

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL (UCI)



“CULTURAL LIBERIA, COMO PRODUCTO TURÍSTICO QUE APORTE AL DESARROLLO SOSTENIBLE Y RESGUARDE EL PATRIMONIO CULTURAL”.

AILLEN CRISTINA OCAMPO FERNÁNDEZ

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MASTER EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE.

Liberia, Guanacaste, Costa Rica

Marzo, 2016

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

Mario A. Socatelli Porras
TUTOR

Laura Arguedas
LECTOR

Aillen Ocampo Fernández
SUSTENTANTE

DEDICATORIA

A Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, fortaleciendo mi corazón y llenándome de sabiduría, templanza, raciocinio y perseverancia. Por darme la oportunidad de crecer en conocimiento y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante este proceso.

AGRADECIMIENTOS

A mis hijos Felipe y Mariamalia; mi orgullo y motivación, quienes me impulsan a ser mejor cada día.

A Don Mario Socatelli, más que un tutor, un ejemplo de liderazgo y excelencia. Por su orientación, apoyo y motivación a realizar siempre el mayor esfuerzo.

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

| | |
|------------------------|--|
| ICT | Instituto Costarricense de Turismo |
| MCJ | Ministerio de Cultura y Juventud |
| UCADELI | Unión Cantonal de Asociaciones de Desarrollo de Liberia |
| DINADECO | Dirección Nacional de Desarrollo de las Comunidades |
| UCR | Universidad de Costa Rica |
| UNA | Universidad Nacional |
| CATURGUA | Cámara de Turismo Guanacasteca |
| CALITUR | Cámara Liberiana de Turismo |
| INA | Instituto Nacional de Aprendizaje |
| ICOMOS | Consejo Internacional de Monumentos y Sitios |
| UICN | Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza |
| CONAPACI | Comisión Nacional del Patrimonio Cultural Inmaterial |
| CST | Certificación para la Sostenibilidad Turística |
| BAE | Programa Bandera Azul Ecológica |
| BID | Banco Interamericano de Desarrollo |
| ZMT | Zona Marítima Terrestre |
| OMT | Organización Mundial del Turismo |
| SINAC | Sistema Nacional de Áreas de Conservación |
| ACG | Área de Conservación Guanacaste |
| USD | Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica |
| ICCROM | Centro Internacional de Estudios de Conservación y Restauración de Bienes Culturales |
| UNESCO | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura |
| COOPEGUANACASTE | Cooperativa de Electrificación Rural de Guanacaste R.L. |

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| HOJA DE APROBACION..... | II |
| DEDICATORIA..... | III |
| AGRADECIMIENTOS..... | IV |
| ÍNDICE DE ABREVIATURAS..... | V |
| ÍNDICE..... | VI |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | IX |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | IX |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | X |
| CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN..... | 14 |
| CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO..... | 21 |
| 1 MARCO REFERENCIAL..... | 21 |
| 2 TEORÍA DE ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS..... | 24 |
| 2.1 PATRIMONIO CULTURAL..... | 24 |
| 2.2 PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL..... | 29 |
| 2.3 PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL..... | 30 |
| 2.4 PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO..... | 33 |
| 2.5 GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL..... | 36 |
| 2.6 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MODELO TURÍSTICO DE COSTA RICA..... | 39 |
| 2.7 CAMBIOS EN EL MERCADO TURÍSTICO..... | 42 |
| CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO..... | 46 |
| 3 FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 46 |
| 3.1 FUENTES PRIMARIAS..... | 46 |
| 3.2 FUENTES SECUNDARIAS..... | 47 |
| 4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... | 48 |
| 4.1 ENCUESTA..... | 48 |
| 4.2 ENTREVISTAS..... | 49 |
| 4.3 CONVERSACIÓN INFORMAL..... | 49 |
| 4.4 OBSERVACIÓN..... | 49 |
| 4.5 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN..... | 50 |
| CAPÍTULO IV DESARROLLO DEL PROYECTO..... | 51 |
| 5 DESCRIPCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y DEL CANTÓN DE LIBERIA..... | 51 |
| 5.1 DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA DE GUANACASTE COMO DESTINO..... | 51 |
| 5.2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CANTÓN DE LIBERIA..... | 57 |
| 5.3 IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PATRIMONIO DE LA CIUDAD..... | 61 |
| 5.3.1 <i>Identificación</i> | 61 |

| | | |
|-----------|--|--------------------------------------|
| 5.3.2 | <i>Clasificación y Descripción del Patrimonio</i> | 62 |
| 5.3.2.1 | Patrimonio Cultural Material..... | 62 |
| 5.3.2.2 | Patrimonio Cultural Inmaterial | 66 |
| 5.3.2.2.1 | Fiestas Cívicas de Liberia | 69 |
| 5.3.2.2.2 | La Incorporación del Partido de Nicoya | 74 |
| 5.3.2.2.3 | La Pasada del Niño | 76 |
| 5.3.2.2.4 | Leyendas | 78 |
| 5.3.2.2.5 | Diccionario de Guanacastequismos | 82 |
| 5.3.2.2.6 | Valores Gastronómicos | ¡Error! Marcador no definido. |
| 5.3.2.3 | Otras Formas de Expresión y Saberes | 92 |
| 5.3.2.3.1 | El Boyeo y las Carretas | 95 |
| 5.3.2.3.2 | La Vida de Pueblo..... | 97 |
| 5.4 | JUSTIFICACIÓN DE SU DESARROLLO, RIESGOS Y FODA DEL PRODUCTO TURÍSTICO..... | 99 |
| 5.4.1 | <i>Justificación</i> | 99 |
| 5.4.2 | <i>Riesgos</i> | 102 |
| 5.4.3 | <i>FODA</i> | 103 |
| 6 | TOUR CULTURAL | 105 |
| 6.1 | DEFINICIÓN DEL CONCEPTO Y ATRIBUTOS DEL PRODUCTO..... | 106 |
| 6.2 | SITUACIÓN LEGAL | 107 |
| 6.3 | DISEÑO DEL TOUR CULTURAL LIBERIA | 108 |
| 6.3.1 | <i>Identificación y Caracterización de Clientes (turistas)</i> | 108 |
| 6.3.2 | <i>Requerimientos</i> | 108 |
| 6.3.3 | <i>Componentes Básicos</i> | 111 |
| 6.3.4 | <i>Elementos del Patrimonio Arquitectónico Histórico</i> | 114 |
| 7 | PLAN DE MERCADEO | 116 |
| 7.1 | CONCEPTO DEL PRODUCTO CULTURAL LIBERIA | 116 |
| 7.2 | SITUACIÓN ACTUAL..... | 118 |
| 7.3 | FACTORES CLAVES..... | 119 |
| 7.4 | ANÁLISIS DE MERCADO..... | 122 |
| 7.4.1 | <i>Mercado en General</i> | 123 |
| 7.4.2 | <i>Análisis de la Demanda del Mercado</i> | 124 |
| 7.4.3 | <i>Segmentos del Mercado</i> | 127 |
| 7.5 | FIJACIÓN DE PRECIOS..... | 130 |
| 7.6 | NECESIDADES DEL CLIENTE..... | 135 |
| 7.7 | DECISIÓN DE COMPRA | 137 |
| 7.8 | ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (U OFERTA ACTUAL)..... | 137 |
| 7.9 | CAMBIOS EN LA INDUSTRIA | 143 |
| 7.10 | LOS PRODUCTOS COMPETENCIA | 144 |
| 7.11 | PLAN DE PROMOCIÓN Y VENTAS | 145 |
| 7.11.1 | <i>Canales de Distribución</i> | 145 |
| 7.11.2 | <i>Métodos de Promoción</i> | 149 |
| 7.11.3 | <i>Relaciones Públicas</i> | 150 |
| 7.11.4 | <i>Promoción de Ventas</i> | 151 |
| 7.11.5 | <i>Marketing Vivencial</i> | 152 |
| 7.11.6 | <i>Mercadeo Directo</i> | 152 |
| 7.11.7 | <i>Presupuesto (del 01 abril al 31 diciembre 2017)</i> | 153 |
| 7.11.8 | <i>Evaluación</i> | 154 |
| | CAPÍTULO VI CONCLUSIONES | 156 |
| | CAPÍTULO VII RECOMENDACIONES | 160 |
| | VIII. BIBLIOGRAFÍA | 166 |

