ya planificado de la Broadway a la Curacao quitar toda esa cuadra. Ya hemos quitado varios rótulos luminosos, hemos quitado el de Don Señor, el de Tramesa y el de Findesa, y los árabes que nos están haciendo desastres aquí en León; nos han botado fachadas, sacan sus productos a las aceras, o sea que es una cosa bien delicada, pero tampoco queremos ser violentos, entonces estamos buscando como quitarlos de manera que la gente acepte, pero si la gente no está sensible en eso tampoco podemos hacer nada nosotros. Mientras la gente no se sensibilice no se puede, porque que la población acepte conservar el patrimonio es un trabajo mutuo no sólo de la municipalidad.

**9. ¿Cuáles van a ser los materiales de construcción del Centro Comercial Metropolitano?**

Ahí va a tener que ser de construcción moderna, pero vamos a seguir criterios por ejemplo: las fachadas, las alturas, los ritmos de las puertas, con teja de barro, vamos a conservar por ejemplo el sistema espacial que es de patio central y corredor, o sea, que todo es colonial nada más que los materiales son modernos.

**10. ¿Por qué lo están haciendo de esa manera?**

Porque construir con adobe semejante construcción es demasiado tiempo y como la vamos a hacer con la Escuela Taller, 2 años es mucho tiempo inclusive para la gente.

**11. En el caso del Álamo, el cual esta construyendo un tercer piso que viene a desentonar aun más con el Centro Histórico, ¿Cómo fue que ustedes dejaron pasar esa construcción?**

Ellos trajeron una propuesta aquí de diseño y es colonial, entonces van a hacer como un corredor con madera, lo que pasa es que todavía no está terminado, una vez acabado vas a ver como se integra al entorno, van a haber balcones con columnas de madera, por fuera eso más bien va a enriquecer y potenciar el turismo, va a funcionar como una especie de mirador que cuando uno suba se va a poder admirar el C.H.

**12. En sus proyectos ¿contemplan la señalización turística?**

No, lo que estamos buscando es como hacer un estudio de cómo quitar todo, por ejemplo los elementos verticales obstaculizan la imagen urbana, por ejemplo todo lo que es señalización vial, estamos buscando como hacer un estudio para quitar todos esos elementos y ponerlos de manera horizontal, por ejemplo si ponemos de aquí a aquí queda un hotel, entonces vamos a llenar al ciudad de pura señalización turística, no nos conviene. Cada cual tiene que hacer propaganda con panfletos, plegables; pero no verticales, no lo contempla, no nos conviene contemplarlo.

### **13. ¿Cuáles son las medidas para los rótulos?**

El rótulo debe de ser de 40 X 60 adosado a la pared, ya sea de madera, de forja o ya sea con platino, pero nada que sea luminoso, las luces nada más de manera indirecta, ni tampoco pinturas sobre la pared, aquí tenemos un muestrario (señala fotos) de rótulos tomado en Antigua Guatemala, estas fotos nosotros se las enseñamos a la gente; nada más que la gente coloca los rótulos sin consultar a la oficina, lo que hacemos es notificarle y si después no quieren quitarlo, entonces lo que hacemos es mandarle notificación y mandarlo a quitar con la grúa de la Alcaldía, ya hemos efectuado varios, hemos también removido rampas, pero se nos hace demasiado caro, por ejemplo el combustible quien lo va a pagar. Quitamos un rótulo de Álvaro Carrión, La Placita, lo volvió a poner se lo volvimos a notificar, lo que pasa es que la gente hace lo que quiere, contra las leyes, y luego dicen que la Alcaldía no hace nada , pero también deben ellos de acatar las disposiciones que se hacen.

### Anexo 3

#### Establecimientos comerciales desordenados de tipo turístico y no turístico.



Calle del colegio La Asunción



Establecimiento comercial Parque Central.



