



Universidad de Matanzas
Facultad de Ciencias Empresariales

Trabajo Profesional para optar por el título de Especialista en
Comercialización Turística

Acciones para incrementar la atractividad de la Plaza de La Vigía de la ciudad de Matanzas



Autora: Ing. Nadima Hassan Marrero

Tutora: DrC. Bisleivys Jiménez Valero

Junio, 2018

La competitividad de los territorios va a depender cada vez más de la robustez y consistencia de los contenidos simbólicos que posea

Declaración de autoridad

Declaro que soy la única autora de esta Tesina y autorizo a la Universidad de Matanzas sede “Camilo Cienfuegos” y a la Oficina del Conservador de la Ciudad de Matanzas a hacer uso de la misma, con la finalidad que se estime conveniente y para que así conste, firma la presente

Nadima Hassan Marrero

Resumen

Los centros históricos constituyen conjuntos urbanos donde se relacionan múltiples variables: arquitectónicas, urbanísticas, medioambientales, sociales y culturales; cuya imbricación les dota de un especial atractivo patrimonial por su carácter único, excepcional e irrepetible del que deriva su atractivo turístico. El turismo es una de las actividades económicas más importantes del cambio de siglo, y es un indiscutible factor de desarrollo e intercambio humano, muy positivo para la conservación de la cultura, puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación, generando fondos y educando a la comunidad. La ciudad de San Carlos y San Severino de Matanzas está próxima a celebrar su aniversario número 325 y se están haciendo grandes esfuerzos por rescatar su esplendor. Una de las zonas más importantes priorizadas para la conservación es la Plaza de La Vigía, el conjunto más importante de la ciudad, desde el punto de vista de sus valores urbanos, patrimoniales y paisajísticos. Es por ello que el objetivo fundamental de esta investigación es elaborar un plan de acciones para incrementar la atraktividad de la Plaza de La Vigía en la ciudad de Matanzas. Para ello inicialmente se realiza un trabajo de campo y una revisión documental; se utiliza un instrumento para calcular el índice de atraktividad teniendo en cuenta 25 atributos definidos. Se concluyó que la Plaza de La Vigía es un atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional y nacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes.

Palabras Claves: atraktividad, conjunto urbano, Plaza de La Vigía, plan de acción

Abstract

The historical centers constitute urban groups where they are related multiple variables: architectural, urbanísticas, environmental, social and cultural; whose imbrication endows them of a patrimonial special attractiveness for its unique, exceptional character and irrepetible of which derives its tourist attractiveness. The tourism is one of the economic most important activities in the century change, and it is an unquestionable development factor and human exchange, very positive for the conservation of the culture, it can capture the economic aspects of the patrimony and to take advantage of them for its conservation, generating funds and educating to the community. San Carlos' city and San Severino of Matanzas are next to celebrate their anniversary number 325 and they are becoming big efforts to rescue their splendor. One of the most important areas prioritized for the conservation is the Square of The Masthead, the most important group in the city, from the point of view of their urban, patrimonial values and paisajísticos. It is hence that the fundamental objective of this investigation is to elaborate a plan of actions to increase the atractividad of the Square of The Masthead in the city of Matanzas. For it initially is carried out a fieldwork and a documental revision; an instrument is used to calculate the atractividad index keeping in mind 25 defined attributes. You concluded that the Square of The Masthead is an exceptional attractiveness and of great significance for the tourist international and national, capable market by itself of motivating an important current of visitors.

Keywords: atractivity, urban groups, Plaza de La Vigía, plan of actions

Índice

Introducción	1
Capítulo I. Referentes teóricos y prácticos de la investigación	7
1.1 El paisaje urbano, histórico y cultural.....	7
1.2.1 Conjunto urbano	8
1.2 Recursos y atractivos: precisiones sobre su tratamiento.....	10
1.3 Factores de atraktividad a tener en cuenta en un conjunto urbano.....	12
1.3.1 Referencia y contextualización del conjunto patrimonial	13
1.3.2 Inventarización.....	14
1.3.3 Valoración de la capacidad de atracción	16
1.3.4 Índice de atraktividad.....	16
1.3.5 Resultados de la valorización	18
1.4 Acciones para la puesta en valor de los atractivos patrimoniales	18
1.5 Conclusiones parciales	20
Capítulo II. Plan de acciones para el incremento de la atraktividad de la Plaza de La Vigía.	21
2.1 Breve caracterización de la ciudad de Matanzas	21
2.2 La Plaza de La Vigía. Conjunto urbano histórico-cultural.....	22
2.1.1 Significación histórica de la Plaza de La Vigía	24
2.2.2 Estrategias generales para la ZPC del Centro Histórico de Matanzas. .	25
2.3 Inventarización de los atractivos patrimoniales de la Plaza de La Vigía	26
2.3.1 Inventario de los alojamientos turísticos que tienen la ZPC	30
2.4 Aplicación del índice de atraktividad a la Plaza de La Vigía.....	31
2.5 Plan de acciones para incrementar el atractivo turístico de la Plaza de La Vigía en la Ciudad de Matanzas	33
2.5.1 Acciones urbanísticas y arquitectónicas para la puesta en valor de la Plaza de La Vigía.	38

2.6 Conclusiones parciales	40
Conclusiones	41
Recomendaciones	42
Bibliografía.....	43
Anexos	

Introducción

Las ciudades tienen la capacidad de adaptarse rápidamente para ofrecer a los visitantes las más novedosas experiencias. Eso significa invertir constantemente en infraestructuras, promoción y conservación, lo cual es bueno tanto para los turistas como para los residentes. El turismo necesita esos productos diversos y flexibles que la ciudad puede ofrecer y las ciudades necesitan el turismo para alcanzar sus objetivos sociales y económicos (OMT, 2017)

Las grandes ciudades ostentan un significativo acervo arquitectónico; no obstante, las propuestas de crecimiento económico privilegian la expansión urbana e industrial en detrimento de los valores culturales, sociales y ambientales. (de Alcântara Bittencourt César, 2010). Los centros históricos constituyen conjuntos donde se relacionan múltiples variables: arquitectónicas, urbanísticas, medioambientales, sociales, culturales, etcétera; cuya imbricación les dota de un especial atractivo patrimonial del que deriva su atractivo turístico. Es la parte del entorno urbano con el mayor grado de identidad, individualidad y carácter de la ciudad. Las más importantes expresiones del patrimonio cultural se encuentran normalmente en este espacio (Cortés Puya, 2002).

La ciudad de San Carlos y San Severino de Matanzas está próxima a celebrar su aniversario número 325 el día 12 de octubre. En 1860 en el Liceo Artístico y Literario, el encargado del local Rafael de Villar propuso que la urbe se denominara “La Atenas de Cuba” (Larramendi, 2009), comparándola con el siglo de Oro o siglo de Pericles, en el cual la capital griega gozó de un auge económico, que propició el desarrollo de las bellas artes y de la cultura en general .

Es de destacar que el Centro Histórico Urbano (Domínguez Machuca, García González, Ruíz Jiménez, Domínguez Machuca, & Álvarez Gil) de Matanzas se delimitó en el año 1988 y según consta en expediente elaborado por el Equipo Técnico de Monumentos y la Dirección Provincial de Planificación Física comprende un extenso territorio, conformado por la zona denominada en el siglo XIX como Matanzas, Pueblo Nuevo y Versalles, con una extensión total de 234.46 ha y 288 manzanas.

Esta área se delimitó con el fin de dirigir los esfuerzos de conservación, posteriormente la Oficina del Conservador de la Ciudad de Matanzas decidió enfocarse en un espacio más concentrado y el 7 de septiembre de 2016, el Consejo de la Administración Provincial adoptó

el Acuerdo de aprobar como Zona Priorizada para la Conservación (ZPC) de la ciudad de Matanzas, el área de 44 ha y un total de 47 manzanas completas y 15 manzanas parciales, comprendidas en el Polígono conformado por las calles 2 de Mayo hasta Manzano; Manzano hasta Pavía; Pavía hasta Narváez; Narváez hasta 2 de Mayo, incluyendo ambas aceras de estas calles, dentro del Área Monumento Nacional.

Dentro de la ZPC se encuentra la Plaza de La Vigía, la más importante de la Ciudad, por su valor urbano, patrimonial y paisajísticos; además de concentrar en su entorno una serie de actividades importantes. Constituye el primer punto de contacto con el Centro Histórico y el área urbanizada de mayor antigüedad. La rodean numerosas edificaciones de gran importancia: La Aduana de Matanzas (actualmente Oficina del Conservador de la Ciudad), Palacete de la familia Junco, Teatro Sauto, edificio de la Vigía y el Cuartel de Bomberos. Se pueden encontrar en sus proximidades aledañas otros atractivos singulares de la ciudad; por solo mencionar alguno, el Puente de la Concordia y el General Calixto García Íñiguez, conocido como Tirry.

El patrimonio cultural y natural de la provincia matancera muestra excepcionales valores que podrían constituir un extraordinario recurso para el desarrollo económico y social de ese territorio (Recondo Pérez, Alfonso Risco, & Gutiérrez Lau, 2008). Desde su fundación, Matanzas fue erigida como ciudad moderna, la primera de Cuba, por el trazado de sus calles, la parcelación del terreno.

Hoy en día, en aras de rescatar su esplendor, es necesario considerar la utilización de parte de su espacio en otras actividades, que ponga en valor ciertas áreas por sus atractivos y que tributen al desarrollo económico y social de la localidad. Los estudios sobre atractividad son necesarios para entender los elementos que animan a los consumidores potenciales a viajar. Sin embargo, las investigaciones académicas muestran factores distintos que determinan la atractividad, indicando que la misma depende de las características locales del destino (de Freitas Coelho & de Sevilha Gosling, 2017).

El turismo es una de las actividades económicas más importantes del cambio de siglo, y es un indiscutible factor de desarrollo e intercambio humano. Cada vez es más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la cultura, puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política.

La afluencia creciente de turistas y excursionistas, implica riesgos, rompe equilibrios precarios y requiere de la cooperación en la conservación y gestión activa y responsable del patrimonio cultural. Se requiere tanto de un mayor compromiso social con el patrimonio como de una implicación más explícita del sector turístico en la conservación (Miguel Ángel Troitiño Vinuesa, 2016).

En la actualidad, el desarrollo del turismo está exigiendo de los gestores implicados, la adopción de nuevos planteamientos metodológicos para la puesta en valor de los recursos potenciales que no están en operación, así como la consolidación o el rediseño de los recursos reales que están en operación y de aquellos que constituyen el soporte y servicios, que facilitan el aprovechamiento de estos recursos, todo ello en el marco de las nuevas tendencias de la demanda actual o futura (Labrada, 2014).

A raíz de las indicaciones ofrecidas por el Ministro de Turismo, Manuel Marrero Cruz el 3 de marzo de 2017, como parte de los Lineamientos de la Política Económica del PCC (Cuba, 2017), resalta el imperativo de intensificar la creación de servicios turísticos, a la par de la restauración de la ciudad y la puesta en valor de recursos patrimoniales que permitan la visita y estancia de visitantes (turistas y excursionistas). Se destaca además la necesidad de potenciar el desarrollo turístico local a través de sus atractivos, sobre esto dejó bien claro que la urbe cuenta con excelentes atractivos y por lo tanto deben enfocarse gran parte de los esfuerzos en convertir a Matanzas en un destino turístico urbano que combine sus bellezas naturales con sus recursos patrimoniales.

Sin embargo, la realidad es que hoy se asiste a una ciudad donde la mayor parte de los espacios públicos están descalificados, una ciudad sin paseos, casi sin plazas; en una población carente de árboles, una urbe convertida en una hipertrofiada área asfaltada (Ruíz, 2003). El Centro Histórico al mismo tiempo no está preparado para satisfacer la demanda de una cantidad considerable de visitantes, con un servicio adecuado que cumpla con los estándares internacionales de calidad.

Por su parte la Plaza de La Vigía es un espacio que luego de presumir de sus valores, de promover la dinámica social, el intercambio colectivo de los ciudadanos (naturales o visitantes), resulta un verdadero caos para el peatón. Posee un uso urbano desacertado como rotonda vehicular y cruce peligroso de vías, un punto donde confluyen y se distribuyen recorridos habituales del transporte, y desde el cual se desvalorizan los usos individuales del

Teatro Sauto, el Museo Palacio de Junco, entre otras edificaciones. De esta manera se imposibilita el funcionamiento de la Plaza como un atractivo turístico-cultural y su natural expansión hacia áreas circundantes.