| | |
|---|------------|
| IX. CITAS DE REFERENCIA | 170 |
| X. ANEXOS..... | 171 |
| 8 ANEXO | 171 |
| 8.1 1.- ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN | 171 |
| 8.2 ANEXO 2.- ENCUESTA..... | 174 |
| 8.2.1 <i>RESULTADOS DE LA ENCUESTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO</i> | 177 |
| 8.2.2 <i>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA</i> | 179 |
| 8.2.3 <i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i> | 180 |
| 8.3 ANEXO 3. ENTREVISTA | 180 |
| 8.4 ANEXO 4. RELATO EXPERIENCIAL | 181 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1.- Mapa de Costa Rica, Liberia localizada en la Costa Pacífico Norte..... | 15 |
| Ilustración 2.- Mapa de la provincia de Guanacaste..... | 52 |
| Ilustración 3.- Elaboración de cerámica con elementos naturales..... | 54 |
| Ilustración 4.- Vasija Chorotega..... | 55 |
| Ilustración 5.- Tope de Toros, Fiestas Cívicas de Liberia..... | 70 |
| Ilustración 6.- Traje típico noche de gala..... | 71 |
| Ilustración 7.- Flor huele de noche..... | 72 |
| Ilustración 8.- Actividades escolares en celebración del 25 de julio..... | 75 |
| Ilustración 9.- Nixtamalización del maíz..... | 85 |
| Ilustración 10.- Proceso de cocción..... | 85 |
| Ilustración 11.- Elaboración de tortilla o “palmeado”..... | 86 |
| Ilustración 12.- Uso de Coman y fogón..... | 87 |
| Ilustración 17.- Música de marimba..... | 93 |
| Ilustración 18.- Tour en carreta con “Don Guicho” en Calle Real..... | 97 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1.- Principales inmuebles declarados Patrimonio Cultural Material..... | 62 |
| Tabla 2.- Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto cultural.. | 103 |
| Tabla 3.- Estrategias..... | 105 |
| Tabla 4.- Necesidades identificadas para implementar el producto..... | 109 |
| Tabla 5.- Producto, descripción, horario y tarifa..... | 111 |
| Tabla 6. - Estrategias de comunicación por segmento de mercado..... | 122 |
| Tabla 7.- Características de consumo más relevantes de los turistas que pertenecen al mercado internacional..... | 128 |
| Tabla 8.- Costo de inversión en \$ UDS..... | 131 |
| Tabla 9.- Presupuesto operativo mensual en \$ UDS..... | 132 |
| Tabla 10.- Resumen de datos y resultados de las tablas 8.- y 9.-..... | 134 |
| Tabla 11.- Necesidades identificadas respecto al producto..... | 135 |
| Tabla 12.- Oferta de competencia directa del producto turístico cultural..... | 142 |
| Tabla 13.- Oferta de competencia indirecta del producto turístico cultural..... | 143 |
| Tabla 14.- Principales tour operadores y agencias de viaje identificadas en el destino..... | 146 |
| Tabla 15.- Presupuesto (del 01 de abril al 31 diciembre 2017)..... | 153 |

RESUMEN EJECUTIVO

Liberia, la “Ciudad Blanca”, conocida bajo ese nombre por sus terrenos blancos de origen volcánico, es capital de la provincia de Guanacaste, en la Costa Pacífico Norte de Costa Rica. Región con sobre saliente patrimonio cultural; folclor e inmuebles patrimonio histórico arquitectónico. Históricamente un pueblo de haciendas, hoy, antesala para turistas que viajan a las playas y parques nacionales, un destino turístico por excelencia, cuyo desarrollo inició en 1995 con la apertura del Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós, y junto a la dinamización del Proyecto Turístico Golfo de Papagayo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), bajo una dinámica de desarrollo relacionada directamente con el turismo “Sol y Playa”.

El acelerado crecimiento, ha resultado en un destino no planificado, generándose efectos negativos propios en una prestación turística que no está completamente comprometida con los enunciados del turismo sostenible, viéndose agravados por las limitaciones en la enseñanza del idioma inglés y pocos horarios flexibles de la educación técnica, causales de exclusión de los jóvenes locales a las plazas laborales que son ocupadas por extranjeros y nacionales de otras zonas del país. Así mismo, en Liberia, al igual que en otros cantones, la escasez de agua por la carencia de infraestructura para proveer el líquido, agravados por la sequía, cultura de mal uso del recurso e inexistente planificación estatal y local, ha limitado el de desarrollo de otros proyectos en la Ciudad.

Sumado a todo ello, el limitado presupuesto del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), ente rector de las políticas nacionales de preservación del patrimonio cultural y fomento de las artes, hace que las gestiones sean escasas. Muchos inmuebles patrimonio histórico, yacen en el abandono, subutilización o deterioro. El patrimonio cultural inmaterial, urge de apropiación por parte de las nuevas generaciones. De ahí la importancia de generar recursos para la conservación y resguardo del patrimonio cultural del Cantón, así como de actividades dirigidas a potenciar la conservación del intangible.

Aun cuando toda la problemática mencionada no será sujeta de soluciones que se deriven el presente trabajo, al menos se pretende contribuir siguiendo el modelo actual de desarrollo del país, el cual pretende desarrollar nuevos productos y servicios turísticos que le den un renovado aire a la oferta turística nacional, apuntado a la incorporación del patrimonio cultural inmaterial, como punta de lanza para darle una mejor puesta en valor a la sostenibilidad turística, que busca respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, conservar su patrimonio cultural edificado y humano, sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y tolerancia entre culturas. Sumado a ello, la importancia que tiene la demanda turística futura, un viajero

post moderno que busca pertenecer a los lugares que visita mediante experiencias auténticas, llenas de emociones. Los productos y servicios deben ser percibidos de forma viva y como algo cercano, desde la fase misma de búsqueda de informaciones por parte del comprador.

Se planteó como objetivo general; diseñar un producto turístico cultural que aporte al desarrollo turístico sostenible del cantón de Liberia mediante la puesta en valor de algunos de los elementos de su patrimonio cultural, y como objetivos específicos; a) determinar el estado actual y situación legal del patrimonio cultural mueble declarado patrimonio histórico en la ciudad, para su posible utilización turística, b) conceptualizar y diseñar el producto turístico a ofrecer según las necesidades de los canales de distribución y las variables del destino, y c) enlistar otros servicios complementarios en la ciudad (parqueos públicos, servicios de restauración, estaciones de policía, farmacia, etc.).

Como método de investigación científica se ha determinado el enfoque mixto que utiliza los dos enfoques; cuantitativo y cualitativo de la investigación. Se acudió a las fuentes de información primarias, específicamente a la observación directa, y a la técnica de investigación de la encuesta, la entrevista y conversaciones informales. Como fuentes secundarias, ha sido necesaria la consulta y recopilación de trabajos de investigación, documentos públicos, planes municipales, libros, artículos, páginas web, periódicos, fuentes oficiales de la Municipalidad de Liberia, del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), normativa nacional e internacional. Se ha utilizado el método analítico-sintético en el análisis de la información.

La Municipalidad de Liberia es propietario registral del Edificio de la Antigua Gobernación y del Cuartel, inmuebles donde se prevé la dirección e instalación de las principales actividades que ofrecerá el producto turístico cultural. Dicho producto, se ha diseñado con base al requerimiento de los canales de distribución; un producto turístico cultural complementario al de las actividades de aventura y naturaleza que ya ofrecen, con opciones vivenciales que enriquezcan las experiencias de los visitantes, basados en el patrimonio cultural intangible. También se ofrecerán opciones individualizadas y exclusivas para una cartera de cuentas especiales que florecen en el destino. Será un proyecto de la Municipalidad de Liberia en cooperación con la industria turística visualizada como un sistema integral, donde al gobierno local le corresponde la dirección de proyectos turísticos que aporten al desarrollo sostenible, determinando objetivos de acción conjunta. Es por ello que se participarán la mayor cantidad de actores locales, a fin de que exista apropiación por parte de los mismos, para que el proyecto sea verdaderamente sostenible en el tiempo. El trabajo proactivo de éstos, los comprometerá en una mayor escala, los sensibilizará sobre la necesidad de protección

del patrimonio cultural, y los servicios que se percibe de ellos, así, lograr un resultado satisfactorio en la ejecución del proyecto.

La Ciudad de Liberia cuenta con la infraestructura turística básica y necesaria para un oportuno desarrollo turístico en su Centro Histórico. Además, una superestructura turística que armonice la producción y venta de servicios, así como las relaciones resultantes de la práctica del turismo, sumado a los servicios complementarios requeridos para un óptimo engranaje.

El turismo debe verse como una fuerza positiva para la conservación del patrimonio. Es por medio de este que se captan muchas veces los presupuestos destinados a su conservación. En este sentido, Liberia puede aprovechar las oportunidades que el turismo le presenta, buscando un balance entre las expectativas de los visitantes, la búsqueda de nuevas y enriquecedoras experiencias, y los deseos y necesidades de las comunidades anfitrionas.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Liberia, la “Ciudad Blanca conocida bajo ese nombre por sus cascajos o terrenos blancos de origen volcánico, donde sobresalen los pastos y planicies, además de la cordillera de Guanacaste, uno de los sistemas montañoso más antiguos de Costa Rica, conformada por los volcanes Orosi, Tenorio, Rincón de la Vieja y Miravalles. Es capital de la provincia de Guanacaste, en la Costa Pacífico Norte de Costa Rica, una de las regiones más llamativas del país por su folclor y colorido, que destaca como destino turístico por excelencia; *“Las atracciones turísticas que ofrece la provincia de Guanacaste cautivan a miles de personas cada año: playa, montaña, ríos, lagos y bosques acaparan las portadas de revistas, sitios web, anuncios publicitarios y programas de televisión; todos incentivan la visita a esta paradisíaca provincia costarricense”* (Fallas, 2010). La provincia se comunica por la Carretera Interamericana con el resto del país y Nicaragua; la Ruta 21 por su parte, une a Liberia, uno de los cantones más antiguos del país y el más poblado del Guanacaste, con los cantones que conforman la bajura guanacasteca. (Plan de Gobierno Municipal 2016-2020).