Establecimientos comerciales en el parque Central



Esquina noreste del Mercado Central

## **Anexo 4**

### **Otros Modelos de Planificación.**

Cabe señalar que la planificación en los espacios potenciales para la realización de la actividad turística abarca conceptos y propuestas muy amplias, las cuales son expuestas en diversas teorías por diversos autores, las cuales es válido mencionar como marco de referencia para la planificación en espacios potencialmente turísticos.

Por ejemplo:

Edgar Alfonso Hernández, en su libro “Planificación Turística” (1996), propone una metodología de planificación, la cual afirma ha sido efectivamente puesto a prueba dentro del campo turístico, conformada por:

La imagen deseada, diagnóstico, fijación de objetivos y metas, determinación de las estrategias, determinación de los instrumentos y mecanismos de ordenación para los instrumentos de la planificación.

**Muñiz (1991)** le asigna cinco etapas al proceso de planificación (diagnóstico, formulación, ejecución, evaluación y ajuste), señalando que deben realizarse en una secuencia tal, que los resultados de unas sirvan como insumo para la realización de otras y se establezcan mecanismos de retroalimentación.

**Miguel Ángel Acerenza**, en su libro “**Administración del Turismo**”, **Volumen 2**, propone un proceso de planificación que abarca las siguientes etapas: (identificación del problema y definición de los objetivos, análisis y evaluación de la situación, formulación del plan, programación de acciones, aprobación y autorización para llevar a cabo el plan, ejecución del plan, control y evaluación de los resultados), además de un modelo compuesto por cinco fases; cabe señalar que el modelo de Acerenza es muy útil para el desarrollo ascendente de la planificación turística, sin embargo es muy difícil aplicarlo a municipios, ya que los datos que se requieren para aplicarlo no existen más que a nivel nacional.

## Anexo 5

### Fotografías del Conjunto Urbano



Catedral de la Asunción.



Evento de primera Tertulia Leonesa



Parque de la Merced



Casa de la Salud Debayle.

## **Anexo 6**

### **Recomendaciones emitidas por los Turistas.**

- ✓ El Centro Histórico necesita reparación y mantenimiento.
- ✓ Más información de León y sus alrededores.
- ✓ Se debe trabajar siempre en beneficio de la municipalidad y la población.
- ✓ Mejorar la ciudad en general.
- ✓ Mejorar y prestarle mayor atención al museo Sandinista.
- ✓ Conservar el estilo colonial sin introducir cosas modernas.
- ✓ Mantener mayor tiempo abierta la oficina de información turística.
- ✓ Establecer rutas turísticas señalizadas, por ejemplo: ruta de arquitectura, de historia y una ruta cultural.
- ✓ Brindar mejor servicio de atención en el INTUR.
- ✓ Coordinarse todos los agentes que cooperan en el sector turismo.
- ✓ Crear un mercado de artesanía.
- ✓ No hacer centros comerciales.
- ✓ Dar solución al problema de la basura.
- ✓ Hacer un museo de historia.
- ✓ Mejorar presentación de la oferta turística.
- ✓ Mejorar la iluminación en el Centro Histórico.
- ✓ Más acciones, menos palabras.
- ✓ Reparar las calles y preparar más material publicitario de León.
- ✓ No introducir elementos modernos.
- ✓ Hacer tiendas de souvenirs.
- ✓ Más baños públicos limpios.
- ✓ Más información sobre gimnasios.
- ✓ Más cafeterías alrededor de la Catedral.
- ✓ Más publicidad de León.
- ✓ Más información acerca de los turistas.
- ✓ Es importante conservar el aspecto local de la ciudad, es mala idea colocar en la ciudad centros comerciales y restaurantes de comidas rápidas. El visitante busca algo diferente.
- ✓ Más información acerca de los monumentos y murales.
- ✓ Hacer andenes de uso peatonal, que no circulen los vehículos por el centro.
- ✓ Por favor no hagan una Antigua Guatemala, sino un León de Nicaragua.
- ✓ Me gusta mucho León más que Antigua, porque todavía es auténtico y porque es completamente adaptable al turismo.
- ✓ Buscar un slogan turístico para vender la ciudad y no quedárselo, sino usarlo.
- ✓ La oficina de información turística casi siempre está cerrada. Deberían de tener un mapa turístico de la ciudad, vender más postales y artesanías de León.
- ✓ Más servicios de guías dentro y fuera de la ciudad.