En todos los planes que se han elaborado para la ciudad en los últimos años, se ha definido la Plaza de La Vigía como área peatonal con alto potencial turístico y de servicios (uno de los más recientes es el Plan Especial de Turismo propuesto por el Dirección Provincial de Planificación Física en el 2006). La implementación de estos estudios se ha postergado continuamente por falta de financiamiento, de voluntad política y de demanda turística.

Si se toma como referencia las experiencias exitosas de otros territorios como es el caso de los Centros Históricos de la Habana, Santiago de Cuba, Camagüey y Cienfuegos, estos enfrentaron desde el inicio de su gestión como las operaciones urbanísticas más importantes: la peatonalización de ejes comerciales y de servicios, el mejoramiento de espacios públicos y el redireccionamiento del tráfico vehicular; acciones complejas pero necesarias, conducidas por equipos multidisciplinarios que conforman el Plan Maestro.

La transformación de la Plaza de La Vigía significaría un cambio trascendental para la ciudad, un paso oportuno hacia el sueño común y tan necesario de rescatar el Centro Histórico, comenzando precisamente desde sus orígenes y a su vez, un recibimiento optimista del 325 Aniversario de la Fundación de San Carlos y San Severino de Matanzas.

Dicho esto, la ciudad de Matanzas, en específico la Plaza de La Vigía cuenta con grandes potencialidades para albergar turismo, en este caso urbano, que está vinculado, con el turismo cultural y con sus recursos patrimoniales, para lo cual es necesario su puesta en valor. Es una vía de desarrollo tanto para el área como para su población residente, sustentado en sus atractivos culturales en el amplio espectro de la palabra y apoyado en que la actividad turística ofrece de manera más eficiente y rápida del retorno de la inversión inicial y a su vez genera intereses.

Es por ello que a partir de la cantidad de atractivos tanto patrimoniales, arquitectónicos, históricos, paisajísticos, entre otros que tiene la Plaza de La Vigía y de lo imprescindible en el panorama actual de instrumentar un cambio en la política de gestión del Centro Histórico. Se hace necesario y oportuno una reevaluación del uso que se le da a este espacio que se ubica dentro la ZPC y se enmarca como objeto de estudio práctico de esta investigación.

De acuerdo a esta situación problemática se formula como **problema científico** ¿Cómo contribuir al incremento de la atraktividad de la Plaza de La Vigía en la Ciudad de Matanzas?

En correspondencia con el problema planteado se define como **objetivo general**: Elaborar un plan de acciones para incrementar la atraktividad de la Plaza de La Vigía en la ciudad de Matanzas; con los siguientes **Objetivos Específicos**:

1. Fundamentar los antecedentes teóricos y metodológicos relacionados con el turismo cultural y los factores de atraktividad.
2. Analizar los atractivos de la Plaza de La Vigía a partir de los factores de atraktividad, con énfasis en sus valores culturales: patrimonio, historia, arquitectura, visuales paisajísticas y comunidad.
3. Definir las acciones que permiten un incremento de la atraktividad de la Plaza de La Vigía de la ciudad de Matanzas.

Esta investigación da cumplimiento a los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021 destinados al sector del Turismo.

Cumple en parte el lineamiento 209 referente a que la actividad turística deberá tener un crecimiento acelerado que garantice la sostenibilidad y dinamice la economía, incrementado de manera sostenida los ingresos y las utilidades. Además da cumplimiento en parte al lineamiento 213 el cual plantea consolidar el mercado interno, creando y diversificando ofertas que posibiliten el mayor aprovechamiento de las infraestructuras. Por último se ajusta a lo que plantea el lineamiento número 215 sobre continuar priorizando la reparación, el mantenimiento, renovación y actualización de la infraestructura turística y de apoyo.

Entre los diferentes métodos y técnicas que se utilizan se encuentra la revisión documental, el trabajo de campo, reconocimiento del terreno, la observación directa, entrevista, método de expertos, el uso de un instrumento para obtener información sobre 25 atributos y el Índice de atraktividad entre otras herramientas.

La tesina tiene la siguiente estructura: Introducción que recoge una breve justificación de la investigación y su situación problemática, así como el análisis de los métodos y técnicas para el cumplimiento de los objetivos propuestos. Un Capítulo I que sintetiza el marco teórico-referencial que sostiene este estudio, con temas sobre paisaje histórico- cultural y conjunto urbano, patrimonio, atributos que definen el valor de atraktividad, la metodología seleccionada para el cálculo del nivel de atraktividad, entre otros. En el Capítulo II se

Nadima Hassan Marrero



presentan los resultados de los métodos y técnicas utilizados y la caracterización del área objeto de estudio. Luego le siguen en este orden las Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y Anexos.

Capítulo I. Referentes teóricos y prácticos de la investigación

El presente capítulo tiene como propósito tratar los antecedentes teóricos y metodológicos relacionados con el problema de la investigación. En tal sentido, son abordadas en su interrelación lógica los factores vinculados con la atractividad de un conjunto urbano; la dinámica recursos turísticos – atractivos; los recursos patrimoniales propios de las ciudades y las especificidades de su conformación a través de la realidad que expresan los términos conjunto urbano y paisaje urbano.

1.1 El paisaje urbano, histórico y cultural

(Maderuelo, 2010) en su artículo “El paisaje urbano” plantea que: “En realidad, el concepto de «paisaje urbano», para el que aún no poseemos en ninguno de los idiomas de raíz latina una palabra específica que lo nombre, está terminando de cuajar en nuestra cultura desde hace medio siglo, cuando a finales de los años cincuenta el arquitecto Gordon Cullen propuso el feliz término de *townscape* como título para uno de sus libros, dedicado al análisis de los fenómenos visuales, perceptivos y constructivos que ofrece la ciudad.”

Por su parte (Pérez, 2000) agrega que el paisaje urbano es aquel que expresa el mayor grado de transformación de los recursos y paisajes naturales. El mismo aborda que el concepto de Paisaje Urbano dentro del contexto ambiental, se refiere por una parte al concepto estético de una relación ciudad-campo, es decir, a una relación entre el hombre, su cultura y la naturaleza; en este sentido el valor de uso del paisaje se expresa en el nivel de integración entre el campo y la ciudad.

En el paisaje urbano se destacan elementos arquitectónicos y urbanos que son fundamentales para su valor perceptual e identificación de la memoria urbana, como son las edificaciones y espacios que tienen la función de símbolos, hitos, ejes, nodos y lugares abiertos de encuentro y recreación como plazas, plazoletas, parques (Pérez, 2000).

(Boullón, 1985) señala que por medio de una serie de elementos formales, que el hombre logra identificar y retener en su memoria, se construye la imagen del paisaje urbano. Finalmente puede definirse como un conjunto de elementos plásticos naturales y artificiales que componen la ciudad: colinas, ríos, edificios, calles, plazas, árboles, focos de luz, anuncios, semáforos, etcétera.

Un paso más avanzado de este concepto es incluir el elemento histórico y cultural, en el caso de la (UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2012) la que entiende por paisaje urbano histórico la zona urbana resultante de una estratificación histórica de valores y atributos culturales y naturales, lo que trasciende la noción de conjunto o centro histórico para abarcar el contexto urbano general y su entorno geográfico.

Además la UNESCO señala que la noción de “paisaje urbano histórico” responde al objetivo de preservar la calidad del medio en el que viven las personas, mejorando la utilización productiva y sostenible de los espacios urbanos, sin perder de vista su carácter dinámico, y promoviendo la diversidad social y funcional. En ella confluyen los objetivos de la conservación del patrimonio urbano y los del desarrollo social y económico. Es un planteamiento basado en una relación equilibrada y sostenible entre el medio urbano y el medio natural, entre las necesidades de las generaciones presentes y venideras y la herencia del pasado. Tiene en cuenta las tradiciones y percepciones de las comunidades locales a la vez que respeta los valores de la comunidad nacional e internacional.

Por su parte el paisaje cultural¹ se reconoce como un área geográfica asociada con un evento, actividad, personaje histórico, o que exhibe otros valores culturales o estéticos”, ha establecido cuatro tipos de paisajes culturales: Paisaje histórico diseñado, paisaje vernáculo histórico, sitio histórico, y paisaje etnográfico (Pérez Bustamante & Parra Ponce, 2004)

Para la UNESCO los paisajes culturales representan “los trabajos combinados de la naturaleza y el hombre. Ellos son ilustrativos de la evolución de la sociedad humana en el tiempo, bajo la influencia de las limitaciones y/o oportunidades físicas presentadas por su ambiente natural y de sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto externas como internas. Ellos deben ser escogidos en la base de su sobresaliente valor universal y de su representatividad en términos de una región geocultural claramente definida y también por su capacidad de ilustrar los elementos culturales esenciales y distintivos de tales regiones”.

1.2.1 Conjunto urbano

Según el sitio web ("**Glosario. net,**" 2018) se identifica al término conjunto urbano como la técnica de diseño constructivo que concentra edificios en áreas específicas de un lote para

¹ El término paisaje cultural ha sido aceptado por la comunidad científica internacional e incluido en 1992 entre las definiciones de las Directrices para la Aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de 1972.

permitir que el terreno restante sea utilizado para recreación, espacios abiertos comunes o la preservación de áreas representativas histórica o medio ambientalmente.

Otra definición es que el conjunto urbano es la modalidad que se adopta en la ejecución del desarrollo urbano, que tiene por objeto estructurar o reordenar, como una unidad espacial integral, el trazo de la infraestructura vial, la división del suelo, las normas de usos, aprovechamientos y destinos del suelo, las obras de infraestructura, la urbanización y equipamiento urbano, la ubicación de edificios y la imagen urbana de un predio ubicado en áreas urbanas o urbanizables.

La información sobre la conceptualización de este vocablo es muy escasa en la literatura, aunque según varios criterios consultados por especialistas en Turismo como el Máster en Ciencias Mario Luis Moreno, entre otros, se define que los conjuntos urbanos es un concepto muy general que sirve para identificar zonas de la ciudad donde los componentes tienen características o propiedades comunes que los identifican y distinguen. Cuando varios conjuntos están contiguos y sus características son armoniosas y compatibles entre sí, se está en presencia de un conjunto urbano.

Un gran problema de los conjuntos que se declaran patrimonio de la humanidad tienen que prepararse para la enorme marea de turistas que esta concesión trae aparejada, aunque generalmente lo hacen en detrimento del propio urbanismo, tanto a nivel vital como visual o acústico. Ceden su idiosincrasia, su identidad cultural, para transformarse en un recinto enfocado en sobre estimular al turista para lograr que se gaste la mayor cantidad de dinero posible, actualidad es que ciudades antiguas y famosas se declararon y están proceso de declaración como patrimonio de la humanidad, sin saber los riesgos que acarrea.

La ciudad patrimonio se deshabita de residentes locales, que acaban yendo a otros barrios donde puedan seguir viviendo de una manera tranquila, sin tener que ir abriéndose camino entre turistas para llegar a sus casas y huyendo de pagar precios desorbitados por cualquier producto habitual, si es que los encuentran; porque, junto al residente, también suele escapar el comerciante tradicional. Entonces, hace su aparición la estructura hotelera en toda su extensión de propuestas, y con ellos, las demás facetas del turismo de masas.

Como se decía, no sólo los habitantes acaban desapareciendo, sino que con ellos se pierden también los negocios locales a favor de tiendas de *souvenirs* más tópicos que típicos, bares de precios inflados y cadenas nacionales e internacionales. Al final, lo que se pretendía

proteger no es más que una carcasa hueca, que por su mismo afán de conservación ha perdido esa esencia que lo hizo especial.

1.2 Recursos y atractivos: precisiones sobre su tratamiento en la literatura

La revisión de la literatura acerca de los recursos y atractivos turísticos y de su clasificación y valoración demuestra, que a pesar de ser términos básicos en la teoría y la práctica del turismo, son muchas veces asumidos como similares o sustituibles, o cuando menos, hay una tímida alusión implícita a que difieren. Sin embargo, representando una posición contraria a la anterior, se les distingue claramente como categorías que no expresan lo mismo, con un contenido diferente.

Para que no exista duda en relación a estos dos términos a continuación se dan a conocer las diferencias existentes entre recurso y atractivo turístico. Varios autores destacan la línea borrosa existente entre ambos vocablos.

Las primeras aproximaciones a la atractividad se enfocaban en evaluarla a través de variables geográficas, como es el caso de CITATUR-OEA (Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos) en donde los recursos turísticos son valorados a partir de una única variable: su singularidad en términos geográficos.

En el «Diccionario de terminología turística» de la Dirección Nacional de Turismo argentina se lee que un atractivo turístico «es el elemento natural, cultural, deportivo o de cualquier otro tipo que pueda generar suficiente interés para atraer turistas» referido en (Navarro, 2015).

De acuerdo a este vocablo la (OMT, 2017) define los atractivos turísticos como: todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las actividades de la demanda, y plantea que, un recurso turístico constituye la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda .

Por su parte (Acerenza, 1984) identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico «por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente

turística hacia su localización«. Apunta asimismo que «constituyen el principal motivo para que el turista lo visite» y «son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas».

También (di Bella, 1991) equipara atractivo turístico y recurso turístico, como un mismo objeto con distinta denominación según el sujeto que lo refiera. El autor señala que ambos suponen una «serie de características propia de todo lugar que constituya un destino turístico» que motive el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante».

Hay que señalar que la atraktividad tiene como variable fundamental la visión y la percepción del visitante, es decir, el turista que se desplaza desde su entorno habitual hacia otro contexto. Por ello, el visitante será un actor fundamental en este proceso de construcción de la valorización del atractivo turístico (Conti et al., 2013)

Por último, el «Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte» ofrece una definición de atractivo turístico; considera que se trata de un «objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo» (Wallingre & Toyos, 2010).

Por otro lado los recursos turísticos son bienes (naturales, culturales y humanos, tangibles e intangibles, muebles e inmuebles) con características relevantes (Navarro, 2015). La revista Entorno Turístico deja claro su posición de que los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en *stock*²; son “materia prima” para las atracciones.

Es decir, se debe tomar en cuenta que el recurso turístico es el elemento básico para poder desarrollar un destino con atractivo turístico y diferenciarse de la competencia. Los recursos turísticos constituyen la base fundamental del turismo, siendo imprescindible su análisis y evaluación, para determinar la potencialidad turística de una zona y, en consecuencia, su viabilidad como soporte para el desarrollo de esta actividad (Jeans Camara, 2013).

² conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización

Es importante señalar que los recursos turísticos por si solos no cuentan con adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero cuando se desarrollan con equipamiento y servicios turísticos, como hoteles, restaurantes y vías de comunicación, se convierten en atractivos turísticos en plenitud.

Esta relación la explica (Navarro, 2015) cuando plantea que existen recursos turísticos que no equivalen a atractivos turísticos. Se encuentran «disponibles para resolver una necesidad» pero sin «hacer que acudan personas». Son relevantes, pero no provocan un viaje: para que eso ocurra, es necesario que el recurso sea conocido y sea visitable. Por el contrario, no se conciben atractivos turísticos que no constituyan recursos turísticos; esto es, bienes que motiven un desplazamiento sin pretender satisfacer necesidad alguna: se emprende un traslado con la expectativa de extinguir una necesidad, más allá de que eso ocurra finalmente. Así, los recursos turísticos originan atractivos turísticos; tanto como los atractivos turísticos se sustentan en recursos turísticos. Este proceso de transformación del recurso en atractivo consiste en hacer que el recurso sea conocido y sea visitable.

Entonces se puede arribar a la conclusión de que a pesar de la delgada línea que los diferencia, existen evidentes diferencias entre ambos vocablos. Los recursos turísticos constituyen la base para potenciar un destino que cuente con atractivos turísticos, son el origen de los atractivos. Además pueden existir recursos que no equivalen atractivos turísticos, mientras no se puede pensar en atractivos que no sean recursos turísticos.

1.3 Factores de atraktividad a tener en cuenta en un conjunto urbano

El estudio de la atraktividad de los destinos turísticos ha sido explorado por varios autores con diferentes perspectivas. En el caso de (Fernandes Campos, 2015) define 28 atributos (**ver anexo 1**) que influyen sustancialmente en el logro de la atraktividad, otro de los elementos valorado por la literatura son las creencias y opiniones de los visitantes, incluso se tienen en cuenta las diferencias entre las expectativas y el nivel de satisfacción.

Según la propuesta (Iranzo García, 2010) se deben tener en cuenta los siguientes elementos para evaluar la atraktividad turística:

- 1) Referencia y contextualización del conjunto patrimonial (urbano)
- 2) Inventarización: Aplicación y/o consulta de inventarios.
- 3) Inventario de los grados de protección de las edificaciones.
- 4) Inventario de los alojamientos estatales y no estatales dentro de la ZPC.

- 5) Inventario de Uso de Suelo
- 6) Valoración de la capacidad de atracción.
- 7) Aplicación del Índice de Atractividad.
- 8) Resultados de la valoración

Como tendencia se percibe el uso de un criterio multivariable para abarcar la mayor integralidad obedeciendo al desarrollo del turismo sostenible. Esta integralidad de criterios para calcular la atractividad de un espacio específico permite un nivel de confiabilidad mucho mayor, ya que el resultado trata de llenar la mayor cantidad posible de información para ser procesada por el especialista, el cual puede dar un criterio final con la seguridad suficiente y que puede ahorrar recursos, todo por un desarrollo sostenible del turismo.

Para la realización de esta investigación se tuvieron en cuenta algunos de estos elementos los que a continuación se explican.

1.3.1 Referencia y contextualización del conjunto patrimonial

El patrimonio es un atractivo importante para el turismo porque genera un reconocimiento de los lugares en los cuales se encuentra (dado su carácter único, excepcional e irreplicable), por lo tanto el patrimonio se convierte en una atracción. Las visitas a los lugares donde es posible presenciar la manifestación del patrimonio, no importa de qué orden, implican el momento en el cual es posible comprenderlo como atractivo (Teresa Sosa Barrios, 2017).

La palabra patrimonio significa lo que se recibe de los padres y lo que es de uno por derecho propio. En este sentido se habla del patrimonio familiar. Existe además otro significado relacionado con patrimonio, referido a la nación entera: abarca el territorio del país y la historia que se desarrolla en él, acumulada en forma de leyenda, tecnologías, conocimientos, creencias, arte y sistema de producción y organización social. Esto sucede cuando se habla de patrimonio común por ser prioridad de la nación (Arjona Pérez, 2003).

En 1945, el 16 de noviembre se funda la UNESCO, Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura con el objetivo de contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo mediante la educación, la ciencia, la cultura, y las comunicaciones; además se encarga de salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo (Pollán Socorro, 2010). El objeto del programa es catalogar, preservar y dar a conocer sitios de importancia cultural y natural excepcionales para la herencia común de la humanidad.

De acuerdo con (Tresserras, 2003) el patrimonio pasa de ser un recurso a convertirse en un producto capaz de generar riqueza y empleo, aunque es necesario poner una especial atención en su conservación y mantenimiento, así como garantizar el disfrute del mismo a la propia población residente. Para ello es necesario desarrollar una planificación del desarrollo turístico que contemple estrategias a corto, medio y largo plazo, promueva la colaboración entre el sector público y el privado; tenga en cuenta los intereses de la comunidad local; y establezca una cooperación local y regional que abarque aspectos como la promoción conjunta y/o la comercialización.

El patrimonio es la protección de los recursos creados por la naturaleza y el hombre. El Turismo aprovecha los atractivos que genera y cobra a las personas para facilitarle el acceso y disfrute del mismo. Para una mejor comprensión ver en el **anexo 2** una síntesis de la clasificación del patrimonio.

Patrimonio cultural inmueble

El patrimonio cultural está formado por bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquella que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga importancia histórica, científica y artística entre otras. Se divide en tangible e intangible.

El patrimonio tangible inmueble corresponde a lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valores relevantes. Son bienes que no pueden ser trasladados de un lugar a otro.

Por otro lado el patrimonio intangible inmueble lo constituye la parte intangible que respira el espíritu no se limita a las creaciones materiales. Está constituido por la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, las danzas religiosas, los bailes festivos, la cocina, los mitos y leyendas, las adivinanzas, las canciones de cuna, cantos de amor y villancico, los dichos, los juegos infantiles entre otros.

1.3.2 Inventarización.

Es necesario inventariar los atractivos con que cuenta el conjunto urbano para poder evaluar su atractividad. Es importante listar los grados de protección de las edificaciones, para conocer con que valores patrimoniales cuenta el área de estudio. También realizar el levantamiento de los alojamientos estatales y no estatales en la Zona Priorizada para la

Conservación (ZPC), pues para desarrollar realmente la actividad turística y para que esta se convierta en un elemento dinamizador de la ciudad, se requiere inventariar la estancia.

El método OEA- CICATUR define 5 categorías para atractivos turísticos:

1- Sitios Naturales: Registra los diferentes lugares de la comuna considerados en razón de su interés como paisaje, con exclusión de cualquier otro criterio, como puede ser equipamiento o actividades recreativas.

2- Museos y manifestaciones culturales, testimonios de culturas del pasado: Se refiere a aquellos sitios cuyo valor reside en su asociación a acontecimientos relevantes de la historia nacional o local, sin necesitar dicho sitio tener un valor intrínseco. Dentro de este atributo se incluye un tipo de realizaciones urbanas que comprenden todas las ciudades o barrios edificados con sistemas y estilos que no tienen aplicación desde largo tiempo atrás.

3- Folclore: Presentar diversidad de objetos de cada región y de las distintas designaciones locales. Se refiere también a expresiones tradicionales que aún tienen vigencia en las costumbres constructivas de algunos pueblos.

4- Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas: Abarca solamente aquellas que por su singularidad o alguna característica excepcional tienen interés turístico y además un carácter más actual que histórico, es decir obras y manifestaciones técnicas propias de nuestro tiempo,

5- Acontecimientos programados: Comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que pueden traer a los turistas como espectadores o como actores.

Inventario de los grados de protección de las edificaciones

El inventario de los grados de protección de las edificaciones se obtiene a partir de la técnica revisión documental, específicamente de las fichas que se tienen de cada construcción que conforma el objeto de estudio práctico. Estas fichas comprenden: año de construcción, propietarios, estilo arquitectónico, grado de protección y demás elementos necesarios para cumplir el objetivo. Además se realiza un recorrido y trabajo de campo por el área en compañía de un arquitecto para corroborar la información de las fichas y determinar otros elementos que pueden ser de interés.

Inventario de los alojamientos estatales y no estatales dentro de la ZPC

En este inventario se efectúa a partir de un exhaustivo trabajo de campo para conocer el nombre del alojamiento, el número de la edificación, las entrecalles y un espacio para las observaciones. Se utiliza un mapa como el que se muestra en el **anexo 3** para ubicar los alojamientos en el espacio.

1.3.3 Valoración de la capacidad de atracción

Para la evaluación de la capacidad de atracción, es necesario profundizar en puntos como la aplicación del Índice de Atractividad, herramienta culminante de los elementos tratados anteriormente, complementa toda la caracterización del conjunto y la Inventarización de sus recursos; así como la caracterización del valor.

El instrumento seleccionado para medir la atractividad utiliza un sistema de jerarquización para determinar su valor sobre bases objetivas y comparables, a continuación se muestra los niveles de mayor a menor:

Jerarquía 3: Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes.

Jerarquía 2: Atractivo con rasgos excepcionales en un área específica, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos antiguos.

Jerarquía 1: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno o externo que hubiesen llegado al área específica por otras motivaciones turísticas locales (potenciales o actuales).

1.3.4 Índice de atractividad

El instrumento de recogida de información y el índice de atractividad se toman de la propuesta del estudiante de 5to año de Turismo Alfredo Ramírez Martín que analiza y defiende en su tesis de diploma actualmente en elaboración. A continuación se muestra en la **tabla 1.1** el cuestionario.

Tabla 1.1. Instrumento de obtención de información para medir el índice de atractividad

Estimado Especialista: El presente instrumento de obtención de información, tiene como propósito recoger valoraciones que permiten medir el índice de atractividad del Conjunto Urbano "Plaza de La Vigía". Teniendo en cuenta su conocimiento sobre el

objeto de estudio, resultará de mucha importancia, contar con su valiosa opinión.
Muchas gracias.

Por favor marque con una X en las posibilidades que ofrece cada aspecto (importancia, posición relativa)

ATRIBUTOS	Importancia			Posición Relativa						Índice de Atractividad
	1	2	3	-10	-5	-2	2	5	10	
Accesibilidad desde otros puntos de la ciudad y desde fuera de la misma.										
Estado de las vías; señalización vial y de tránsito										
Disponibilidad de parqueos										
Tiempos de desplazamiento entre unidades del conjunto										
Facilidades y seguridad para el desplazamiento peatonal										
Cercanía, transición y posibilidades de integración con otros conjuntos urbanos										
Valores patrimoniales (se refiere a la proporción alta, media o baja, de edificaciones con grados de protección patrimonial)										
Presencia de barreras arquitectónicas										
Integridad, nivel de conservación de las edificaciones del conjunto										
Calidad de la infraestructura urbana: se refiere al estado de la red de viales, alcantarillado, drenajes pluviales, tendido eléctrico y telefónico, Internet, Wi-fi, etc.										
Calidad ambiental: presencia de agentes contaminantes del agua, suelo, y aire, que afectan visualmente el paisaje, áreas verdes.										
Capacidad potencial para desarrollar alojamiento (hasta 50 habitaciones; 51 a 100; más de 100)										
Capacidad para desarrollar servicios complementarios										
Capacidad para desarrollar manifestaciones artísticas y culturales										
Presencia de valores históricos-sociales										
Valores de las visuales paisajísticas										
Presencia de recursos turísticos potenciales										
Presencia y/o posibilidad de desarrollar Proyectos comunitarios										
Interés de la comunidad y los actores en desarrollar el ocio y el turismo en el Conjunto Urbano.										