Ilustración 1.- Mapa de Costa Rica, Liberia localizada en la Costa Pacífico Norte



Fuente: obtenido de <https://www.govisitcostarica.com/travelInfo/mapLg.asp?mapID=59>

Liberia fue históricamente un pueblo sabanero, pero últimamente se ha convertido en la antesala para turistas que viajan a las playas y parques nacionales de Guanacaste. Su patrimonio cultural es sobresaliente; inmuebles patrimonio histórico arquitectónico de Costa Rica con encantadores barrios de la época colonial; edificaciones que muestran arquitectura tradicional de bahareque y adobe con estructura de madera que prácticamente ha desaparecido en el país. Sus blancas casas de bahareque encalado que muestra su particular fisonomía urbano-arquitectónica de influencia colonial española, que, en la época precolombina, formó parte de los poblados de los chorotegas. Su economía, influenciada desde entonces por las ciudades de Granada y Rivas, Nicaragua, tenía como base la ganadería. El incipiente comercio dio origen a poblados con haciendas pequeñas, que irían creciendo y

fortaleciéndose con el transcurso de los años. El origen del nombre del cantón era Guanacaste, y se sustituyó por el de Liberia. La Revista Traveler (2013) describe;

Así Liberia o El Guanacaste nace como sesteo, lugar de descanso de ganado. Aún hoy día, se ven las señales de piedra a ambos lados de la calle donde se dejaba pernoctar al ganado. Los arrieros iban a descansar a las haciendas de la calzada y después continuaban el camino. El ganado, por extraño que parezca, no se transportaba por la carne, ésta se solía desechar, sino por el sebo, que después se utilizaba para hacer candela.

Es por ello que se caracteriza por ser una ciudad con costumbres, tradiciones e idiosincrasia muy arraigada a las haciendas.

A nivel económico, pasó por un proceso de reconversión más productivo, pasando de la agricultura y ganadería a los servicios, específicamente el turismo, cuando en el año 1995, el desarrollo turístico se vio acelerado con la apertura del Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós, al ofrecer vuelos programados directos desde Miami, Florida, dando una gran señal a los inversionistas nacionales e internacionales de que Guanacaste era un destino turístico de rápido crecimiento. Las estables condiciones climatológicas de Liberia durante todo el año, lo hacen el aeropuerto alternativo del Juan Santamaría, además, su estratégica ubicación es la forma más rápida de llegar a las principales playas de Guanacaste y otros destinos de gran importancia como Monteverde y La Fortuna. Por otro lado, el turismo se vio acrecentado con la dinamización del Proyecto Turístico Golfo de Papagayo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que comprende alrededor de las 1.658 hectáreas, donde el ente público concesiona terrenos para el desarrollo turístico, manteniendo exclusividad en la dirección, coordinación, administración y control del desarrollo del mismo. Siendo ésta,

la única inversión del Gobierno en un proyecto de desarrollo de resort a gran escala, donde el estado conserva el dominio público de las tierras, resultando hoy día la Ciudad de Liberia, antesala para turistas que viajan a las playas y parques nacionales de la provincia, presionada por una expansión y diversificación turística, convirtiéndose en el sector económico de mayor envergadura y crecimiento. Así, bajo una dinámica de desarrollo relacionada directamente con el turismo y la construcción con fines de lucro, el tipo de turismo existente; “Sol y Playa” ha generado algunos de los efectos negativos que son propios en una prestación turística que no está completamente comprometida con los enunciados del desarrollo sostenible para el destino y sus pobladores; en aspectos que van desde la degradación de los paisajes de los pueblos pesqueros hasta las haciendas, pérdida de identidad por parte de los autóctonos, transformación del comportamiento global de la economía, mano de obra extranjera, limitaciones educacionales de los locales para acceder a las labores propias de los servicios turísticos, poco apoyo a las pequeñas empresas locales, apoderamiento de tierras y negocios por extranjeros, diferencias culturales y económicas entre turistas y pobladores locales, degradación del medio ambiente, entre muchos otros.

Los pobladores locales perciben rápidamente la importancia de la nueva actividad al mejorar su calidad de vida e inserción laboral con educación, sin embargo, problemas puntuales identificados; las escuelas y colegio públicos no poseen programas de inglés avanzado, los jóvenes no adquieren el idioma como segunda lengua o alto nivel, la educación técnica no tiene horarios flexibles para aquellos jóvenes que se ven obligados a trabajar, y puedan educarse acorde a sus jornadas laborales. Estos dos problemas generan una exclusión de los jóvenes por un factor específico; las empresas

turísticas, muchas de ellas cadenas y hoteles exclusivos de altos estándares, buscan recurso humano con un adecuado y aceptable manejo del idioma inglés y educación superior especializada, causando que muchas de las plazas laborales sean ocupadas por extranjeros y nacionales de otras zonas del país.

Otro gran problema que agobia la Ciudad, limitando y afectando eventuales oportunidades de desarrollo económico, está ligado a la escasez de agua por la carencia de infraestructura para proveer a la ciudad del líquido. Esto ha generado que no exista disponibilidad de agua para cualquier proyecto o negocio que se quiera implementar o desarrollar hoy en día, agravados por la sequía, cultura de mal uso del recurso e inexistente planificación estatal y local.

Aun cuando toda la problemática mencionada no será sujeta de soluciones que se deriven el presente trabajo, al menos se pretende contribuir mediante la asociación entre el turismo y la cultura, por medio de actividades turísticas de sensibilización; incorporando las aspiraciones de las comunidades y de los visitantes, a la conservación del patrimonio cultural tangible e intangible ligado a la idiosincrasia de las haciendas, al fortalecimiento de la identidad de los pueblos liberianos, así como a la generación de fuentes de empleo local mediante la participación de pequeñas empresas e individuales con especial atención a la joven población y a las mujeres, aprovechando además, los recursos a nivel de infraestructura y otras opciones existentes en la Ciudad, sin necesidad de erogaciones más allá de las necesarias para un producto turístico cultural oportuno.

Por otro lado, la política cultural, como parte de gestión de gobierno que se orienta a preservar el patrimonio cultural y fomentar las artes, está bajo la competencia del Ministerio de Cultura y Juventud, ente rector de las políticas nacionales en dichas áreas. Sin embargo, el limitado presupuesto hace que las gestiones sean escasas. Por ello, es factible inclinarse sobre la premisa de una ausencia de política cultural real, ya que no son satisfactoriamente palpables sus efectos aún; los inmuebles patrimonio histórico, yacen en el abandono, subutilización o deterioro. De ahí la importancia de generar recursos para la conservación del patrimonio cultural tangible y de actividades dirigidas a potenciar la conservación del intangible.

Se ha planteado como objetivo general del presente proyecto; diseñar un producto turístico cultural que aporte al desarrollo turístico sostenible del Cantón de Liberia mediante la puesta en valor de algunos de los elementos de su patrimonio cultural, y como objetivos específicos; a) determinar el estado actual y situación legal del patrimonio cultural mueble declarado patrimonio histórico en la ciudad, para su posible utilización turística, b) conceptualizar y diseñar el producto turístico a ofrecer según las necesidades de los canales de distribución y las variables del destino, y c) enlistar otros servicios complementarios en la ciudad (parqueos públicos, servicios de restauración, estaciones de policía, farmacia, etc.).

Liberia no tiene productos turísticos culturales, y propuestas como éstas, son urgentes y necesarias, en un destino cuyo desarrollo turístico acelerado, ha derivado efectos adversos que afectan su patrimonios cultural y natural, por ello se busca diseñar un producto turístico cultural bajo los preceptos del turismo sostenible, ya que con este

tipo de iniciativas se contribuye a la preservación y transmisión de la cultura a través de las generaciones. Para ello, es necesario definir acciones concretas que permitan hacer de los desplazamientos, consumos y experiencias; una combinación pertinente que sea sensible y respetuosa de los aspectos que identifican al destino como tal. Se requiere promover, en ese sentido, la realización de procesos participativos dirigidos a lograr una apropiación colectiva del patrimonio y su aplicación en acciones de conservación y desarrollo, con miras a la sostenibilidad y al futuro. Las poblaciones locales tienen un papel trascendental en este compromiso, como sujetos de derechos y deberes en lo que al patrimonio cultural respecta, responsables de su valorización y conservación, sobre todo en tiempos de grandes cambios; un mundo globalizado, un turismo dinámico, lo que resulta en un desafío para nuestros pueblos.

Resaltar nuevamente la importancia de generar fuentes de empleo e ingresos para las comunidades mediante el aprovechamiento el patrimonio cultural, que permita educar y generar los medios económicos para su protección y resguardo. Se buscan estrategias de alianza conjunta entre instituciones públicas y privadas, quienes forman parte en el equipo de trabajo y como patrocinadores, a fin de aportar al desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, en una provincia que se ha abierto al turismo como su principal factor de progreso socioeconómico.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

1 MARCO REFERENCIAL

La administración de Costa Rica no está únicamente en manos del gobierno central. Cuenta con las municipalidades, esas entidades de gobierno local tan importantes para el desarrollo sostenible. Se trata de órganos locales, políticos; ya que son elegidos popularmente en votaciones y administrativos; cada cantón posee una Municipalidad encargada, no solo de brindar servicios públicos, sino, tiene autonomía propia para ejecutar actos y contratos en beneficio de su cantón.

A lo interno, la Municipalidad de Liberia es dirigida por un alcalde; administrador general y el jefe de las diferentes oficinas de la municipalidad. Encargado de cuidar la organización, funcionamiento, coordinación y cumplimiento de los acuerdos que realiza su municipalidad. Los regidores forman el concejo municipal, un órgano que tiene voz y voto en la toma de decisiones, acuerda presupuestos, dicta reglamentos, celebra acuerdos y convenios, crea comisiones y convoca a consultas populares. Por otro lado, están los síndicos; son los representantes de los distritos ante la Municipalidad. Se encargan de vigilar la actividad municipal, de recomendar la construcción obras públicas en su distrito, de coordinar actividades dentro del distrito, entre otras cosas. Hay tantos concejos de distrito como distritos posea el cantón. Por último, un regidor es elegido por el concejo municipal como el presidente municipal por dos años.