## **Anexos 7**

### **Recomendaciones emitidas por los ciudadanos residentes.**

- ✓ Presentación de proyecto de ley de beneficio a grandes y pequeños negocios, que fomenten el turismo, para que esto traiga mayor inversión.
- ✓ Realizar un ordenamiento de tránsito.
- ✓ Mayor aprovechamiento de la actividad turística.
- ✓ Conservar mejor el patrimonio monumental y la infraestructura en general.
- ✓ Lo más importante sería hacer una extensa campaña publicitaria sobre atracciones turísticas de la ciudad.
- ✓ Dar a conocer a los ciudadanos las riquezas de nuestra cultura.
- ✓ Hacer exposiciones de arte y cultura leonesa.
- ✓ Hacer campañas de educación ambiental y concientizar a los comerciantes a no subirles tanto el precio de los productos a los turistas.
- ✓ Darle mayor apoyo a los centros existentes.
- ✓ Mejorar la infraestructura turística.
- ✓ Cierre de calles laterales al conjunto, para uso solamente peatonal, cierre de calle frente al mercado para construir talleres artesanales.
- ✓ Rehabilitación del conjunto.
- ✓ Educación turística y ambiental a los pobladores.
- ✓ Iniciar la limpieza del Centro Histórico y eliminar urinarios públicos al aire libre.
- ✓ Hacer verdaderas tertulias culturales.
- ✓ Dar a conocer la importancia del Centro Histórico a los pobladores.
- ✓ Trabajar en coordinación.
- ✓ Que no se ocupen los alrededores de la catedral como mercados.
- ✓ Mantenimiento del lugar y propaganda.
- ✓ Amabilidad hacia los turistas y limpieza en las calles.
- ✓ Que hayan policías peatonales que sean amables.
- ✓ Dar charlas para impulsar planes de limpieza.
- ✓ Más presencia de policías por la noche.
- ✓ Mejor educación social, sobre la importancia del patrimonio.
- ✓ Mejor iluminación.
- ✓ Controlar el tráfico vehicular.
- ✓ Que INTUR mejore sus funciones y servicios, para el mejor aprovechamiento de la explotación de los recursos turísticos de la ciudad.
- ✓ Mayor publicidad en los diferentes medios de TV, audio y prensa.
- ✓ Mejorar la infraestructura de alojamiento y los establecimientos de alimentos y bebidas.
- ✓ Brindarle al turista mejor información.
- ✓ Retirar a comerciantes del atrio de la Catedral.
- ✓ Que León sea un lugar al alcance de todas las ideologías, como referencia cultural.

**Anexo 8**  
**Fotografías del entorno que interrumpen la imagen visual del conjunto Urbano.**



Establecimiento privado de construcción moderna.



Calle sur este del parque de la Merced.

## Anexos 9

### Formato de encuesta a ciudadanos residentes.

#### ENCUESTA

Estimado encuestado: el motivo de la presente es para solicitar contribuya con su opinión a la elaboración de una Propuesta de Desarrollo Turístico, para el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, en esta ciudad de León-Nicaragua. Agradecemos de antemano sus aportes.

- Edad: \_\_\_\_\_
- Sexo F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_
- Profesión u oficio: \_\_\_\_\_
- Actividad laboral que realiza: \_\_\_\_\_
- Dirección: \_\_\_\_\_

1. Evalúe el espacio del conjunto urbano de la Catedral de la Asunción dando respuesta a los siguientes aspectos:

a) ¿Cómo opina es el grado de conservación del patrimonio histórico-artístico?