Sensibilización de los residentes con la protección de los valores patrimoniales										
Originalidad, autenticidad										
Capacidad de los recursos patrimoniales para ser interpretados										
Seguridad										
Higiene y servicios médicos										
Grado de dificultad para la puesta en valor										
PROMEDIO-Base 25 Puntos										
* = Importancia x Posición Relativa										

Fuente: Tomado de la tesis de diploma de Alfredo Ramírez Martín (2018)

En el instrumento se emplean un número de atributos que siguen una línea de pensamiento lógica; los cuáles son valorados a partir del uso de una escala para ponderar el grado de importancia (nivel de jerarquización) y la posición relativa.

Para el cálculo del índice de atractividad se realiza una multiplicación de la importancia (siendo 1 bajo, 2 medio y 3 alto), que le confieren los especialistas al atributo que se está evaluando dentro del conjunto urbano, y la posición relativa desde el punto de vista de varios especialistas; donde la puntuación más negativa (-10) es la peor opinión que se puede tener del atributo, pasando por valores intermedios hasta la puntuación más positiva (10). Esta multiplicación puede ofrecer valores negativos, que representan el bajo criterio de ese atributo por los especialistas. Luego, el índice de atractividad de cada atributo se suma con el de los demás atributos, y este valor general se promedia entre la cantidad de atributos con que cuenta el índice. Mientras más cerca esté del valor máximo que puede alcanzar cada atributo y el índice en general (en el caso anterior es de 30) más potencialidades tendrá, en este caso el conjunto urbano, de ser considerado atractivo para desarrollar la actividad turística.

1.3.5 Resultados de la valorización

Una vez obtenido el cálculo de los índices se tiene en cuenta el valor que más se acerque al valor del total de atributos, la atractividad será mayor desde el punto de vista del especialista. Además se calcula el valor promedio de cada atributo, para ver cuáles son los de más peso a la hora de ser evaluados por los especialistas.

1.4 Acciones para la puesta en valor de los atractivos patrimoniales

Una de las características de los atractivos patrimoniales es la intangibilidad, de allí que las acciones se centren en la tangibilización del servicio, en el ámbito de los objetos tangibles;

observadas en las instalaciones, los equipos, los folletos, en el ámbito de los objetos intangibles posibles registrar y medir se mencionan el trabajo de la fuerza de venta del servicio y el trabajo del personal que interviene en la prestación del servicio además de todas las operaciones de comunicación con el objeto de reforzar la imagen corporativa (Venegas Ruiz, 2016).

Otras características son la inseparabilidad del cliente con el productor; la heterogeneidad en la entrega del servicio y la satisfacción del cliente, aportan valores tangibles e intangibles para la producción del servicio; las estrategias se deben enfocar en la correcta gestión del personal, de los recursos físicos, de la organización y el cliente, como entre clientes se debe incluir procesos de educación para la interacción, se debe aplicar estrategias de comunicación con experiencias creíbles acerca de la satisfacción del servicio (Venegas Ruiz, 2016).

Según (Parreño & Ruiz, 2013) plantean planificar los objetivos y las acciones tanto tácticas u operativas como estratégicas enmarcados en las variables del marketing; producto, precio, distribución y comunicación.

(Leal & Quero, 2011) señalan la necesidad de formular estrategias de marketing para productos culturales; estas son de dos tipos; las Instrumentales que implican la gestión de las variables: la comunicación, el producto cultural, el precio, la distribución, las personas, el entorno físico y la servucción, y las estrategias de relaciones con los grupos de interés (stakeholders).

Según (Colomer, 2013) para desarrollar acciones para públicos culturales, se debe partir por entender que las prácticas culturales tienen un valor objetivo (puede ser intelectual, sensorial y emotivo) y valor subjetivo, el primero es aquel que es reconocido por el sector cultural, por la realidad social y el segundo es el que tiene cada persona dado por el intercambio entre personas fortaleciendo un sistema de valores que contribuye a formar la consciencia crítica y la comprensión de realidades sociales, pueden contribuir a la creación de conciencia e identidad colectiva.

También son relevantes las acciones relacionadas con las comunicación; dada la amplitud de medios y canales de comunicación es necesario que las organizaciones culturales sean capaces de gestionar la comunicación de forma integrada, requiere comenzar con el análisis de todas las opciones de relación con los públicos con el objetivo de conseguir el mismo

mensaje a través de instrumentos como; la publicidad, la promoción de ventas, el marketing directo, las relaciones públicas y la venta personal; la finalidad de la coordinación de esta comunicación en términos generales es informar, persuadir para mantener relaciones con los públicos por sus valores e imagen, recordar sobre la oferta de valor de las experiencias generadas para establecer vínculos de intercambio, en concreto esta mezcla de comunicación busca alcanzar objetivos específicos como destacar la imagen, identidad, posicionamiento y notoriedad o reconocimiento del nombre de las organizaciones culturales y su oferta (Leal & Quero, 2011).

La intangibilidad y la inseparabilidad con el cliente son dos de las características fundamentales que se deben tener en cuenta para la implementación de acciones. Existen diferentes tipos de estrategias a tener en cuenta que abarcan desde los medios y tipos de comunicación, la definición de precios, público o grupo de interés y los propios servicios culturales que ayudan a incrementar el valor de los atractivos turísticos.

1.5 Conclusiones parciales

1- Las zonas de la ciudad donde los componentes tienen características armoniosas y compatibles o propiedades comunes que los distinguen y al mismo tiempo están contiguos, se definen como un conjunto urbano.

2- Los recursos turísticos constituyen la base para potenciar un destino que cuente con atractivos turísticos, son el origen de los atractivos. Además pueden existir recursos que no equivalen atractivos turísticos, mientras no se puede pensar en atractivos que no sean recursos turísticos.

3- Para incrementar el valor de los atractivos turístico existen diferentes tipos de estrategias a tener en cuenta que abarcan desde los medios y tipos de comunicación, la definición de precios, público o grupo de interés y los propios servicios culturales.

Capítulo II. Plan de acciones para el incremento de la atraktividad de la Plaza de La Vigía.

En este capítulo se describe de manera general los elementos necesarios y las acciones que deben llevarse a cabo para el incremento de la atraktividad de la Plaza de La Vigía, siguiendo diferentes criterios que apunta la bibliografía. Además se realiza una descripción de la ciudad de Matanzas y de la Plaza de La Vigía objeto de estudio en esta investigación.

2.1 Breve caracterización de la ciudad de Matanzas

Existen varias versiones del nombre de Matanzas, la más aceptada según los prestigiosos historiadores consultados relaciona que en la región de la entonces bahía de Guaníma, existía una aldea conocida como Yucayo cuya población indígena vivía en armonía con su naturaleza. Un buen día apareció un grupo de hombres y dos mujeres ataviados de forma muy extraña para ellos, que hablaban un idioma incomprensible; estos ya habían pasado por diferentes cacicazgos en su ruta hacia el oriente cubano. Eran los primeros españoles llegados allí y se vieron impedidos de continuar su camino, debido al obstáculo natural que representaba la existencia de dos ríos caudalosos rodeados de pantanos. El jefe de la aldea, Guayucayex, conocedor quizás de otros atropellos cometidos por los conquistadores o presintiendo que nada bueno traería para ellos la presencia de aquellos intrusos, decidió exterminarlos para proteger a su pueblo. Los convidó a que pasaran al otro lado de la bahía en sus canoas y cuando estaban lejos de la orilla, volcaron las mismas y la mayoría se ahogó. Esto fue lo que contaron las dos mujeres tres años después, al ser rescatadas por remeros enviados por el padre Las Casas, lo cual fue confirmado un año más tarde por el otro sobreviviente lo que estremeció a la sociedad de la época; desde entonces la bahía de Guaníma pasó a ser la Bahía de la Matanza, para posteriormente quedar como Matanzas, lo cual nos revela la primera acción de rebeldía contra el conquistador español por nuestros aborígenes.

La fecha de fundación de la ciudad fue el 12 de octubre de 1693, con una misa solemne del Obispo de Cuba y la designación del nombre de San Carlos y San Severino de Matanzas por el Gobernador de la colonia. Su fundación fue planificada mediante plano bajo cuadrícula española y a regla y cordel, a usanza de la época. En el Archivo Histórico Provincial se conservan el acta y el plano de su fundación, poblada fundamentalmente por familias de Islas Canarias enviadas por la Corona. Simultáneamente fue construido el Castillo de Matanzas, al

que siguieron posteriormente otras edificaciones militares con el fin de defender la retaguardia de San Cristóbal de la Habana, razones fundamentales que motivaron la fundación de esta ciudad, a pesar del poco desarrollo económico que presentaba la región que languideció durante todo el siglo XVIII.

A inicios del siglo XIX, se inicia un auge de la economía yumurina con la ruina de Haití y el auge de los cultivos del café y la caña de azúcar, basada en la mano de obra esclava y el empleo de la ciencia y la técnica en ingenios, centrales y comunicaciones terrestres. A ello ayudaron la constitución del gobierno político militar de la Jurisdicción de Matanzas en 1815 y la habilitación del puerto para el comercio mundial en 1818. Los terratenientes criollos y otras fuerzas sociales jugaron un papel fundamental en lo antes expuesto, así como en el progreso cultural y científico de la región.

La llegada de la imprenta en 1813 y la creación de la Diputación Patriótica en 1827, forjaron proyectos como el periódico "La Aurora", uno de los mejores de España y sus colonias, la fundación de la Biblioteca Pública y el fomento de escuelas en el territorio. El desarrollo económico permitió que se crearan, la Sociedad Filarmónica y más tarde el Liceo Artístico y Literario, el Teatro Principal, que con sus espectáculos variados, sentó las bases para la construcción en 1863 del majestuoso Teatro Sauto, hoy Monumento Nacional. Todo ello explica el porqué del prestigio alcanzado por las Tertulias de Domingo Del Monte al que asistían dramaturgos y poetas de la talla de Milanés y Placido. La música también se prestigió con la obra de José White y la voz de Úrsula Deville. La Educación y la Ciencia por otra parte contaron con la excelencia del colegio La Empresa de los hermanos Guiteras, destacándose además, el Liceo Artístico Literario y la presencia de más de 40 científicos de fama nacional e internacional. Todo ello permitió que el 17 de febrero de 1860 en las actividades inaugurales del Liceo, su director Rafael del Villar, proclamó a Matanzas como la Atenas de Cuba, en parangón con la polis griega del siglo V de Pericles, como reconocimiento al desarrollo cultural en su más amplia acepción alcanzado por la urbe yumurina, lo que la identifica y califica desde entonces con gran justicia.

2.2 La Plaza de La Vigía. Conjunto urbano histórico-cultural

La Plaza de La Vigía es el centro fundacional de la ciudad de Matanzas, a partir de ella se inicia el trazado de sus principales vías de acceso de la futura urbe. Fue la primera Plaza

de Armas construida en la villa. Aquí se fundó la ciudad, el 12 de octubre de Siglo XVII, 1693. En sus alrededores se conservan importantes construcciones típicas del Siglo XIX.

Este espacio urbano se conoce con el nombre de Plaza de La Vigía, en memoria del antiguo fuerte que con ese nombre se levantaba cerca del lugar y que durante más de un siglo protegió la urbe de los ataques de corsarios y piratas, cumpliendo con ello su función como parte del cinturón defensivo de la zona.

Esta edificación fue derribada entre finales de la década de 1850 y principios de la siguiente, en parte por su ineficacia estratégica. Los terrenos que ocupó la construcción militar y sus proximidades no permanecieron ociosas y serían empleados para levantar dos de las edificaciones más emblemáticas de la llamada “Atenas de Cuba”, el teatro Esteban (hoy Sauto) y el Cuartel de Bomberos.

El 12 de octubre de 1693, en este lugar se reunieron las máximas autoridades de la colonia, para delimitar el área de la plaza y los principales edificios que la circundan: la aduana y la casa del corregidor; desde la segunda mitad del siglo XIX, el Palacio de Justicia, el Cuartel de Bomberos, el Palacio de Junco y el Teatro Sauto, constituyen las edificaciones más importantes de la plaza. En ella se encuentran ubicados además, varios museos y se utiliza como sede de actividades políticas y culturales.