Existen comisiones, pequeños grupos integrados por regidores, síndicos, particulares o funcionarios municipales que estudian los asuntos relacionados con el

progreso del cantón. Actualmente, en la Municipalidad de Liberia están conformadas las de plan regulador, zona marítimo terrestre, cultura y deporte, asuntos ambientales, de la mujer y accesibilidad, asuntos sociales, obras y servicios, asuntos jurídicos, gobierno y administración y hacienda y presupuesto.

Toda persona puede asistir a las sesiones del concejo municipal de su cantón y enterarse directamente de los principales acuerdos. Además, se puede proponer proyectos, solicitar audiencia ante el concejo municipal, recurrir al síndico de su distrito o hacerle la solicitud, directamente, al alcalde.

El presente Proyecto de Turismo Cultural aquí propuesto, una vez presentado y aprobado como trabajo académico, quedara a manos de la Unidad Planificación Urbana dentro de la Municipalidad de Liberia.

Con los aportes presentados por los componentes político, técnico y comunal, se hacen diagnósticos sobre la realidad urbanística, económica, ambiental y de desarrollo del cantón, que desembocan en actividades generales tendientes a la formulación de planes a corto, mediano y largo plazo, que orienten en forma global el desarrollo general del cantón (urbanístico, económico y ambiental) y perfeccionen el marco jurídico correspondiente, así como a la constitución de planes y programas para la preservación del patrimonio histórico y cultural del cantón. Todo ello, busca como producto final, un patrimonio histórico y cultural del cantón asegurado, instalaciones de uso público para actividades comerciales y sociales, planes específicos de desarrollo urbano, un desarrollo cantonal de acuerdo con el plan director urbano, y el mejoramiento del espacio físico urbano tanto general como específico en diferentes

sectores (parques, bulevares, eliminación de barreras arquitectónicas a discapacitados (accesibilidad), instalaciones deportivas para adultos y niños entre otros), por mencionar algunos de los objetivos de interés en relación con el proyecto de turismo cultural que se propone, donde se ubican necesidades tales como; educación y capacitación, organización de un mercado de artesanos, incorporación de facilidades y condiciones que permitan el aprovechamiento con fines turísticos, del mobiliario urbano de la ciudad y los espacios de recreación pública, diseño del producto turístico (rutas, guías, logística, tiempos), desarrollo del plan de mercadeo y comunicación del producto (comercialización, canales de distribución del producto turístico). Todo ello, requerirá ser incorporado a las distintas comisiones de la Municipalidad de Liberia y a las unidades de Fiscalización, Gestión, Hacienda Municipal, Desarrollo Social y Gestión Vial, además de la de Desarrollo y Control Urbano que se mencionó como el principal gestor, para efectos de este proyecto.

Además de la Municipalidad de Liberia, se han identificado otros grupos de interés que vendrían a coadyuvar de manera directa, tales como; Unión Cantonal de Asociaciones de Desarrollo de Liberia (UCADELI), Dirección Nacional de Desarrollo de las Comunidades (DINADECO), Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Universidades públicas; Universidad de Costa Rica (UCR) y Universidad Nacional (UNA), Cámara de Turismo Guanacasteca (CATURGUA), Cámara Liberiana de Turismo (CALITUR), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y la Asociación para la Cultura de Liberia. De manera indirecta, otros interesados como las comunidades del Cantón de Liberia, agencias de viaje, turistas y estudiantes.

Es necesario hacer mención de dos supuestos del proyecto. Por un lado, la probabilidad de que no se determine el tiempo exacto de ejecución de las obras de mantenimiento de los inmuebles patrimonio histórico por rigurosas leyes y procedimientos que los resguardan, en caso de identificar necesidades de este tipo durante la investigación, así como eventuales atrasos en la ejecución, directamente relacionados con la tramitología excesiva de las instituciones públicas respecto a las licitaciones de servicios y obras.

Por último, dentro de las restricciones al proyecto se visualiza el hecho de que no existe en la Municipalidad de Liberia, una comisión de turismo. La falta de conocimiento por parte del gobierno local y las asociaciones de desarrollo, podría generar resistencia, atrasos y cambios en la esencia del proyecto, por tratarse de un órgano político.

2 TEORÍA DE ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

2.1 Patrimonio Cultural

Se entiende como patrimonio cultural al conjunto de bienes (cosas u objetos), así como de expresiones o las manifestaciones culturales que heredamos de nuestros antepasados. Abarca el territorio del país y la historia que se desarrolló en él, manifestándose a través de leyendas, conocimientos, creencias, arte y sistemas de producción y organización (lo cual se denomina patrimonio cultural inmaterial). Estas son el testimonio o pruebas de las relaciones de los seres humanos dentro de la sociedad, y por supuesto de la historia de una familia, de una comunidad, de un país.

El concepto de patrimonio debe verse en sentido amplio, incluyendo los entornos tanto naturales como culturales que pertenecen a todos los pueblos. Por ello es que se tiene el derecho y existe la responsabilidad de comprender, valorar y conservar sus valores universales. Según la Carta Internacional sobre Turismo Cultural, la Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo (1999), en su introducción, el patrimonio;

Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales. Registra y expresa largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales, locales, indígenas y es parte integrante de la vida moderna.

Existen políticas públicas internacionales sobre protección y uso del patrimonio cultural, donde entidades u organismos se encargan de orientar este trabajo y su función específica. La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) presta apoyo a los esfuerzos de los Estados Miembros en favor de la protección del patrimonio cultural y natural, su rol consiste en ayuda a la difusión del saber y velar por la conservación, la gestión y la protección del patrimonio. Ha realizado una labor trascendental en la elaboración de instrumentos normativos para la protección del patrimonio Cultural (tanto material como el inmaterial), con especial mención a la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de 1972. Por su parte, las Directrices Prácticas para la Aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial que, tienen por objeto, el facilitar la aplicación de la Convención, donde se establecen los procedimientos. Si bien existen organismos que se encargan de orientar el trabajo, es necesario hacer énfasis en que también se faculta

al Comité del Patrimonio Mundial, a cargo de examinar las propuestas de inscripción basándose en las evaluaciones técnicas efectuadas por tres órganos asesores; el ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios), la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza), y el ICCROM (Centro Internacional de Estudios de Conservación y Restauración de Bienes Culturales), a recurrir a otras organizaciones internacionales y no gubernamentales que cuenten con la competencia y la experiencia adecuadas, para que ayuden a ejecutar sus programas y proyectos. De manera que, no solo a instancia pública, sino que se habla de socios en la protección del Patrimonio Mundial; destaca la colaboración de distintos actores como contribuyentes significantes para la protección de los bienes del Patrimonio Mundial y la aplicación de la Convención. Estos socios, los define bajo un concepto abierto; particulares, interesados directos, comunidades locales, organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, privados, así como los propietarios que se interesen y desean participar en la gestión de un bien del Patrimonio Mundial. De importancia lo anterior, bajo la línea de que compete a todos esta responsabilidad, en el buen sentido de la palabra.

Esta Convención determina como inestimables e irremplazables todos los bienes del patrimonio cultural y natural, no solo de la nación en donde se encuentren localizados, sino, para efectos de toda la humanidad, otorgándoles un “Valor Universal Excepcional”, así que la pérdida de cualquiera de éstos, lo califica como empobrecimiento del patrimonio de todos los pueblos del mundo. Para efectos de su identificación, protección y conservación máxima, los Estados Miembros de la UNESCO aprobaron en 1972 esta Convención del Patrimonio Mundial la cual prevé un “Comité

del Patrimonio Mundial”, y de un “Fondo del Patrimonio Mundial”. Desde el año en mención, la comunidad internacional adoptó el concepto de “desarrollo sostenible”, concluyendo que la protección y la conservación del patrimonio natural y cultural constituyen una contribución notable al desarrollo sostenible.

En lo que se refiere a la Convención, la función del ICCROM consiste en ser el colaborador prioritario en la formación sobre patrimonio cultural, supervisar el estado de conservación de los bienes culturales del Patrimonio Mundial, estudiar las solicitudes de asistencia internacional presentadas por los Estados Partes y prestar su contribución y apoyo a las actividades de formación de capacidades. Así mismo, la función concreta del ICOMOS consiste en evaluar los bienes propuestos para ser incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial, supervisar el estado de conservación de los bienes culturales del Patrimonio Mundial, estudiar las solicitudes de asistencia internacional presentadas por los Estados Partes y prestar su contribución y apoyo a las actividades de formación de capacidades.

Desde entonces, la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de 1972, lucha por identificar, proteger, conservar, revalorizar y transmitir a las generaciones futuras el patrimonio cultural y natural de Valor Universal Excepcional. Resulta entonces un marco base, sin embargo, otras consideraciones llevaron además a la necesidad de complementar con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, en razón de que observaron que todavía no se disponía de un instrumento multilateral de carácter vinculante destinado a salvaguardar el patrimonio

cultural inmaterial, considerando que convendría mejorar y completar eficazmente los acuerdos, recomendaciones y resoluciones internacionales existentes en materia de patrimonio cultural y natural mediante nuevas disposiciones relativas al patrimonio cultural inmaterial, y que había necesidad de suscitar un mayor nivel de conciencia, especialmente entre los jóvenes, de la importancia del patrimonio cultural inmaterial y de su salvaguardia, por ello, consideraron que la comunidad internacional debería contribuir, junto con los Estados Partes en ésta Convención, a salvaguardar ese patrimonio, con voluntad de cooperación y ayuda mutua, con base en los programas de la inestimable función que cumple el patrimonio cultural inmaterial como factor de acercamiento, intercambio y entendimiento entre los seres humanos.