- ❖ Excelente \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_  
Malo \_\_\_\_\_

b) ¿Qué imagen proyecta el conjunto urbano al visitante?

- A- Fragmentada en el que todos los elementos que se encuentran alrededor no están en armonía \_\_\_\_\_  
B- Todos los elementos están en perfecta armonía y las actividades que ahí se realizan están acorde con el área \_\_\_\_\_  
C- Conserva los aspectos físicos de ciudad colonial \_\_\_\_\_  
D- Gradualmente el área ha estado perdiendo los rasgos de ciudad colonial \_\_\_\_\_

c) ¿Conoce el promedio de eventos de atracción turística que se realicen en el conjunto urbano?

Sí \_\_\_\_\_ No conozco que actividades se realizan \_\_\_\_\_

¿Cuántos?

- ❖ 1 a 2 por mes \_\_\_\_\_ 3 a 5 por mes \_\_\_\_\_ más de 5 al mes \_\_\_\_\_

d) ¿Cuál es su opinión acerca de los servicios que el área provee a sus visitantes?

- Cantidad de los servicios públicos (servicios sanitarios públicos, servicio telefónico, de correo)

❖ Muchos\_\_\_\_\_ Suficientes\_\_\_\_\_ Pocos\_\_\_\_\_ Muy pocos\_\_\_\_\_

- Calidad de servicios existentes para el visitante ( hoteles, guías turísticos, oficina de información)

❖ Excelente \_\_\_\_\_ Bueno\_\_\_\_\_ Regular\_\_\_\_\_ Malo\_\_\_\_\_

2. ¿Por qué motivo considera sería importante la restauración del patrimonio histórico del conjunto urbano de la catedral de León?

- a) Es necesario para que esta pueda competir como ciudad colonial con otros destinos de turismo cultural a nivel de Latinoamérica. \_\_\_\_\_
- b) Para poder conservar el legado histórico de la arquitectura colonial de la ciudad. \_\_\_\_\_
- c) Para reactivar la actividad cultural y rescatar los valores y tradiciones , que solían ser representados en la plaza central de la ciudad \_\_\_\_\_
- d) Para mejorar el aspecto físico del centro de la ciudad y proyectar una mejor imagen a los visitantes \_\_\_\_\_

3. ¿Cómo le gustaría ver al conjunto urbano de la catedral de León?

- a) Como un gran museo monumental al aire libre, con espacios de uso peatonal \_\_\_\_\_
- b) como un conjunto urbano contrastando lo antiguo con lo moderno \_\_\_\_\_
- c) Como un conjunto urbano que proyecte una imagen de ciudad antigua , con sus fachadas rehabilitadas y con una adecuada infraestructura turística que no desentone con el ambiente \_\_\_\_\_
- d) Como un gran escenario urbano , que sirva para la realización continua de eventos programados \_\_\_\_\_

4. ¿Qué tipo de actividades turísticas, le gustaría se realicen en el conjunto urbano de la catedral de León?

- a) eventos artísticos programados como:
  - ferias temáticas \_\_\_\_\_
  - tertulias culturales \_\_\_\_\_
  - exposiciones \_\_\_\_\_
  - conciertos \_\_\_\_\_
  - ruedas literarias \_\_\_\_\_

- obras de teatro al aire libre\_\_\_\_\_
- otros\_\_\_\_\_ ¿cuáles?

5. ¿Qué tipo de servicios considera deberían haber en el conjunto urbano de la Catedral de León, para la satisfacción adecuada de la demanda?

- tours guiados a pie o en coche\_\_\_\_\_
- museos temáticos\_\_\_\_\_
- tiendas de souvenirs\_\_\_\_\_
- establecimientos de alimentos y bebidas temáticos\_\_\_\_\_
- servicio de guías especializados bilingües\_\_\_\_\_
- información turística especializada\_\_\_\_\_
- bancos de cambios para turistas\_\_\_\_\_

6. ¿Qué tipo de equipamiento debería contener el conjunto urbano de la catedral de León, para la satisfacción adecuada de la demanda?