La Plaza de La Vigía es la más importante de la ciudad desde el punto de vista de sus valores urbanos, patrimoniales y paisajísticos. Posee una gran carga cultural y en su entorno se concentran actividades importantes.

Significa un valioso espacio de transición desde la Bahía; constituye la antesala, el primer punto de contacto con el Centro Histórico, con una escala y proporciones apropiadas para comenzar a mostrar la bella ciudad de Matanzas.

Definición de límites

- Es necesario considerar la Plaza de La Vigía (en una primera etapa) como el espacio comprendido por el parque existente frente al edificio de la Vigía, toda la zona frente a la fachada principal del Teatro, incluyendo los recorridos laterales al Teatro y el parque existente en el fondo del mismo.
- Se debe integrar todo el espacio mediante una superficie continua y transitable.

- Incluir e integrar como parte de la solución el área transitable que se genera de oeste a este, a partir del Palacio de Junco hacia Ayllón, que aunque separada del resto de la trama peatonal por la continuidad de la calle Milanés, debe considerarse en esta etapa como parte de la propuesta para la Plaza de La Vigía.

2.1.1 Significación histórica de la Plaza de La Vigía

Desde la fundación de la ciudad, el entorno de la Plaza de La Vigía fue el emplazamiento urbano por excelencia. Constituye la zona de despegue de la ciudad y el área urbanizada de mayor antigüedad (zona fundacional).

Matanzas fue la primera población cubana creada según un plano previamente elaborado y cuyo trazado se ha mantenido sin modificaciones. Precisamente el sorteo de los primeros solares comenzó por la Plaza (de Armas), vértice del triángulo que configura el núcleo originario. De ella partieron los tres ejes que, en sentido este-oeste, estructuraron la ciudad y de la misma manera constituyó el espacio abierto en el que convergían los caminos que comunicaban la población.

Desde la Plaza y a través de las nuevas calzadas trazadas en la primera mitad del siglo XIX, se produce el ensanche urbanístico hacia la zona extra-ríos, aportando, de manera orgánica, una continuidad a la ciudad con el nacimiento de nuevas barriadas. Esta siempre ha constituido un vértice de desarrollo urbano, irradiando ciudad y desde sus orígenes tuvo un carácter marcadamente comercial, subordinado a la actividad portuaria y con una relación muy estrecha con los ríos de ciudad y la bahía. Por su significación histórica, posee la declaración de Monumento Local.

El emplazamiento estratégico de La Plaza de La Vigía en las puertas del Centro Histórico, muy próximo a la bahía y a los ríos y puentes más importantes de la ciudad, lo convierte en un sitio de gran accesibilidad y con una gran vocación de centralidad, teniendo en cuenta además el contacto directo con el corredor turístico Habana-Varadero. Bajo estas circunstancias es posible lograr, de manera efectiva, la valorización urbana.

Como el resto de la ciudad, presenta unas condiciones paisajísticas únicas (**ver anexo 4**), percibiéndose además como un espacio abierto, sin estar imbricado en la trama urbana compacta. Su trazado la convierte en un espacio público singular, por su forma irregular que difiere del modelo básico de Plaza en la ciudad colonial.

Las edificaciones que limitan la Plaza presentan una característica que particulariza este espacio respecto al resto de la ciudad y fundamentalmente del resto de las plazas del Centro Histórico: el uso del portal. El mismo es recurrente por su importancia en otras ciudades del país, en Matanzas constituye un sello de autenticidad, pues donde único predomina esta tipología es en las edificaciones que limitan la Plaza de La Vigía. Esta condición exclusiva, que actualmente resulta casi imperceptible, en otro escenario como el que se propone, que visualiza la Plaza como un espacio urbano integral, donde todo interactúa y dialoga, enriquecería de manera directa la relación arquitectura-ciudadano-espacio público y potenciaría aún más la marcada homogeneidad morfológica y ritmicidad espacial existente.

2.2.2 Estrategias generales para la ZPC del Centro Histórico de Matanzas.

La estrategia de intervención urbanística en la ZPC del Centro Histórico de Matanzas, está orientada a la gestión y tiene como objetivo identificar las líneas fundamentales que encaminen el proceso de revitalización y con ello generar recursos financieros que se destinen a la rehabilitación urbana integral de forma progresiva.

La puesta en valor del patrimonio obliga a dar un enfoque holístico al estudio de valorización, identificando no solo los valores físicos que aportan los elementos arquitectónicos y urbanos, sino su relación integral con el entorno, en búsqueda de una coherencia y un alcance mayor, atrapando significados, sumando potencialidades, optimizando la relación de aspectos tangibles e intangibles, en función de la comunidad y de los visitantes.

Se incluye dentro de la estrategia la revitalización de los ejes principales, la creación de nuevos espacios públicos y el mejoramiento de los existentes, cambios de uso y el desarrollo de nuevas funciones compatibles a la zona de estudio. En sentido general se potenciará la actividad cultural como elemento protagónico, asociado a cualquier enfoque temático y conduciendo el desarrollo integrado de la economía local y de los entornos innovadores.

También es necesario tener en cuenta en el tratamiento de los conjuntos urbanos, la necesidad de un equilibrio entre la inversión de gran escala con la pequeña inversión que contemple las industrias culturales, la artesanía, los pequeños talleres de servicios, lo que permitirá de manera orgánica producir el mejoramiento de las condiciones de habitabilidad y de la calidad de vida de la población residente.

A partir de la identificación de los conjuntos urbanos es necesaria la implementación de proyectos dinamizadores que actúen como focos de irradiación de la puesta en valor, de

modo que, de forma paulatina, los diferentes focos puedan articularse en una red de actuaciones que vayan abarcando la ciudad.

Los espacios públicos y naturales, con altos valores históricos y paisajísticos, están llamados a ser los dinamizadores claves para el rescate. Debemos convencernos que el espacio público no es lo residual, tampoco una forma de apropiación y menos un lugar donde se enajena la libertad.

Intervenir en espacios públicos de la ciudad con grandes cualidades patrimoniales es una estrategia factible en el actual escenario, pues además de aportar beneficios a la comunidad y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas, permite canalizar y controlar la visita de turistas, al brindar un servicio satisfactorio que generen recursos por impuestos que permitan enfrentar la recuperación de otras zonas de la ciudad.

2.3 Inventarización de los atractivos patrimoniales de la Plaza de La Vigía

Este inventario se puede confeccionar a partir de la revisión documental ofrecida por varios trabajadores de la Oficina de Patrimonio, ubicada en la Plaza de La Vigía, donde en las fichas de cada construcción se encuentra información como: el año de construcción, propietarios, grado de protección, entre otras. Además se cuenta con la ayuda de la especialista de Medioambiente de la Oficina del Conservador de la ciudad de Matanzas (OCCM), Ivis Villasuso, quien brindó un documento con las informaciones anteriores, pero enfocadas en los organismos estatales dentro del conjunto urbano.

Además se prevé realizar un recorrido con el arquitecto de la Oficina del Conservador, Yasser Balceiro Rodríguez para determinar el grado de protección de las edificaciones, y destacar el estilo arquitectónico de las construcciones de la Plaza de La Vigía, cualidad que le transfiere valor al conjunto debido a que este espacio muestra la evolución arquitectónica de los inmuebles, desde su auge a mediados del siglo XIX hasta nuestros días.

Teniendo en cuenta el método OEA- CICATUR la Plaza de La Vigía es un atractivo que se sitúa dentro de la categoría de Museos y testimonios de culturas del pasado; ya que este sitio es relevante en la historia local matancera y contiene edificaciones urbanas con un sistema y estilo que no tienen aplicación desde largo tiempo atrás.

La que fue la primera Plaza de Armas de la añeja ciudad, encierra en su entorno edificaciones que en su mayoría constituyen hitos para la cotidianidad del matancero y que presentan la gran mayoría primer grado de protección patrimonial.

1- Aduana de Matanzas, 1818-1828 (Primer Grado de Protección), construida por Sagebién. Fue uno de los primeros edificios en Cuba de estilo neoclásico y una de las transformaciones más acertadas hacia el eclecticismo con su ampliación-remodelación, obra de W. Armitage terminada en 1911. En la actualidad es la sede del Gobierno Municipal de Matanzas y de la Oficina del Conservador de la Ciudad.

2- Palacete de la familia Junco, 1835-1847 (Segundo Grado de Protección), actual Museo Provincial desde 1980. Inmueble restaurado en 1979 por el arquitecto Daniel Taboada Espiniella.

El Museo es un exponente del estilo neoclásico de la época, vanguardia en estilos constructivos. Se caracteriza por la combinación del diseño clásico romano con nuevas técnicas. De forma general, los pilares sobre los que se desarrolló este movimiento fue el concepto de belleza basado en la pureza de las líneas arquitectónicas y la simetría. El gusto por la sencillez ante la ofensiva del barroco y el rococó con un predominio de lo arquitectónico sobre lo decorativo.

En la arquitectura del Museo Palacio de Junco resaltan las columnas con sus capiteles y frontones, los grandes arcos de medio punto y la inmensidad de la construcción de dos plantas, demostrando el esplendor del momento.

El edificio perteneció a uno de los más ricos propietarios de Matanzas: Don Vicente del Junco y Sardiñas. Dueño de grandes extensiones de tierra, de ingenios azucareros y negros esclavos. Su familia ocupó el inmueble hasta el año 1970 cuando pasa al gobierno revolucionario por la situación constructiva del lugar.

En la actualidad posee 19 salas de exposición, una de ellas con la muestra transitoria de acuerdo a diversas temáticas e intereses, otra ubicada en el antiguo cuartel Goicuría, hoy escuela primaria y el resto lo conforman las salas con exposiciones permanentes. En su interior se recorre la historia de Matanzas desde los primeros habitantes, los aborígenes hasta 1959.

El próximo seis de septiembre el museo cumple 52 años de creado con ese fin social. En estos momentos la instalación se encuentra en reparación capital según confirmó su directora Lourdes Nuñez Mena que se realizará por etapas.

3- Teatro Esteban (Sauto), 1863 (Primer Grado de Protección), declarado Monumento Nacional, joya de la arquitectura matancera, presenta condiciones acústicas excepcionales. Inaugurado en 1863 y diseñado por Dall'Aglio, es la edificación más relevante de su entorno. Con sus 4 fachadas de sobria elegancia, es considerado el edificio neoclásico más significativo de América latina. Fue restaurado en 1966 por el arquitecto Daniel Taboada Espiniella.

Su construcción, de estilo neoclásico, se debió al empeño del destacado farmacéutico Ambrosio de la Concepción Sauto y Noda y se caracteriza por una magnífica acústica. La historia de este coliseo es la del esplendor económico y cultural que vivió Matanzas como resultado del boom azucarero del siglo XIX, que atrajo a sus campos cuantiosas inversiones en plantaciones e ingenios, y le permitió amasar en sus mansiones impresionantes fortunas. Este teatro es considerado uno de los más importantes de la nación y por sus tablas han pasado renombradas figuras del teatro, la danza y la música desde su fundación el 6 de abril de 1863, cuando ostentaba su primer nombre que fue Teatro Esteban, en honor al gobernador Pedro Esteban y Arranz

En septiembre de 1959, esta institución pasó a ser propiedad del pueblo cubano y en 1978 fue declarado Monumento Nacional. El Sauto es subsele permanente además de los Festivales Internacionales de Ballet, Guitarra, Boleros de Oro, y Música Contemporánea. Cada año, ofrece temporadas del Ballet Nacional de Cuba y la Ópera Nacional.

4- Edificio de La Vigía, 1880-1887 (Primer Grado de Protección), de estilo ecléctico, cuenta con un espléndido soportal y arcadas. Actualmente es una edificación polifuncional que posee viviendas, cafetería, centro nocturno y oficinas vinculadas al Patrimonio.

5- Cuartel de Bomberos, 1897-1900 (Primer Grado de Protección), última intervención constructiva ejecutada en la Plaza de La Vigía. Es un edificio realizado con un frontón triangular sostenido por columnas, a modo de templete. Además de funcionar aún como Cuartel, es el Museo de Bomberos de Matanzas, único en el país por la riqueza de sus colecciones y por la singularidad de ser un museo interactivo desde 1998.

Inspirado en la arquitectura neoclásica, el Cuartel de Bomberos de Matanzas es uno de los edificios más atractivos de su tipología en Cuba. Fabricado en cantería por el Ingeniero Bernardo de Granda y Calleja (ciertas fuentes mencionan también al Arquitecto Giordano Casas), el inmueble es considerado un exponente de la arquitectura militar², posee una única planta, en cuyo interior se albergan los equipados carros modernos y donde se inauguró, en 1998, un pequeño museo que exhibe pertenencias de la agrupación en distintas etapas de su historia.