Esta última convención mencionada (para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial), está compuesta por una Asamblea General de Estados partes y un Comité Intergubernamental para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural que estaría secundado por la Secretaría de la UNESCO. Básicamente, se incumbe a cada Estado Parte, la adopción de medidas, levantamiento de inventarios, sus actualizaciones, etc. Importante hacer mención sobre lo que establece el Art.15 en el marco de sus actividades de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial; *“Cada Estado Parte tratará de lograr una participación lo más amplia posible de las comunidades, los grupos y, si procede, los individuos que crean, mantienen y transmiten ese patrimonio y de asociarlos activamente a la gestión del mismo”*. (párr. 1). Destacando nuevamente la participación activa y responsabilidad que toda la población tiene.

Es importante conocer, en síntesis, los órganos internacionales mencionados supra;

a) El Centro Internacional de Estudios de Conservación y Restauración de Bienes Culturales (ICCROM); es una organización intergubernamental internacional con sede en Roma, Italia. Fue creado por la UNESCO en 1956 y, de acuerdo con sus estatutos, sus funciones consisten en llevar a cabo programas de investigación, documentación, asistencia técnica, formación y sensibilización pública para fomentar la conservación de los bienes muebles e inmuebles del patrimonio cultural, b) El Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS); fundado en 1965 en Varsovia (Polonia), es una organización no gubernamental con sede en París, Francia. Su objetivo consiste en promover la aplicación de la teoría, la metodología y las técnicas científicas a la conservación del patrimonio arquitectónico y arqueológico. Su labor se basa en los principios de la Carta Internacional sobre la Conservación y la Restauración de Monumentos y Sitios (La Carta de Venecia) de 1964, y c) La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN); es la autoridad mundial en materia de conservación de la naturaleza y los recursos naturales, contribuye a encontrar soluciones pragmáticas para los principales desafíos ambientales y desarrollo que enfrenta el planeta.

2.2 Patrimonio Cultural Material

El patrimonio cultural material según la UNESCO, comprende los objetos o bienes denominados materiales que reflejan cómo los habitantes de una nación se han adaptado al medio, organizando una vida social, económica y cultural. Aquí se

encuentran las obras de arquitectura, arte, cerámica, orfebrería, muebles, documentos, piezas arqueológicas, herramientas, instrumentos musicales, entre otros.

Dentro del patrimonio cultural también se encuentra el patrimonio histórico-arquitectónico constituido por edificaciones o bienes inmuebles consideradas y declaradas de valor patrimonial, ese valor se le confiere su significación cultural, arquitectónica o histórica. Estas edificaciones pueden ser públicas o privadas, según el sujeto propietario de las mismas.

El Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica posee programas de vital importancia como lo es el Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, que procura fortalecer la diversidad cultural de los costarricenses por medio de acciones de preservación de las manifestaciones culturales particulares. Busca conservar el acervo histórico cultural plasmado en el patrimonio urbanístico arquitectónico, además de salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial representado en las expresiones culturales. Parte de la labor que compete respecto al patrimonio cultural material, lo ejecuta mediante la Ley 7555 de Patrimonio Histórico Arquitectónico de Costa Rica, el Reglamento a la Ley y sus reformas, la cual contempla la declaratoria de valor patrimonial histórico-arquitectónico para los inmuebles que lo ameriten mediante declaratoria vía decreto ejecutivo, con el objetivo de conservarlo, protegerlo y resguardarlo, como un deber del Estado Costarricense, sin limitar esa responsabilidad a un gobierno, ya que la misma compete a toda la ciudadanía.

2.3 Patrimonio Cultural Inmaterial

Se entiende como patrimonio cultural inmaterial, según lo dicta la Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003. (Art. 2, inciso 1):

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible.

Debe entenderse por “salvaguardia”, todas aquellas medidas tendientes a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial; identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión, sea por medio de la enseñanza formal y no formal, o la revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.

El patrimonio cultural inmaterial se manifiesta en particular, según la Convención, 2003. (Art. 2, inciso 2):

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) artes del espectáculo;
- c) usos sociales, rituales y actos festivos;

- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) técnicas artesanales tradicionales.

La citada Convención tiene varias finalidades dentro de las que se incluye, más allá de la salvaguardia del patrimonio cultural de las comunidades, grupos e individuos de que se trate, que se haga respetar, mediante la búsqueda de la sensibilización en el plano local, nacional e internacional a su importancia, a su reconocimiento recíproco, así como el gestar acciones de cooperación y asistencia internacionales para lograr dichos fines.

En el plano nacional, el Gobierno de Costa Rica debe adoptar las medidas necesarias que garanticen la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial en todo su territorio nacional, luego de la ratificación de esta convención y de la creación de la Comisión Nacional del Patrimonio Cultural Inmaterial (CONAPACI), un órgano técnico, cual se encarga de coordinar y asesorar en la salvaguarda, protección y revitalización del patrimonio cultural inmaterial del país.

Para ello ha identificado y definido los distintos elementos del mismo en las diferentes regiones del país, con participación de los actores sociales. El Ministerio de Cultura y Juventud, trabaja dentro de su objetivo de promoción e incentivo de la producción y difusión cultural y artística en sus diversas manifestaciones a nivel país y regional, resulta un apoyo y estímulo para la consecución de los fines propuestos y de sus políticas institucionales, dentro de las que merecen mención; el rescate del patrimonio cultural como legado para futuras generaciones mediante el trabajo activo

directamente con entes y organizaciones, a fin de planear y ejecutar actividades culturales.

2.4 Patrimonio Cultural y Turismo

La existente interrelación entre la actividad turística y la cultura local, hace que el patrimonio cultural sea una realidad transversal a todo tipo de turismo. He ahí la importancia de entender el patrimonio cultural, la historia que encierra y las construcciones socioculturales que representa, como un recurso turístico, dentro del marco del desarrollo sostenible.

Debe verse el concepto de patrimonio desde un sentido amplio como lo enfoca la Carta Internacional de Turismo Cultural, ya que en la cotidianidad de una comunidad todo puede llegar a considerarse un elemento patrimonial en la medida en que las costumbres, tradiciones y objetos de un grupo definen a sus miembros como seres humanos pertenecientes a una cultura, una familia, una nación. Por ello, al trabajar en su preservación se crea una necesaria relación entre pasado y futuro por medio del cual, individuos y comunidades se reafirman como partícipes de una tradición cultural, que genera en las nuevas generaciones un mayor sentido de identidad y pertenencia, al ser reconocida como parte de un proceso histórico propio. Es necesario, además, hacer parte del patrimonio cultural “lo moderno”, puesto que la cultura es dinámica, es recreada constantemente y no por ello pierde su carácter autóctono. Tan importante es conocer y conservar la cultura e historia como seguirla construyendo, ya que ésta no es estática, no es posible que se detenga en el tiempo y que no evolucione.

La cultura es importante para cada persona en lo individual, como parte de una comunidad. Esas manifestaciones culturales los diferencian y es ahí donde está la riqueza, de ahí la importancia en que las entidades locales, las comunidades y las personas mismas, sean conscientes de lo que a ellos los define como cultura local, que identifiquen los elementos que les son propios y los valoren, sin importar si son catalogados o no por una entidad oficial. Para ello, hay que reconocer que la identidad se basa en ese patrimonio cultural, el cual está presente en las actividades y representaciones cotidianas (patrimonio inmaterial o intangible) y en los elementos o edificaciones con los que convivimos a diario (patrimonio material).

La conservación y el rescate del patrimonio cultural inician con su reconocimiento como tal por parte de sus poseedores, que lo asuman como parte de su identidad. No debe dejarse en manos solo de los expertos.

Dentro del marco de la sostenibilidad, es importante ver al turismo como un fenómeno social, un mecanismo de reactivación socio-cultural (rescate de la cultura y organización social); una actividad que genera espacios para el crecimiento personal y humano (capacitación formal, autoestima colectiva, practica de valores como la tolerancia y el respeto por el otro), y una herramienta para la protección ambiental (valorización de la naturaleza). (Erik M. Rish L. 2005). Así, el turismo es un concepto más amplio a como tradicionalmente se ha considerado; una actividad económica, definida por el desplazamiento de personas a lugares diferentes al habitual, por medio de la cual se buscan el ocio y el esparcimiento.

Es necesario considerar el turismo como un agente de promoción y fortalecimiento de la cultura, por medio del cual se refuerza, o en algunos casos se rescata, el sentido de identidad y el orgullo colectivo de una comunidad frente al intercambio con otras culturas. A través del turismo se puede reactivar la valoración del patrimonio, llámese personal, familiar, local, nacional o mundial; mediante un proceso de valoración de los elementos patrimoniales. Se presenta entonces una circularidad en este proceso ya que al valorar dichos elementos se empieza a divulgar su importancia a través de las visitas turísticas, lo que induce a su cuidado, conservación y a una mayor valoración. Las mismas personas de la comunidad se convierten entonces en guardianes, usuarios e informantes del patrimonio.

El vincular los aspectos culturales al turismo, pueden éstos ser incluidos con mayor facilidad en las políticas culturales regionales y nacionales. Representan entonces el turismo cultural, una excelente oportunidad para que personas de todo el mundo, conozcan y vivan, mediante experiencias, las costumbres y creencias de otros pueblos, promoviendo las relaciones interculturales y la cooperación internacional. Ofrece, además, la posibilidad de que viajeros que buscan intercambios culturales vean sus aspiraciones satisfechas, mientras generan ingresos para las comunidades locales y para que se fomente el rescate y la restauración de los sitios o bienes patrimoniales, y la difusión de la cultura que alberga las manifestaciones artísticas y culturales.