- Buró de convenciones\_\_\_\_\_
- Más alojamientos\_\_\_\_\_
- Una oficina de información turística especializada\_\_\_\_\_
- Servicios higiénicos públicos\_\_\_\_\_
- Talleres artesanales\_\_\_\_\_
- Tour operadores locales\_\_\_\_\_
- Un amplio y completo centro comercial\_\_\_\_\_
- Otros\_\_\_\_\_

7. ¿Qué recomendaciones daría usted para lograr hacer un mejor aprovechamiento turístico del conjunto urbano de la Catedral del León?

---



---



---

8. ¿Considera importante implementar acciones para incrementar el número de de turistas que llegan al Centro Histórico de la ciudad de León?

SÍ\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

¿Por qué?

- Porque el Turismo es una oportunidad para incrementar las ventas de los establecimientos de alimentos y bebidas existentes\_\_\_\_\_
- Porque esta permitiría la oportunidad de que los artesanos locales expongan dignamente sus productos\_\_\_\_\_
- Porque habrían más opciones para recrearse sanamente\_\_\_\_\_

- Nos permitiría hacer un mayor aprovechamiento de los recursos histórico-artístico del conjunto urbano\_\_\_\_\_
- Porque nos permitiría competir turísticamente\_\_\_\_\_.

9. Enumere en orden de prioridad, cuáles considera son los recursos arquitectónicos más valiosos en el área del conjunto urbano.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

¡GRACIAS!

## **Anexo 10**

### **Formato de encuesta aplicada a turistas.**

#### **ENCUESTA**

Estimado encuestado: el motivo de la presente es para solicitar contribuya con su opinión a la elaboración de una Propuesta de Desarrollo Turístico, para el Conjunto Urbano de la Catedral de la Asunción, en esta ciudad de León-Nicaragua. Agradecemos de antemano sus aportes.

- Edad: \_\_\_\_\_
- Procedencia \_\_\_\_\_
- Motivos de su visita en la ciudad:
  1. Estudio \_\_\_\_\_
  2. Trabajo \_\_\_\_\_
  3. Turismo \_\_\_\_\_
  4. Religión \_\_\_\_\_
  5. Otros \_\_\_\_\_ ¿cuáles?
  
- Estadía: semanas \_\_\_\_\_ meses \_\_\_\_\_ años \_\_\_\_\_ tránsito \_\_\_\_\_
- Profesión u oficio: \_\_\_\_\_
- Promedio de gastos diarios: (en consumo de alimentación, hospedaje, transporte, etc....) \_\_\_\_\_

1. Evalúe el espacio del conjunto urbano de la Catedral de la Asunción dando respuesta a los siguientes aspectos:

- e) ¿Cómo opina es el grado de conservación del patrimonio histórico- artístico?
- ❖ Excelente \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_  
Malo \_\_\_\_\_
- f) ¿Qué imagen proyecta el conjunto urbano al visitante?
- A- Fragmentada en el que todos los elementos que se encuentran alrededor no están en armonía \_\_\_\_\_
- B- Todos los elementos están en perfecta armonía y las actividades que ahí se realizan están acorde con el área \_\_\_\_\_
- C- Conserva los aspectos físicos de ciudad colonial \_\_\_\_\_
- D- Gradualmente el área ha estado perdiendo los rasgos de ciudad colonial \_\_\_\_\_
- g) ¿Conoce el promedio de eventos de atracción turística que se realizan en el conjunto urbano?

Sí\_\_\_\_\_ No conozco que actividades se realizan\_\_\_\_\_

¿Cuántos?