Las piezas principales de este “museo vivo” son las mencionadas bombas de vapor “Matanzas” y “Cuba”, además de la llamada “La Caridad”, perteneciente al Cuerpo de Bomberos del Comercio de Unión de Reyes, de patente inglesa e introducida en el país en 1894. La institución, primera de su género en Cuba atesora cientos de piezas museables, entre objetos y documentos pertenecientes a las distintas etapas de su historia y algunos autores afirman que durante las labores de restauración efectuadas en 1997 se hallaron pasadizos y túneles que al parecer se construyeron con el propósito de comunicar, por vía subterránea, el cuartel y la Aduana (desde 1912 Palacio de Justicia).

En la misma área convive desde 1998, el Museo de esta humana especialidad. De ahí que el valor de la institución sea mayor y la convierta en la única de su tipo en el país que alterna las páginas de la historia con el ejercicio cotidiano de salvar vidas humanas. La fachada del cuartel impresiona por su majestuosidad. Como eje visual se destacan las cuatro pilastras de orden jónico, sobre las cuales descansa un frontón que porta los símbolos de identifican a estos cuerpos de auxilio y salvamento. Conformado por tres grandes naves, la central posee además un número igual de ventanas. Dos de ellas poseen arcos que rematan en esas lucetas de exquisito gusto, que llegaron a erigirse en un distintivo de la arquitectura colonial cubana, tanto por su uso decorativo, como por su función de propiciar mayor iluminación a los interiores. Algunos visitantes europeos han comparado el frente de la edificación con ciertos exponentes de la arquitectura inglesa. Para los matanceros es motivo de orgullo, conjuntamente con las construcciones aledañas que hacen de esta primitiva plaza un tesoro del patrimonio tangible

Otras edificaciones en las proximidades

Se pueden encontrar, además, en las proximidades de la Plaza (a distancias peatonales menores de 250 metros), atractivos singulares de la ciudad como son las Casas-almacenes

de la calle Río de la primera mitad del siglo XIX, uno de los conjuntos arquitectónicos más notables del país, viviendas de ilustres personajes matanceros como la Casa de Ambrosio Sauto (1855-1859), de José Jacinto Milanés (1825-1830), de José Manuel Ximeno Fuentes y Dolores “Lola” María. Existen otras tipologías de relevancia arquitectónica como la Casa Comercial de Bea y Compañía (1868), una de las estructuras más notables de la ciudad. Construido en la segunda mitad del siglo XIX, es un majestuoso edificio de tres plantas con fachada a tres calles que exhiben una correcta composición arquitectónica. Su proyecto es adjudicado al arquitecto Pedro Celestino del Pandal.

Muy cercano a la Plaza, se desarrollan algunos de los más simbólicos puentes de la ciudad. Los puentes para Matanzas son testimonios indisolubles de su imagen e identidad, llegando a constituir hitos significativos de su memoria viva tangible e intangible. Los más cercanos (distancias peatonales menores de 200 metros) son: el Puente de la Concordia (1878), el Gral. Calixto García Íñiguez (conocido como puente de Tirry, 1899), el puente ferroviario de Hierro sobre el río Yumurí (1904) y el Giratorio sobre el río San Juan (1904), catalogado como una de las obras más notables de la ingeniería cubana, único de su tipo en el país. Todos realizados con estructura metálica, constituyen obras maestras de ingeniería de la época y presentan en la actualidad, Primer Grado de Protección Patrimonial.

2.3.1 Inventario de los alojamientos turísticos que tienen la ZPC

Este inventario es realizado por la autora recorriendo toda la ZPC en busca de los alojamientos. En el caso de los estatales se ubica el Hotel Velasco (17 habitaciones) y del Hotel Louvre, el cual se encuentra en proceso de restauración y con la propuesta de construir 28 habitaciones; se hizo un enfoque en los establecimientos no estatales de alojamiento, ya que no se conocía con anterioridad la cifra exacta de los mismos. Para reconocer dichos alojamientos se verificó el símbolo con que deben contar las casas que ofertan estos servicios. Se diferenció entre los que cobran sus servicios en divisas y en moneda nacional, prestando toda la atención en los primeros, pues presentan mejores disponibilidades para sus clientes.

Luego de este levantamiento con respaldo gráfico a través de las fotos que tomó la autora, prosiguió la búsqueda de los principales alojamientos no estatales que estuviesen bien posicionados entre el público en las redes sociales. Se encontraron un total de 26 alojamientos.

2.4 Aplicación del índice de atractividad a la Plaza de La Vigía

El instrumento para la obtención de información sobre el nivel de atracción del conjunto urbano Plaza de La Vigía se le aplicó a un equipo conformado por 7 expertos, todos relacionados directamente con el área de estudio, a continuación se muestra los nombres y su especialidad (los números de la **tabla 2.1** se corresponden con estos nombres):

- 1- Frank Huerta (Ambientalista)
- 2- Leonel Pérez (Conservador)
- 3- Exilio Vento (Historiador)
- 4- Mario Luis Moreno (Subdirector de la Oficina del Conservador)
- 5- Diwaldo García (Arquitecto)
- 6- Ivis Villasuso (Ambientalista)
- 7- Yasser Balceiro (Arquitecto)

A continuación se muestran las puntuaciones del instrumento según el criterio de los expertos.

Tabla 2.1. Resultados de las puntuaciones del instrumento aplicado para la medición del índice de atractividad

Atributos	1	2	3	4	5	6	7	Promedio de cada atributo
Accesibilidad desde otros puntos de la ciudad y desde fuera de la misma	30	30	30	30	30	30	30	30
Estado de las vías; señalización vial y de tránsito	10	10	10	10	10	10	6	10
Disponibilidad de parqueos	10	6	6	10	6	6	-10	7,3
Tiempos de desplazamiento entre unidades del conjunto	30	30	30	30	30	30	30	30
Facilidades y seguridad para el desplazamiento peatonal	30	15	15	30	10	15	15	20
Cercanía, transición y posibilidades de integración con otros conjuntos urbanos	30	30	30	30	30	30	30	30
Valores patrimoniales	30	30	30	30	30	30	30	30
Presencia de barreras arquitectónicas	30	10	10	30	10	10	15	16,4
Integridad, nivel de conservación de las edificaciones del conjunto	15	10	15	15	10	15	10	12,9
Calidad de la infraestructura urbana	10	10	10	10	10	10	10	10
Calidad ambiental	15	15	15	10	15	15	15	14,3

Capacidad potencial para desarrollar el alojamiento	10	30	30	10	30	30	30	23,3
Capacidad para desarrollar servicios complementarios	30	30	30	30	30	15	30	30
Capacidad para desarrollar manifestaciones artísticas y culturales	30	30	30	30	10	30	30	30
Presencia de valores históricos-sociales	30	30	30	30	30	15	30	30
Valores de las visuales paisajísticas	30	30	30	10	30	30	30	30
Presencia de recursos turísticos potenciales	30	30	30	30	30	30	30	30
Presencia y/o posibilidad de desarrollar Proyectos comunitarios	30	30	30	30	30	30	30	30
Interés de la comunidad y los actores en desarrollar el ocio y el turismo en el Conjunto Urbano	30	30	15	30	30	15	30	25,7
Sensibilización de los residentes con la protección de los valores patrimoniales	10	10	6	10	10	6	15	9,6
Originalidad, autenticidad	30	30	30	30	30	30	30	30
Capacidad de los recursos patrimoniales para ser interpretados	15	30	30	15	30	30	30	25,7
Seguridad	30	30	30	30	30	15	30	30
Higiene y servicios médicos	15	30	30	15	30	30	10	22,9
Grado de dificultad para la puesta en valor	10	10	15	10	10	15	15	12,1
PROMEDIO-Base 25	21,60	22,64	21,48	20,8	21,84	20,48	21,88	22,6

Fuente: Elaboración propia

El índice de atraktividad ubica a la Plaza de La Vigía como un atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes. A partir de un análisis de las puntuaciones obtenidas por atributo y su promedio se pueden interpretar con mejor coherencia y precisión los elementos más relevantes y de menor significación para su atractivo.

Según los expertos los atributos de más peso de la Plaza son: la seguridad que ostenta la misma, la autenticidad y originalidad de sus edificaciones, la capacidad que tiene para desarrollar servicios complementarios, entre ellas manifestaciones artísticas, culturales y potencialidad para desarrollar proyectos comunitarios, el tiempo de desplazamiento entre las unidades del conjunto urbano, la presencia de valores históricos y sociales, los visuales paisajísticos, la presencia de recursos turísticos potenciales, la accesibilidad desde otros puntos de la ciudad y desde fuera de la misma; la cercanía, transición y posibilidades de integración con otros conjuntos urbanos y por último sus valores patrimoniales.

Por otro lado se considera que la poca sensibilidad de los residentes con la conservación y protección de los valores patrimoniales; así como la reducida disponibilidad de parqueos son

de los atributos que dan poco valor de atraktividad a la Plaza. Resalta además con bajo criterio de especialista la mala calidad de la infraestructura de las edificaciones con que cuenta la Plaza y el estado de las vías y su señalización. Es importante también decir que consideran que existe un grado dificultad para la puesta en valor, fundamentado por el grado de deterioro que presentan sus construcciones.

2.5 Plan de acciones para incrementar el atractivo turístico de la Plaza de La Vigía en la Ciudad de Matanzas

Para la identificación de las acciones se tuvieron en cuenta los atributos y factores analizados en el capítulo I que define la bibliografía especializada que influyen sustancialmente en el incremento de la atraktividad. En la **tabla 2.2** se muestra el plan de acciones para el incremento del atractivo turístico de la Plaza de La Vigía.

Tabla 2.2. Plan de Acciones para el incremento del atractivo turístico de la Plaza de La Vigía

Objetivos	Acciones	Responsable	Fecha de Cumplimiento
a) Desarrollar en cada una de las edificaciones de la Plaza un programa cultural auténtico que permita al visitante asimilar, interpretar y disfrutar al máximo de los valores particulares de las mismas.	- Visitar todas las edificaciones culturales a partir del programa elaborado para conocer su arquitectura y su historia	Directores de cada una de las instituciones que comprende la Plaza	Julio-octubre (Aniversario 325)
b) Estimular la participación de actores y fuentes de financiamiento, para proyectos de conservación de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial.	- Buscar y valorar las experiencias alcanzadas en otras Plazas del país - Desarrollar un taller sobre las diferentes fuentes de financiamiento - Obtener créditos bancarios en cuc y cup	Departamento de Gestión Turística de la Oficina del Conservador en conjunto con la Universidad de Matanzas	Trimestral a partir de noviembre-2018
c) Crear un sistema de	- Desarrollar un esquema de	Oficina del	Mensualmente

<p>autogestión o establecer fondos internos que se ocupen de concentrar el aporte de la actividad comercial de las edificaciones para establecer un programa de conservación y mantenimiento de las mismas.</p>	<p>autofinanciamiento local a partir de las utilidades que se van obteniendo, para iniciar nuevos proyectos.</p>	<p>Conservador de la Ciudad, Gobierno Local</p>
<p>d) Involucrar a todos los actores: Gobierno, Universidad de Matanzas, Instituciones Estatales (MINTUR), servicios privados y comunidad para establecer alianzas asociaciones e integración a redes de colaboración que permitan incrementar la eficiencia de cualquier iniciativa</p>	<p>- Definir quiénes son los actores claves y grupos de interés. - Realizar mesas de trabajo con los actores claves para desarrollar un plan de gestión turístico cultural - Formular y presentar la propuesta del plan de gestión al finalizar las mesas de trabajo.</p>	<p>Grupos de interés dirigidos por el Departamento de Gestión Turística de la Oficina del Conservador de la Ciudad.</p>
<p>e) Promover la existencia de alojamiento con visuales a la Plaza, que al mismo tiempo se relacionen con su contenido cultural</p>	<p>- Rescatar el edificio que cierra la plaza en la intercepción de Magdalena y Milanés (Ver Anexo 5), y su transformación en un hotel de ciudad con excelentes visuales de toda la urbe (a 360° desde su terraza) y particularmente hacia la Plaza, brindando una perspectiva diferente y poco frecuente del sitio y sus elementos arquitectónicos más importantes.</p>	<p>Departamento de Plan Maestro de la Oficina del Conservador de la Ciudad</p>

Esta edificación ofrece una mirada diversa de la Plaza y su relación con otros puntos urbanos relevantes, permite acercarse de manera didáctica a las maravillosas estructuras que conforman el paisaje urbano matancero, redescubriendo la estrecha relación de todos los componentes naturales que propiciaron la selección del emplazamiento y su respuesta urbana fundacional **(Ver Anexo 6)**

- Construir nueva edificación en la intersección de Magdalena y Río, cerrando el perfil de la Plaza, frente donde una vez estuvo el Hotel Río Mar con visuales al río.