Por ello es muy importante valorar tanto la necesidad de fuentes de ingresos que tienen las comunidades, como la urgencia por reconocerse como parte de una tradición

cultural que merece ser preservada, reconocida y difundida. Resulta primordial que el eje de todo desarrollo turístico se fundamente en la comunidad local, para que sean ellos mismos los pioneros en conservar su patrimonio cultural.

2.5 Gestión Turística del Patrimonio Cultural

Cuando se gestiona turísticamente el patrimonio cultural de un destino, lo que se persigue es aplicar conocimientos específicos para adecuar, correctamente, los bienes del patrimonio cultural en recursos turísticos. Se busca más allá de conservarlos, el preservar el espíritu que los representa, dentro de un panorama de progresivo aumento de desarrollo turístico que los presiona para que se adapten a sus usos, necesidades y aspiraciones. Es necesario equilibrar la balanza entre ambos; patrimonio cultural y turismo, aplicando instrumentos básicos que regulen los procesos de interacción que vengan a mejorar el rendimiento de ambos sectores ante una inevitable relación donde se quiere un turismo beneficioso para el patrimonio cultural, no un grave problema para éste. Así, uno de los usos sociales que se le pueden dar a los bienes patrimoniales es el turismo, y podría, adecuadamente gestionado, ser uno de los más importantes, ya que, garantizando la conservación de su espíritu, entonces puede exponerse a dentro de un contexto social y económico más amplio. (M. Velasco, 2009).

Los conocimientos pueden provenir de la gestión de organizaciones turísticas o la promoción turística, que, teniendo clara la relación entre turismo, cultura y patrimonio plasmada en el producto de turismo cultural, el gran desafío es, cómo lograr que el

desarrollo turístico no atente contra la trasmisión de la cultura a través de las generaciones.

Es necesario promover un turismo que aporte beneficios a la comunidad anfitriona, otorgándole a éstas, los medios y las motivaciones para resguardar ellas mismas su esencia, lo que los identifica. Ello se puede lograr, más allá de la implementación de ordenamiento jurídico (quizás un medio más efectivo para el resguardo del patrimonio cultural tangible inmueble, incluso mueble), mediante el compromiso y la cooperación de todos los actores; gobierno local, comunidad, entidades estatales, universidades, cámaras de turismo que agremian el sector privado, etc. Es necesaria la integración de todos, uniendo esfuerzos, planificando, creando políticas concretas y ejecutándolas. Indispensable, transmitir la importancia tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes del resguardo del patrimonio, promoviendo así su respeto en todos los sentidos.

Por su parte, la Declaración de Siem Reap sobre turismo y cultura, parte de la importancia del modelo de desarrollo sostenible, afirmando con propiedad la necesidad en implementar un turismo sostenible como motor del resguardo del patrimonio. Dicho resguardo se podría gestionar de muchas maneras, la declaración a punta a necesidad de creación de nuevos modelos de asociación entre el turismo y la cultura, promoviendo y protegiendo el patrimonio cultural mediante actividades turísticas de sensibilización; incorporando las aspiraciones de las comunidades, apoyando la lucha contra el tráfico de bienes del patrimonio cultural, también mediante la vinculación de las personas y fomento del desarrollo sostenible por rutas culturales y promoviendo vínculos más

estrechos entre el turismo, las culturas vivas y las industrias de la creación, como podría ser fomentando y facilitando nuevas formas de turismo cultural, como el turismo creativo, entre muchas otras. De esta forma, el fomento del vínculo entre turismo y cultura con miras a promover un futuro más sostenible para todos, es una gran oportunidad que no puede pasar por desapercibida.

El desarrollo turístico no debe ser ajeno a las tradiciones locales ya que entonces puede caer en el error de estereotipar las tradiciones, convirtiéndolas en un espectáculo, sin trasfondo real, que a la larga puede ocasionar más problemas y conflictos de los que soluciona; no podemos convertir nuestras ciudades, barrios o áreas patrimoniales en “parques temáticos” o representaciones de lo que no somos.

Debe evitarse el hacer una reconstrucción de la cultura a favor de intereses inmediatos y utilitarios porque además de haber una pérdida del patrimonio local, material e inmaterial, habría una repercusión negativa sobre el recurso turístico.

El objetivo será entonces identificar el camino y las condiciones mediante las cuales podemos promover y respetar dicho proceso de cambio a través de un turismo responsable.

Para el desafío que implica su resguardo, las normas internacionales serán la base para nuestras legislaciones, que en el caso de Costa Rica y posiblemente muchos otros de los pueblos centroamericanos, todas economías en desarrollo, se han visto avances un poco tardíos que ya han tenido que llegar a reconstruir, replicar y asaltos y brincos rescatar lo que se ha ido perdiendo y conservar lo que aún queda.

Cada comunidad debe asumir su cuota de responsabilidad en la gestión de conservación, partiendo de la educación e información como base para el entendimiento de la importancia de una adecuada gestión; debe comunicarse su esencia, valores e intereses, así, hacerlo respetar.

2.6 Principales Características del Modelo Turístico de Costa Rica

El Plan Nacional de Turismo Sostenible (ICT, 2016-2021), expone:

- Prospectos; hace referencia al tipo de turista que se quiere, donde mayoritariamente se ha dado un turismo sostenible enfocado en calidad, respecto a un turismo masivo enfocado en volumen, el cual este último se ha presentado principalmente en el destino turístico de Guanacaste y donde resulta necesario gestar acciones más certeras que re direccionen lo que hoy día acontece, hacia lo que el país busca, de manera que sea posible alienarse al modelo definido. Por ello el país apunta a mejores prospectos, turistas que puedan percibir lo que el destino ofrece y logren obtener experiencias auténticas durante su viaje. (A. López, 2016).

- Innovación; determina la forma en que se quiere utilizar el patrimonio turístico. Buscar mayor dispersión con variedad de productos que es lo que ha predominado, respecto a una mayor concentración con un producto principal. Para ello se han definido acciones tendientes al desarrollo de muchos productos. El país por se ha caracterizado por el ecoturismo, el turismo de aventura y de sol y playa. Ahora se plantean nuevos productos como lo son turismo rural, de reuniones, bienestar, social, náutico y

gastronómico. Así mismo, dar un impulso a muchos destinos dentro del país. (A. López, 2016).

- Diferenciación; es el reconocimiento que se quiere basado en la experiencia, donde se buscan alternativas de empresas locales medianas y pequeñas, mismas que han predominado en el país, y no empresas internacionales grandes que son las que se han instalado en la Provincia de Guanacaste. Para ello Costa Rica se basa en la promesa de una Marca País, que expone la *autenticidad* del ser ticos; amigables, hospitalarios, positivos, pura vida, pacíficos, solidarios, cálidos, entre otros calificativos que nos identifican. Así mismo, se basa en la *concentración* de belleza natural, biodiversidad, historia, paz, educación, sostenibilidad, democracia, calidad de vida, conservación y superación. Por último, la diferenciación del *servicio*; respecto a la calidad, experiencia, la amistad, etc. (A. López, 2016).

También el país ha diferenciado en programas relevantes tales como la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) que inicia su desarrollo en el año 1994, el Programa Bandera Azul Ecológica (BAE) que se crea en 1995, la declaratoria turística e incentivos, la infraestructura en parques nacionales, planes de manejo, inversiones directas (BID), los programas de; cultura turística escolar, gastronomía local, artesanía con identidad, apoyo a MiPyMES y turismo rural, rutas turísticas nacionales, planificación en la Zona Marítima Terrestre (ZMT) y asesoría a municipalidades, Código de Conducta de la Organización Mundial de Turismo (OMT), expoferias turísticas, turismo interno (campaña “Vamos a Turistear”) y de turismo social. (A. López, 2016).

- Posicionamiento; se refiere a la imagen del destino deseada en los mercados, donde ha predominado dichosamente una imagen de sostenibilidad y naturaleza, y minoritariamente, diversión y entretenimiento. Para ello se crearon las campañas; “Costa Rica: It’s only natural” un turismo enfocado en Parques Nacionales, “No Artificial Ingredients” enfocada inicialmente en naturaleza y posteriormente se agregan elementos de sostenibilidad y confort, “Costa Rica Gift of Happiness” enfocada en valores de la sociedad para compartir el destino y por último la campaña “Save the Americans” en 2015, enfocada en naturaleza y sociedad como valores para compartir. (A. López, 2016).

Tal como se indicó, Costa Rica es un destino con una oferta de servicios y productos muy amplia y, desde esta perspectiva, tiene el potencial de ofrecer una gama muy abundante de productos. Los esfuerzos promocionales se han acentuado en atraer un perfil de demanda interesado en la naturaleza, la biodiversidad, en viajes educativos orientados a experimentar diferentes culturas, al descanso y bienestar, confort, al sol y playa, a la realización de actividades al aire libre y viajes de ecoturismo y actividades de aventura y deportes en ambientes naturales. De la mezcla de atractivos, asociada a la distribución de la planta turística, impulsa o favorece el desplazamiento de la demanda por el territorio. (A. López, 2016).

La estimación de la distribución de esos flujos turísticos demuestra que la demanda no es ni estática ni uniforme, sino que se desplaza por buena parte del territorio (montaña, playa y ciudad) favoreciendo la realización de las actividades turísticas ya mencionadas. (A. López, 2016).

Esta interrelación ente la distribución de atractivos, la planta turística y los recorridos de la demanda es lo que contribuye a generar los 13 días promedio de estadía que conforma una de las características principales del destino a nivel país. (A. López, 2016).