❖ 1 a 2 por mes\_\_\_\_\_ 3 a 5 por mes\_\_\_\_\_ más de 5 al mes\_\_\_\_\_

h) ¿Cuál es su opinión acerca de los servicios que el área provee a sus visitantes?

Cantidad de los servicios públicos (servicios sanitarios públicos, servicio telefónico, de correo)

❖ Muchos\_\_\_\_ Suficientes\_\_\_\_ Pocos\_\_\_\_ Muy pocos\_\_\_\_

Calidad de servicios existentes para el visitante (hoteles, guías turísticos, oficina de información)

❖ Excelente\_\_\_\_ Bueno\_\_\_\_ Regular\_\_\_\_ Malo\_\_\_\_

2. ¿Por qué motivo considera sería importante la restauración del patrimonio histórico del conjunto urbano de la catedral de León?

- e) Es necesario para que esta pueda competir como ciudad colonial con otros destinos de turismo cultural a nivel de Latinoamérica.\_\_\_\_\_
- f) Para poder conservar el legado histórico de la arquitectura colonial de la ciudad.\_\_\_\_\_
- g) Para reactivar la actividad cultural y rescatar los valores y tradiciones , que solían ser representados en la plaza central de la ciudad\_\_\_\_\_
- h) Para mejorar el aspecto físico del centro de la ciudad y proyectar una mejor imagen a los visitantes\_\_\_\_\_

3. ¿Cómo le gustaría ver al conjunto urbano de la catedral de León?

- e) Como un gran museo monumental al aire libre, con espacios de uso peatonal\_\_\_\_\_
- f) Como un conjunto urbano contrastando lo antiguo con lo moderno\_\_\_\_\_
- g) Como un conjunto urbano que proyecte una imagen de ciudad antigua , con sus fachadas rehabilitadas y con una adecuada infraestructura turística que no desentone con el ambiente\_\_\_\_\_
- h) Como un gran escenario urbano , que sirva para la realización continua de eventos programados\_\_\_\_\_

4. ¿Qué tipo de actividades turísticas, le gustaría se realicen en el conjunto urbano de la catedral de León?

b) Eventos artísticos programados como:

- ferias temáticas\_\_\_\_\_
- tertulias culturales\_\_\_\_\_
- exposiciones\_\_\_\_\_
- conciertos\_\_\_\_\_
- ruedas literarias\_\_\_\_\_
- obras de teatro al aire libre\_\_\_\_\_
- otros\_\_\_\_\_ ¿cuáles?

5. ¿Qué tipo de servicios considera deberían haber en el conjunto urbano de la Catedral de León, para la satisfacción adecuada de la demanda?

- tours guiados a pie o en coche\_\_\_\_\_
- museos temáticos\_\_\_\_\_
- tiendas de souvenirs\_\_\_\_\_
- establecimientos de alimentos y bebidas temáticos\_\_\_\_\_
- servicio de guías especializados bilingües\_\_\_\_\_
- información turística especializada\_\_\_\_\_
- bancos de cambios para turistas\_\_\_\_\_

6. ¿Qué tipo de equipamiento debería contener el conjunto urbano de la catedral de León, para la satisfacción adecuada de la demanda?

- Buró de convenciones\_\_\_\_\_
- Más alojamientos\_\_\_\_\_
- Una oficina de información turística especializada\_\_\_\_\_
- Servicios higiénicos públicos\_\_\_\_\_
- Talleres artesanales\_\_\_\_\_
- Tour operadores locales\_\_\_\_\_
- Un amplio y completo centro comercial\_\_\_\_\_
- Otros\_\_\_\_\_

7. ¿Qué recomendaciones daría usted para lograr hacer un mejor aprovechamiento turístico del conjunto urbano de la Catedral del León?

---



---



---

8. Valore en orden de prioridad cual de estos sitios valdría la pena para considerar una visita a la ciudad de León.

- La catedral.
- El mausoleo de “Los héroes y mártires”.
- El edificio de del Colegio “La Asunción”.
- El palacio Episcopal.