Realizar actividades educativas para capacitar a la población residente en el conocimiento y cuidado de los valores patrimoniales	- Diseñar y ejecutar un programa para capacitar a la población como promotores turísticos culturales	Departamento de Promoción Turística	Mensual
Diseñar un plan de marketing turístico, a través de las redes sociales e internet para la comunicación, que incluya campañas de divulgación del valor del patrimonio cultural de la Plaza de La Vigía con el fin de lanzar la oferta a nivel internacional.	- Crear un portal turístico con los tours y paquetes turísticos, que contenga los productos periféricos de estos bienes patrimoniales; información, facturación, consultas, tarifas, promoción de ventas y reservación. -Definir correctamente la información a comunicar y	Departamento de Informática y Audiovisuales y el Departamento de Gestión Turística de la Oficina del Conservador	Octubre 2019

	<p>promocionar de cada bien patrimonial con los productos periféricos que oferta.</p> <p>- Editar videos de las experiencias culturales que se ofertan</p> <p>- Crear espacios en twitter; instagram; facebook y cargar los videos.</p>	de la Ciudad	
f) Conectar la Plaza de La Vigía con paquetes y circuitos turísticos.	<p>- Definir varios circuitos turísticos que contemplen la visita a varios de estos bienes patrimoniales como productos complementarios de otros paquetes turísticos en la ciudad de Matanzas</p> <p>- Realizar mesas de trabajo con las agencias de viajes y demás entidades del MINTUR relacionadas</p>	Representante s de Agencias de Viajes y demás organismos del MINTUR en conjunto con la Oficina del Conservador	octubre 2019
Desarrollar actividades comunitarias	- Interacción con las escuelas primarias y con los círculos de abuelo cercanos al Centro Histórico.	Departamento de Socioculturales de la Oficina del Conservador de la Ciudad	Octubre 2018
- Vincular el diseño gráfico en la plaza que oriente a todos los grupos de interés con una programación de todas las actividades.	<p>- Usar señalética informativa, anuncios publicitarios, carteles</p> <p>- Seleccionar un correcto mobiliario urbano que resuelva la necesidad de zonas de descanso confortables para los visitantes.</p>	Departamento de Plan Maestro de la Oficina del conservador dela Ciudad	Octubre 2019

Garantizar la vida nocturna de la plaza	<ul style="list-style-type: none"> - Confeccionar un proyecto de iluminación nocturna para la Plaza y sus edificios - Establecer horarios nocturnos para los servicios gastronómicos y culturales existentes 	Oficina del Conservador de la Ciudad	Octubre 2018
Incorporación de actividades culturales y comerciales	<ul style="list-style-type: none"> - Propiciar manifestaciones como teatro callejero, conciertos, pasacalles y otros - Incorporar la Plaza como escenario urbano para exponer obras de la Bienal de La Habana - Incentivar ferias artesanales, desfiles de modas - Utilizar la Plaza como un espacio para la Feria del Libro 	Ministerio de Cultura Provincial, Escuela de Arte	Octubre 2018
Analizar la vialidad y los parqueos, así como las vías de accesibilidad a la Plaza	<ul style="list-style-type: none"> - Destinar áreas yermas para asumir capacidad de parqueo - Estudiar la posibilidad de incorporar edificios de parqueos de varios niveles 	Oficina del conservador de la Ciudad, la EMPAI y la Empresa de Vialidad y Tránsito	Octubre 2020
Incentivar a nivel nacional el crucerismo en la Bahía de Matanzas	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un proyecto urbano para conectar la plaza desde el punto de vista peatonal con la Bahía - Construir zonas seguras de parqueo de ómnibus turísticos en el entorno de la Plaza 	Ministerio del Transporte, Oficina del conservador de la Ciudad y la EMPAI	Octubre 2020

Fuente: Elaboración propia

Es importante mencionar que cada una de estas actividades lleva un presupuesto, pero esta investigación no tiene ese alcance por lo que se deja como recomendación.

2.5.1 Acciones urbanísticas y arquitectónicas para la puesta en valor de la Plaza de La Vigía.

En la Plaza se concentran algunos de los museos más representativos de la ciudad, la galería de arte más importante, el principal teatro y la única editorial que confecciona manualmente sus ejemplares en el territorio. Además, están en proceso de incorporación dos nuevas funciones relevantes que aportan y fortalecen la diversidad de servicios.

Lograr espacios públicos a la altura de la Plaza y su entorno, con los atractivos suficientes para ofrecer al turista un mayor número de actividades que lo retengan más tiempo en el sitio, que posibilite concentrar los gastos del turista y generar empleos, es una opción más oportuna en el panorama actual de la ciudad, en vez de ofrecerle al visitante recorridos por un mayor número de sitios o atractivos en menos tiempo.

Pavimentación

Rescatar el pavimento tradicional de la Plaza oculto bajo varias capas de asfalto. De esta manera el adoquín debe ser el material predominante en toda la superficie peatonalizada, que se combinará con un material contemporáneo (terrazo integral o adocreto, dos soluciones opuestas que pueden generar o no contrastes de color y textura), mediante una retícula ortogonal modular que conectará toda la superficie de la Plaza, incluyendo las zonas que queden aisladas, utilizando los mismos ejes.

Elementos que definen el diseño

- La configuración en planta del parque frente al edificio de La Vigía desaparece, es decir, la delimitación actual que presenta como frontera de la vialidad adyacente, diluye su forma en la nueva superficie de plaza.
- Teniendo en cuenta la irregularidad de la Plaza, se propone crear un eje de equilibrio fundamental que organiza el espacio y le devuelve una regularidad que de antemano imponen los estilos de la arquitectura circundante. De esta forma el eje propuesto integra todos los elementos del paisaje urbano que se proponen incluir y reordenar, como el espacio verde frente al edificio de la Vigía, esculturas urbanas de gran formato y obras

planas en el pavimento, espejo de agua, etc. Todos estos elementos quedan dispuestos sobre el eje, que atraviesa la Plaza de norte a sur.

Vegetación

- Se propone incentivar el uso de la vegetación en el espacio, reordenando zonas existentes e incorporando otras según el trazado propuesto.
- Se respeta en la nueva estructura de la Plaza el área arbolada frente a la Vigía con las características tradicionales de parque con que los matanceros la reconocen desde hace algún tiempo. Es necesario reconfigurarla de tal forma que se integre al eje fundamental norte-sur que articula la plaza.
- Con la reducción de la sección vial la acera sur del teatro puede aumentar su dimensión transversal e incluir áreas de parterre para incorporar el arbolado siguiendo el patrón de la retícula del pavimento. Esta solución de incorporar parterre con arbolado en forma de parches verdes, se propone solo para la fachada sur del Teatro, cuyo recorrido peatonal por la acera se encuentra sobreexposto al asoleamiento. De esta forma la nueva vegetación puede acompañar el recorrido desde el parque trasero del Teatro hasta la zona principal de la Plaza, a la vez que protege los accesos laterales de la edificación.
- En el caso de la acera norte, no es necesario, por la protección que ofrece el propio Teatro, proyectando sombra la mayor parte del día.
- Zonas de similar tratamiento se produce en la franja peatonal este-oeste que se genera aislada de la Plaza por la continuidad de la calle Milanés, donde también se propone la presencia del arbolado, generando un recorrido peatonal con características de Paseo.
- Se propone además insertar arbolado frente al restaurante “Café Atenas” (existe hoy una jardinería muy baja y descuidada) con el objetivo de proyectar un área de servicio hacia el espacio público e incluir una zona de mesas.

Mobiliario

- El mobiliario se propone para las zonas arboladas, quedando de esta manera el área fundamental de la Plaza (frente al Teatro) despejada de mobiliario (solamente las esculturas urbanas, el espejo de agua o fuente). Como parte del concepto se intenta propiciar el uso de la escalinata del antiguo Palacio de Justicia, hoy Oficina del

Conservador, como una tribuna-teatro hacia el espacio público, de tal forma que asuma la necesidad de mobiliario de descanso en esa área, quedando en el plano de fondo como protagonista la fachada neoclásica del Teatro Sauto.

Continuidad al Paseo de la Calle del Medio

- Consideramos que no es necesario insertar la trama de la Plaza en el interior de la vía como estrategia de diseño para lograr continuidad. Mucho menos intentar lograr una jerarquía del acceso con algún elemento volumétrico. La principal referencia de continuidad la aporta la propia morfología del sitio, al ser la Calle del Medio la única vía (o canal) que se inserta en la Plaza de manera directa y reconocible visualmente, no por un extremo o de manera tangencial, sino justamente en el centro del espacio. Otro elemento de integridad lo aporta el pavimento adoquinado recuperado también en la Calle Medio y que se encuentra en perfecto estado. Esta textura de la piedra armoniza perfectamente con el adoquín de la plaza, por tanto se puede prescindir de los paños o franjas de terrazo que, si se introdujeran en el Paseo generarían conflictos de escala y proporciones, teniendo en cuenta la estrechez de la vía. Por tanto es recomendable interrumpir la solución de pavimentación de la Plaza en el elemento pétreo o cantón existente en el origen de la calle y que es tan valioso como el propio adoquinado rescatado.

2.6 Conclusiones parciales

1- La Plaza de La Vigía es el conjunto urbano más importante de la ciudad de Matanzas desde el punto de vista de sus valores urbanos, patrimoniales y paisajísticos. Posee una gran carga cultural y en su entorno se concentran edificaciones de gran importancia.

2- La Aduana de Matanzas, el Museo Palacio de Junco, el Teatro Sauto, el edificio de La Vigía y el Cuartel de Bombero son algunas de las edificaciones de primer grado de protección con que cuenta la Plaza de La Vigía

3- El instrumento elaborado para el cálculo del índice de atraktividad se aplicó a 7 expertos, obteniéndose un índice de 22,6 que ubica a la Plaza como un destino de excepcional atraktividad.

4- Se elaboró un plan de acciones que responden al incremento de la atraktividad de la Plaza, el mismo vincula a todos los grupos de interés y tiene en cuenta una serie de estrategias que le aportan valor a los destinos turísticos.

Conclusiones Generales

- 1- La literatura especializada tiene en cuenta numerosos factores como referencia y contextualización del conjunto patrimonial, inventarización, valoración de la capacidad de atracción, el índice de atraktividad; así como un conjunto de atributos que influyen sustancialmente en la atraktividad turística.
- 2- El índice de atraktividad ubica a la Plaza de La Vigía como un atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional y nacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes.
- 3- Se elabora un plan de acciones como una estrategia a corto y mediano plazo que responden a 15 objetivos e implican a todos los grupos de interés para lograr un incremento de la atraktividad de la Plaza de La Vigía de la ciudad de Matanzas.

Recomendaciones

- 1- Perfeccionar el procedimiento para la obtención del índice de atractividad y sus intervalos, a su vez valorar la agrupación de los atributos por dimensiones.
- 2- Calcular el presupuesto necesario para el logro de cada una de las acciones e incluirlos en el plan.
- 3- Aplicar el índice de atractividad a otros conjuntos urbanos de la provincia y del país.

Bibliografía

- Acerenza, M. A. (1984). *Administración del turismo. Conceptualización y Organización*. (Vol. 1). México, Trillas.
- Arjona Pérez, M. (2003). *Patrimonio Cultural e Identidad*. La Habana: Ediciones Boloña.
- Boullón, R. C. (1985). *Planificación del espacio turístico* E. Trillas (Ed.) (pp. 250).
- Colomer, J. (2013). Manual Atalaya de Apoyo a la Gestión Cultural. Estrategias para el desarrollo de públicos culturales.
- Conti, A., Charne, U., Moscoso, F. V., Comparato, G. J., Cassani, M. J., Avalís, V. S., & Clara, R. A. (2013). Evaluación de atractivos para la identificación de nuevos productos turísticos. Caso de estudio: región Capital de la provincia de Buenos Aires., 18.
- Cortés Puya, T. (2002). *Recuperación del patrimonio cultural urbano como recurso turístico*. (Doctor), Universidad Complutense de Madrid.
- Cuba, S. C. d. P. C. d. (2017). *Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución*. La Habana, CUba.
- de Alcântara Bittencourt César, P. (2010). Planificación turística en áreas urbanas. La implementación del turismo cultural en el centro de São Paulo, Brasil. 18. www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n5/v19n5a08.pdf
- de Freitas Coelho, M., & de Sevilha Gosling, M. (2017). Factores de atractividad turística percibida. Impactos en la reputación del destino y en la intención de recomendarlo a través de Internet. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 26, 22.
- di Bella, G. (1991). *Introducción al Turismo*. México, Trillas
- Domínguez Machuca, J. A., García González, S., Ruíz Jiménez, A., Domínguez Machuca, M. A., & Álvarez Gil, M. J. (1995). *Dirección de operaciones. Aspectos tácticos y operativos en la producción y los servicios*. Madrid. España: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Fernandes Campos, D. (2015). Factores de atractividad y calidad de los servicios turísticos en el destino Pipa Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 205 – 221
- Glosario. net. (2018). from [www.glosario.net/](http://www.glosario.net/arte-y-arquitectura.glosario.net/construccion-y.../conjunto-urbano-6818.html) arte-y-arquitectura.glosario.net/construccion-y.../conjunto-urbano-6818.html
- Iranzo García, E. (2010). Identificación, evaluación y puesta en valor de un patrimonio hidráulico singular: las galerías drenantes de la Cuenca de Júcar. *Investigaciones Geográficas*, 53, 20.
- Labrada, C. J. C. y. F. d. I. Á. M. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35, 20.
- Larramendi, A. G. S. y. J. (2009). *Matanzas La Atenas de Cuba* E. Polymita (Ed.) (pp. 328).
- Leal, A., & Quero, M. (2011). Manual de Marketing y Comunicación cultural.