Con respecto a las características sociales y demográficas de la demanda turística de Costa Rica; en su mayoría, provienen de América del Norte y, sobre todo, de los Estados Unidos. No obstante, en años recientes han venido aumentando de manera considerable los visitantes de origen canadiense, suramericano y europeo, en particular aquellos procedentes de Alemania y España. En general, el turista se caracteriza por tener un alto nivel educativo y poder adquisitivo, es exigente en cuanto a la calidad, busca nuevas experiencias y gracias a los avances tecnológicos está bien informado. (A. López, 2016).

2.7 Cambios en el Mercado Turístico

Más allá de que el país esté desarrollando nuevos productos y servicios turísticos que le den un renovado aire a la oferta turística nacional, apuntando a la incorporación del patrimonio cultural inmaterial, como punta de lanza de darle una mejor puesta en valor a la Sostenibilidad Turística, que según indica la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011) busca respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, conservar su patrimonio cultural edificado y humano y los valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y tolerancia entre culturas, hoy encontramos un viajero post moderno que busca pertenecer a los lugares que visita mediante todo

tipo de experiencias (sensoriales, afectivas y cognitivo-creativas, etc), con la intención de obtener productos y servicios percibidos de forma viva y como algo cercano, desde la fase misma de búsqueda de informaciones por parte del comprador. Se caracterizan por buscar lo auténtico y tomar participación durante su viaje. No quieren ser solo observadores, quieren además vivir el atractivo y los recursos que están viendo.

Así mismo, la ética asociada a la responsabilidad social de las empresas y con productos más amigables con el medio ambiente en toda la cadena incluyendo el pos consumo. Los cambios nos afectan a todos, cada vez más viajeros son conscientes del impacto que sus experiencias tienen en el planeta y, como resultado, más personas están optando por medidas sostenibles en sus viajes. Tal como lo ha indicado la Organización Mundial del Turismo, su Secretario-General, Taleb Rifai;

"2017 ha sido señalado como el Año del Turismo Sostenible por las Naciones Unidas como una oportunidad única de avanzar la contribución del sector turístico a los tres pilares de la sostenibilidad -económico, social y medioambiental, mientras se genera conciencia acerca de las verdaderas dimensiones de un sector que es a menudo infravalorado".

Adicional a lo anterior, el turismo cultural es un área de crecimiento y desarrollo tanto a nivel nacional como mundial. Tanto la oferta, como la demanda de turismo cultural han evolucionado en las últimas décadas. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016), estima que el turismo cultural representa cerca del 37 % del total del sector turístico y que va a tener unos crecimientos anuales de en torno al 15 %. Entre las razones que explican el aumento de la demanda se encuentran; un mayor nivel de educación que provoca aumento del interés por la cultura, el envejecimiento de la

población que busca más experiencias culturales, el auge del internet que ha facilitado el consumo del turismo cultural, entre otros.

Otro dato importante, es el hecho de que hoy, el concepto de recurso cultural es mucho más amplio y engloba tanto elementos materiales, como inmateriales, incluyendo, por ejemplo, danzas tradicionales, artesanía, gastronomía local o técnicas textiles o agrícolas. Así, las tendencias del turismo cultural que se están apreciando según R. García, 2016, son:

Edutenimiento – Hoy, para mucha gente, la cultura se entiende como una mezcla de elementos culturales, educativos y de entretenimiento.

Experiencias – Muchos turistas (sobre todos los jóvenes, los denominados Millennials) quieren que la experiencia cultural sea mucho más interactiva, pudiendo participar de forma activa. No quieren ser simples espectadores cuando viajan, sino protagonistas de su propia experiencia cultural.

Inmersión – Para ello, muchos turistas tienen interés en aprender danzas locales, gastronomía, artesanía o deportes autóctonos, que les aporten una experiencia vital, relacionada directamente con el lugar que visitan.

Interactividad – Los museos se vuelven más interactivos, programando actividades y talleres para adultos que les permitan “aprender” y “experimentar” la cultura, de una forma diferente y más lúdica.

City Breaks – En la última década han crecido mucho los viajes “city break”, escapadas cortas de 2-3 días para conocer una ciudad y con la cultura como una de sus principales actividades.

Turismo Creativo – En los últimos años se habla mucho del crecimiento del turismo creativo. Por turismo creativo se considera a la nueva generación de turistas que quieren desarrollar su potencial creativo cuando viajan. Para ello, quieren participar en cursos o experiencias relacionadas directamente con la cultura y la sociedad del destino.

La cultura se integra con el turismo de sol y playa – La oferta cultural se ha incluido recientemente entre las actividades que los turistas de sol y playa demandan durante sus vacaciones.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

Cuando se define investigar, lo correcto es hacerlo sobre la base sólida del método científico. Un procedimiento que generaliza y profundiza los conocimientos que se tienen o se adquieren a fin de que se demuestre con racionalidad y puedan ser, además, comprobados mediante técnicas de su aplicación, dar respuesta a las interrogantes, ya basadas sobre criterios definidos, que sean demás alcanzables y medibles. Para todo ello, deben establecerse los procedimientos y herramientas que serán utilizadas en el desarrollo de la investigación; los métodos, técnicas e instrumentos de la investigación, indispensables para recopilar la información precisa que permita determinar las acciones idóneas que deban ser implementadas.

3 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de datos permiten recopilar información para la obtención de resultados y el conocimiento del estado actual y origen del área en estudio. La fuente de información es el lugar donde se encuentran los datos requeridos, son información útil para el investigador. Los datos son todos aquellos fundamentos o antecedentes que se requieren para llegar al conocimiento exacto de un objeto de estudio, se deben recopilar de las fuentes y tendrán que ser suficientes para poder sustentar y defender un trabajo (Eyssautier, 2002).

3.1 Fuentes Primarias

Hacen referencia a aquellos portadores originales de la información que no han retransmitido o grabado en cualquier medio o documento la información de interés. Esta información la tiene la población misma, para extraer los datos de esta fuente se utiliza el método de encuesta, de entrevista, experimental o por observación (Eyssautier, 2002). Específicamente para el desarrollo de este trabajo de investigación, se recurrió a la observación directa, encuestas y conversaciones informales.

La observación directa se refiere a la percepción continua por parte de la investigadora de aquella información vinculada cotidianidad de la Ciudad, del destino turístico, y de la interacción de ambos, como miembro de la comunidad y parte del clúster turístico. Por otra parte, las encuestas se aplicaron a los principales tour operadores del destino, con el fin de conocer la apreciación y necesidades cada una de las partes en el tema en el desarrollo del producto cultural. Las conversaciones informales corresponden a la posibilidad de indagar acerca de las necesidades en producto turístico de los canales de distribución, los planes y proyectos de la Municipalidad de Liberia como gobierno local, así como la opinión de los distintos actores sociales sobre como aportar el desarrollo sostenible de la Ciudad mediante el aprovechamiento turístico de su patrimonio cultural, donde se obtuvo información de gran relevancia.

3.2 Fuentes Secundarias

Corresponde a toda la información que se encuentra a disposición de todo investigador que así la requiera, en razón de que hace referencia a todos aquellos portadores de datos e información que han sido previamente recopilada por otros en sus documentos.

Para llevar a cabo este proyecto ha sido necesaria la consulta y recopilación de información de diversas fuentes secundarias tales como trabajos de investigación, documentos públicos, planes municipales, libros, artículos, páginas web, periódicos, fuentes oficiales de la Municipalidad de Liberia, del Instituto Costarricense de Turismo y del Ministerio de Cultura, Juventud y Deporte, normativa nacional e internacional.

4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

4.1 Encuesta

La encuesta estuvo dirigida a los diez canales de distribución en la provincia de Guanacaste; tours operadores que representan importantes mayoristas, administradores de casas de vacacionar, prestan sus servicios en hoteles, etc. Los temas elegidos fueron; descripción del producto turístico, competencia y operación del producto, logística e interés en el producto, precios y servicios del producto e interés social del producto turístico, distribuidos en once preguntas y un espacio para comentario, sugerencia o idea sobre el producto turístico. Fue diseñada para obtener información acerca de las necesidades, ideas o sugerencias de los intermediarios turísticos respecto a la creación de un tour cultural en el centro Histórico de Liberia, la

Ciudad Blanca, como producto turístico cultural que aporte al desarrollo sostenible y resguarde el patrimonio cultural de esta Ciudad.

4.2 Entrevistas

Se diseñó una entrevista dirigida a los gerentes o propietarios de tours operadores que incluyen dentro de sus tours o servicios, opciones de turismo cultural dentro de la provincia o en Nicaragua.

4.3 Conversación informal

Se realizan tres conversaciones informales importantes para el desarrollo del presente trabajo. La primera con el señor Julio Viales Badilla, alcalde del cantón de Liberia, con el fin de conocer su visión respecto al desarrollo turístico en su Cantón y el plan de trabajo que él ha propuesto para su alcaldía. Además, conversar sobre los distintos proyectos que están en curso dentro del municipio relacionados con turismo. La segunda con el señor Cristian Arreola, asesor del alcalde Viales, quien está a cargo del proyecto municipal Mercado de Artesanos en el actual edificio del gobierno local, así como de la remodelación del Parque Mario Cañas Ruiz.

4.4 Observación

En las diferentes visitas de campo realizadas, a distintas actividades culturales; feria del agricultor, tope de toros, corridas típicas, venta de pasteles, Centro Histórico de Liberia, entre otros, se dedicó tiempo a apreciar con atención diferentes comportamientos de turistas que visitan la ciudad y detalles que permitieron la

recopilación de aspectos que solo mediante este método se pueden obtener con precisión.