- Iglesia “La Merced”.
- La Casa CUUN.
- Colegio San Ramón.

¡GRACIAS!

## Anexos 11

### Formato de ficha de inventario de incentivos.

FICHA DE INVENTARIO PARA LA EVALUACION DEL RECURSO ESPECÍFICO

No. \_\_\_\_\_

1.DENOMINACION:	2.UBICACIÓN O REFERENCIA:
3.TIPO DE ATRACTIVO: Atractivo natural:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio histórico-artístico:----- <input type="checkbox"/> Patrimonio monumental:----- <input type="checkbox"/> Eventos programados y científicas:----- <input type="checkbox"/>	4.BREVE DESCRIPCION DEL RECURSO:
6. ACCESO: Libre ----- <input type="checkbox"/> Privado----- <input type="checkbox"/> Con autorización----- <input type="checkbox"/> Horario de atención----- <input type="checkbox"/> Otros.----- <input type="checkbox"/>	7. INSTITUCIÓN A CARGO DEL RECURSO Y OBSERVACIONES GENERALES:
8.ENTORNO: Limpieza Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Parqueo----- <input type="checkbox"/> Áreas verdes----- <input type="checkbox"/> Señalización - señalización turística:----- <input type="checkbox"/> - señalización vial:----- <input type="checkbox"/> - información general:----- <input type="checkbox"/> Integración al entorno----- <input type="checkbox"/>	9.CARACTERISTICAS DEL RECURSO: Estado de conservación: a) bien conservado <input type="checkbox"/> b) abandonado <input type="checkbox"/> c) en ruinas <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento desde el punto de vista turístico: a) alta <input type="checkbox"/> b) media <input type="checkbox"/> c) baja <input type="checkbox"/>
10.POTENCIALIDAD TURISTICA: Alta <input type="checkbox"/> media <input type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/>	12. RECOMENDACIONES:
11.VALORACION: .	

## Anexo 12

### Formato de ficha de inventario de facilitadores.

Ficha de inventario de facilidades turísticas del Conjunto Urbano de la Catedral

No.

Ubicación:

Nombre:

Horario de atención:

<p><b>TIPO DE FACILIDAD TURÍSTICA</b></p> <p><b>1. De alojamiento:</b>          Hotel..... <input type="checkbox"/>          Alquiler de Habitaciones..... <input type="checkbox"/>          Otros (especificar): _____</p> <p><b>2. De alimentación:</b>          Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Comedor Típico <input type="checkbox"/>          Comedores <input type="checkbox"/> Pizzería <input type="checkbox"/> Heladería <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p> <p><b>3. Otros servicios:</b>          Oficinas de Información <input type="checkbox"/> Guías Locales <input type="checkbox"/>          Agencias de Viajes <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/>          Servicios de telefonía <input type="checkbox"/> Fotocopiadoras <input type="checkbox"/>          Servicios médicos de emergencia <input type="checkbox"/>          Comercio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>          Otros( especificar) _____</p> <p><b>4. Servicios recreativos:</b> <input type="checkbox"/>          Discotecas <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Centros Deportivos <input type="checkbox"/>          otros (especificar) _____</p>	<p><b>ENTORNO</b></p> <p><b>1. Limpieza:</b>          Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Rotulación :</b>          - Rompe con la imagen visual <input type="checkbox"/>          - Acorde con el entorno <input type="checkbox"/>          - No existe <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Parqueo:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>4. Áreas Verdes:</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Integración al entorno:</b> <input type="checkbox"/></p>
<p><b><u>VALORACIÓN</u></b></p>	<p><b>ACCESO</b></p> <p><b>1. Libre.....</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>2. Privado.....</b> <input type="checkbox"/></p> <p><b>3. Con autorización.....</b> <input type="checkbox"/></p>
	<p><b>RECOMENDACIONES</b></p>