- Maderuelo, J. (2010). El paisaje urbano. *Estudios Geográficos*, 71, 575-600. doi: 10.3989/estgeogr.201019
- Miguel Ángel Troitiño Vinuesa, L. T. T. (2016). Patrimonio y turismo: reflexión teórico-conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España). *Scripta Nova*, 20, 45.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: CONCEPTUALIZACIÓN, clasificación Y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 35, 24.
- OMT, O. M. d. T. (2017). Red de Turismo Urbano de la Organización Mundial del Turismo (OMT) Plan de Acción (pp. 44).
- Parreño, J., & Ruiz, E. (2013). Dirección de Marketing: variables comerciales.
- Pérez Bustamante, L., & Parra Ponce, C. (2004). Paisajes culturales: El parque patrimonial como instrumento de revalorización y revitalización del territorio. *Theoria*, 13, 16.
- Pérez, E. (2000). Paisaje urbano en nuestras ciudades. *Bitácora Urbano Territorial*, 4, 33-37.
- Pollán Socorro, Y. (2010). *Diagnóstico del patrimonio cultural intangible para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Matanzas*. (Máster), Universidad de Matanzas, Matanzas.
- Recondo Pérez, R. F., Alfonso Risco, M., & Gutiérrez Lau, Y. (2008). Rehabilitación de centros históricos en la provincia de Matanzas. Ilustraciones para un rescate integral del patrimonio. Caso de estudio: San Carlos y San Severino de Matanzas. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*, 2, 27.
- Ruiz, R. (2003). *Retrato de ciudad* (Matanzas ed.).
- Socorro, Y. P. (2010). *Diagnóstico del patrimonio cultural intangible para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Matanzas*. (Máster), Universidad de Matanzas, Matanzas.
- Teresa Sosa Barrios, Z. (2017). *Plan de interpretación del patrimonio cultural. Propuesta para la Capilla de Piedra en san Rafael de MAcuchés y la obra de Juan Félix*. (Tesis en opción del grado de Márter en Gestión Turística), Venezuela.
- Tresserras, J. J. (2003). Patrimonio, turismo y desarrollo local: situación y perspectivas. 27. www.gestioncultural.org
- UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. y. I. C. (2012). Actas de la Conferencia General. Resoluciones (36 ed., pp. 218). París, Francia.
- Venegas Ruiz, M. (2016). *Acciones para el mejoramiento de la puesta en valor como producto turístico de los recursos patrimoniales del casco histórico de la ciudad de mérida, estado mérida*. (Tesis en opción del título de máster en Gestión Turística).
- Wallingre, N., & Toyos, M. (Eds.). (2010). Buenos Aires.

Anexos

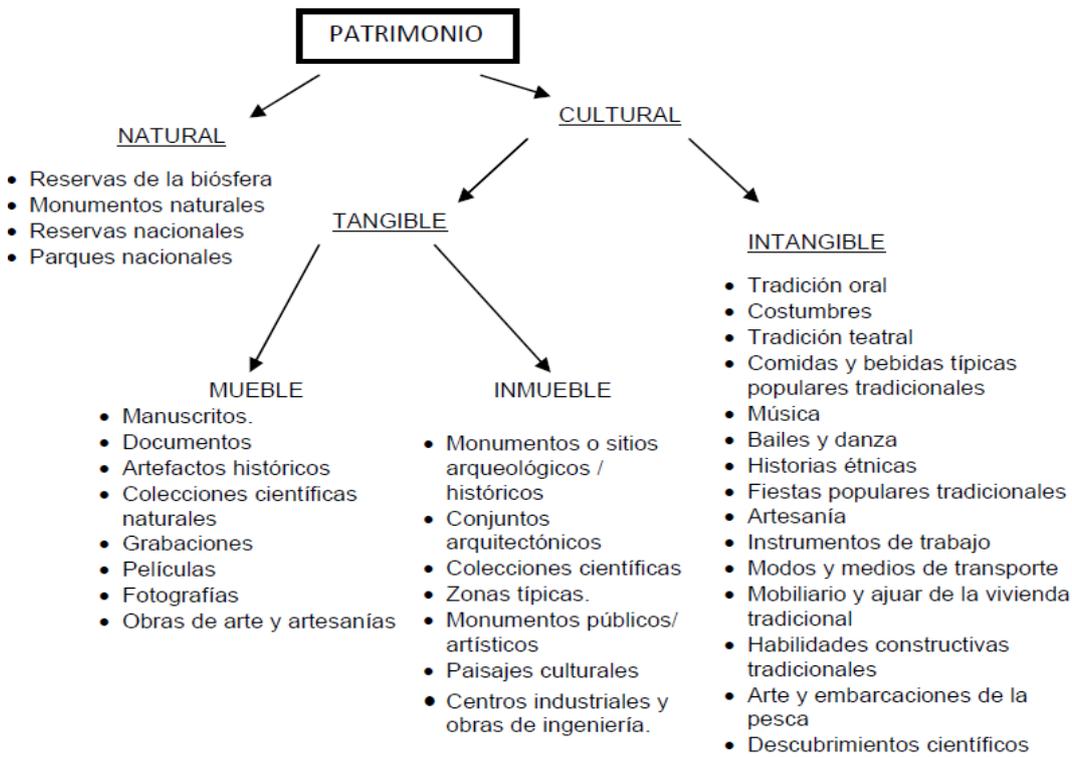
Anexo 1 Atributos a tener en cuenta para la valorización de la atraktividad

1. Accesibilidad: señalización en los caminos, disponibilidad de medios de transporte para llegar al lugar, distancia del aeropuerto/autovía/puerto.
2. Acceso a las atracciones turísticas: facilidad de desplazamiento, transporte, señalización de las atracciones.
3. Seguridad local: policía, sensación de seguridad al andar por las calles, índice de criminalidad.
4. Disponibilidad de servicios y equipamientos de salud: conjunto de establecimientos destinados a prestar servicios preventivos/asistencia del área de salud, puestos de salud, hospitales, ambulancias, farmacias, clínicas.
5. Sistema de comunicación: conjunto de medios disponibles para ser utilizados por la población residente y los visitantes como señal de telefonía móvil y fija, acceso a internet, correos.
6. Disponibilidad de hoteles, restaurantes y entretenimiento.
7. Agradabilidad del clima: condiciones meteorológicas - temperatura, presión, vientos, humedad y lluvias.
8. Tranquilidad y calma en el lugar: Disponibilidad de ambientes volcados al descanso.
9. Fama del destino: Reputación, propaganda, status del destino.
10. Lucha contra la prostitución y el turismo sexual: acciones que combatan la prostitución y el turismo sexual.
11. Variedad y belleza de las atracciones naturales: diversidad de atracciones naturales - acantilados, playas, lagunas, reservas naturales, sitios ecológicos, fauna.
12. Limpieza y mantenimiento de los espacios públicos: limpieza y mantenimiento de calles, plazas, playas.
13. Preservación de las atracciones naturales: acantilados, playas, lagunas, reservas naturales, sitios ecológicos, fauna. 14. Disponibilidad de equipamientos/servicios en las playas: disponibilidad de baños públicos, rampas, escaleras, alquiler de sillas en las playas del destino.
15. Diversidad cultural de los frequentadores: posibilidad de interacción con personas de diferentes culturas y países.
16. Diversidad en la oferta de paseos turísticos y actividades de ocio.
17. Disponibilidad de festivales estacionales: oferta de eventos gastronómicos, musicales, literarios.
18. Disponibilidad de variedad de restaurantes y bares: diversidad en las especialidades: italiano, regional, frutos de mar, vegetariano, entre otros.
19. Variedad en la oferta de hospedaje: variedad de establecimientos destinados a la prestación de servicios de hospedaje: hoteles, posadas, albergues, camping, resorts.

20. Agradabilidad del hospedaje: arquitectura, diseño, instalaciones, limpieza, confort.
21. Agradabilidad de los establecimientos comerciales: arquitectura, diseño, instalaciones, limpieza, confort.
22. Hospitalidad de los residentes: acogimiento, cordialidad, prestancia de los habitantes.
23. Relación calidad/precio del hospedaje: costo-beneficio del valor pagado.
24. Relación calidad/precio en los restaurantes y bares: costo-beneficio del valor pagado por la comida y bebida.
25. Variedad en la oferta de establecimientos comerciales y de servicios: variedad de segmentos de tiendas en el destino turístico - ropa, accesorios, artesanías, salón de belleza, farmacia, etc.
26. Horario de funcionamiento del comercio: horario de funcionamiento del comercio local.
27. Disponibilidad de espacios públicos para paseos, caminatas y puntos de encuentro: disponibilidad de calles para peatones, plazas, orlas, parques para la población y visitantes.
28. Disponibilidad de información sobre el destino turístico para la planificación del viaje.

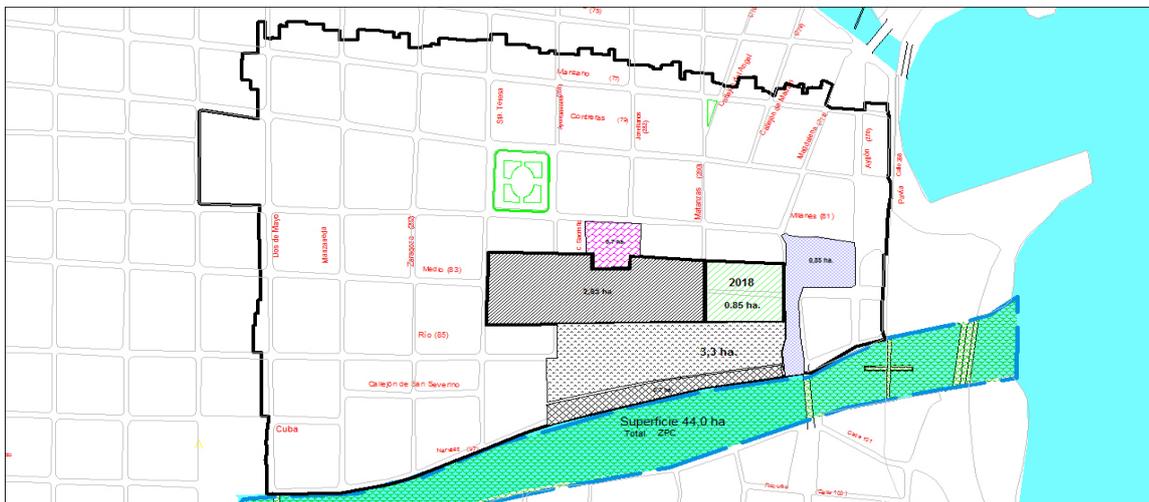
Fuente: Tomado de (Fernandes Campos, 2015)

Anexo 2. Clasificación de Patrimonio



Fuente: Tomado de (Socorro, 2010)

Anexo 3. Mapa usado para ubicar los alojamientos de la Plaza de La Vigía y su entorno.



Fuente: Mapa aportado por el arquitecto Yasser Balceiro Rodríguez de la oficina del Conservados de la Ciudad

Anexo 4. La Plaza y sus excelentes cualidades paisajísticas



Fuente: Capturada por Yasser Balceiro Rodríguez

Anexo 5. Edificio en desuso, intercepción de las Calles Magdalena y Milanés.



Fuente: Capturada por Yasser Balceiro Rodríguez

Nadima Hassan Marrero

Anexo 6. Vista del edificio en desuso a la Plaza de La Vigía



Fuente: Capturada por Yasser Balceiro Rodríguez