4.5 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se ha determinado el enfoque mixto que utiliza los dos enfoques; cuantitativo y cualitativo de la investigación, ya que ambos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos y empíricos para generar conocimiento, donde las técnicas de recolección de los datos pueden ser múltiples. Incluye, recopilación de datos existentes en forma documental para obtener antecedentes que permitan profundizar en las aportaciones, e investigación de campo mediante el acopio de información por medio de la encuesta, entrevista, conversación informal y observación. Ello permitió una integración y discusión más amplia y argumentada de los diversos elementos implícitos en la investigación, para así lograr tener y expresar un mayor entendimiento del tema estudiado, así como lograr llegar a conclusiones lo más acertadas posibles.

A su vez, la investigación tiene un fuerte matiz documental sumado a un método analítico-sintético en el que se descompone el tema en sus elementos más simples de investigación.

CAPÍTULO IV DESARROLLO DEL PROYECTO

5 DESCRIPCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y DEL CANTÓN DE LIBERIA

5.1 Descripción Geográfica de Guanacaste como Destino

Guanacaste, destino turístico localizado en la región centroamericana, en la zona Pacífico Norte de Costa Rica, es la segunda provincia más grande del país, pero también la más despoblada; 326, 953 habitantes. El turismo ha experimentado expansión y diversificación tal como se indicó supra, una dinámica de desarrollo relacionada directamente con el turismo “Sol y Playa”, dividido en dos grandes polos de atracción turística; Guanacaste Sur que comprende los cantones de Nicoya, Hojancha y Nandayure, y el Guanacaste del Norte, el cual abarca desde la frontera con la República de Nicaragua hasta el límite del distrito de Veintisiete de Abril (Ostional) con Nosara, perteneciente al Cantón de Nicoya, cubriendo una extensión de aproximadamente 100 km lineales de la costa pacífica, conteniendo el territorio costero de los cantones de La Cruz, Liberia, Carrillo y Santa Cruz.

Guanacaste Norte alberga una importante porción del patrimonio natural, como se puede observar en la ilustración 2, así como patrimonio cultural costarricense, tal como lo indica el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), en su documentación oficial. No en vano hay aquí un significativo número de áreas protegidas que incluyen ecosistemas acuáticos, terrestres, montañosos y costeros, en cuyos territorios la vida se desarrolla con exuberancia, según lo manifiesta el Sistema Nacional de Áreas de Conservación

(SIINAC). A lo largo del litoral guanacasteco se ubican numerosas playas a las que bañan las cálidas aguas del Océano Pacífico.

Ilustración 2.- Mapa de la provincia de Guanacaste



Fuente: obtenido de <https://www.govisitcostarica.com/travelInfo/mapLg.asp?mapID=2>

Históricamente una región con vocación ganadera y agrícola. Actualmente, la belleza incomparable de sus paisajes que van del bosque seco tropical hasta el bosque montano bajo y su cálido clima, así como su fértil naturaleza han hecho de Guanacaste uno de los lugares más concurridos por el turismo local e internacional. Tiene además un importante soporte en el Polo de Desarrollo Turístico del Golfo de Papagayo, así

como, por el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber. Fue a partir de la de década de los 80, que la actividad turística comenzó a desarrollarse, constituyendo actualmente un importante factor de desarrollo local, mediante el cual, la costa ha pasado de ser un territorio externo a espacios dinámicos que compiten en la economía regional, con la presencia de grandes corporaciones de inversionistas nacionales y extranjeros, hoteles de alta inversión con potencialidad de demanda directa, así como de las grandes tour operadoras orientadas al turismo masivo, y al negocio de los bienes raíces.

En la Provincia sobresalen los pastos y planicies, un clima tropical con temperatura promedio de los 32°C y únicamente dos estaciones; seca y lluviosa; lo hace muy agradable y atractivo durante prácticamente todo el año, vegetación caracterizada por bosques tropicales; verdes y exuberantes durante la estación lluviosa y pierden sus hojas durante el verano o estación seca, brindando a la región una variedad única de flora y fauna.

Importantes atractores¹ como el *termalismo*, a corta distancia del destino; ofrece para todo tipo de turistas variedad en opciones. Los deportes acuáticos, en Tamarindo y toda su costa; surf, stand up paddle, windsurf, kayak, pesca deportiva y buceo, las actividades de aventura, los espacios naturales que han posicionado a éste destino por su riqueza y biodiversidad; Parques Nacionales Palo Verde (*Sitio Ramsar*), Marino las Baulas, Ostional, Santa Rosa (*Sitio Patrimonio de la Humanidad*), Rincón de la Vieja y

¹ Los atractores son las variables que se conforman como atracción turística del destino y cuya importancia o peso depende del tipo de destino de que se trate. Serían aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano del hombre que, combinados con los recursos turísticos, son capaces de motivar un desplazamiento a un determinado destino turístico.

Miravalles, entre otros, espacios donde es posible contemplar las especies, vulcanismo, desove de tortugas, como algunos ejemplos a mencionar.

El Cantón de Santa Cruz, Ciudad Folclórica de Costa Rica, Nicoya y Liberia, capital de la Provincia, se caracterizan por una herencia cultural destacada y autentica, conserva sus tradiciones, mantienen inmuebles declarados patrimonio histórico, las cualidades del arte; en el pueblo de Guaitil conocido en el resto de Centroamérica por su alfarería de estilo precolombino Chorotega, se caracterizó por la cerámica con una exquisita policromía con la aplicación de pigmentos naturales de color negro, rojo, amarillo, rojizo y café, visibles en las ilustraciones 3 y 4. Diversas piezas de cerámica chorotega han sido encontradas en otras partes del país, lo cual supone que la cerámica elaborada en el Pacífico Norte se distribuía hacia el Valle Central, producto del intercambio comercial. Esta cerámica destaca por su técnica de elaboración y belleza cuyos trazos hacían que se diferenciara de cerámica del Valle Central.

Ilustración 3.- Elaboración de cerámica con elementos naturales



Fuente: propia

Ilustración 4.- Vasija Chorotega



Fuente: propia

La provincia en general, conserva su herencia cultural como la música de la marimba, cimarrona, bailes típicos y las corridas de toros destacadas, así como la gastronomía; rasgos que se han identificado como una de las causales para su posicionamiento de región “Zona Azul” mundial, dentro de los sitios en el planeta cuyos habitantes están entre los más longevos del mundo, viven más de 90 años con buena salud física y mental.

Dieciséis distintas aerolíneas que vuelan directo al destino, y el local de Tamarindo con vuelos internos todos los días desde San José, potencia la visitación y el crecimiento del destino. El transporte público seguro y accesible, para el mercado

nacional e internacional. Varias empresas de transporte privado son más onerosas, pero cubren el servicio para otro sector del mercado; grupos, familias o individuales.

Existe variedad en alojamiento para todo tipo de turistas, las franquicias internacionales no son las predominantes. También se encuentran pequeñas opciones boutique con servicio espléndido y especializado, gastronomía variada y de gran calidad, hoteles más pequeños, villas, condominios, esto últimos, como opción para quienes prefieren alojamiento sin todos los servicios complementarios que ofrecen los hoteles; pequeños hoteles familiares, para el sector de estudiantes que visitan la zona, y por último, opciones para familias por el del desarrollo que ha tenido la costa Pacífico Norte de Costa Rica, en la edificación de casa o villas que extranjeros en su mayoría que pasan únicamente ciertas épocas del año, y el resto las alquilan.

La oferta en servicios de alimentos y bebidas es extensa y variada, con establecimientos de restauración buffet, restaurantes de comida rápida, de alta cocina y restaurantes temáticos de cocina italiana, japonesa, mexicana, francesa, tailandesa, peruana y costarricense o típica.

Otras facilidades como agencias de viajes, supermercados y farmacias, son diversos, en su gran mayoría prestados por empresas nacionales. Los servicios eléctricos y telecomunicaciones, son abastecidos con regularidad por las compañías existentes; Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y Cooperativa de Electrificación Rural de Guanacaste R.L (COOPEGUANACASTE R.L). El agua es suministrada por la

Asociación Administradoras de Acueductos y Alcantarillados de las comunidades (ASADAS) y por Acueductos y Alcantarillados (AYA), actualmente hay racionamiento del líquido.

5.2 Descripción General del Cantón de Liberia

La Ciudad surgió a partir de 1769 alrededor de una ermita con el nombre de pueblo de Guanacaste, aunque sin acto jurídico formal de fundación. En julio de 1824 sus vecinos declinaron la invitación del gobierno de Nicaragua para unirse a ese país, el día 25 de julio del mismo año, la provincia de Guanacaste se anexó a Costa Rica. Poco a poco Liberia desplazó a Nicoya como principal población del territorio y fue erigida en cabecera del Departamento de Guanacaste.

Liberia es uno de los cantones más antiguos del país, en el Decreto legislativo N° 167 del 7 de diciembre de 1848 en el artículo N° 9, se menciona "Guanacaste" como cantón primero de la provincia del mismo nombre. En 1836 recibió el título de ciudad y en 1854 cambió su nombre por el de Liberia, mientras que la provincia pasaba a denominarse Moracia, en honor al expresidente de la Republica Juan Rafael Mora Porras. Sin embargo, luego del golpe de estado que le dieron, la provincia volvió a llamarse definitivamente Guanacaste, pero su cabecera mantuvo el nombre de Liberia. "Moracia" subsiste en la nomenclatura de un céntrico barrio de la ciudad de Liberia.

Hoy Liberia es el cantón primero de la provincia de Guanacaste (Costa Rica). Comprende una extensión geográfica de 1436,47 km², y una población estimada en el

año 2015 de 70108 habitantes. La ciudad se encuentra aproximadamente a 3 h (215 km) de la capital de Costa Rica, San José.

Se le suele llamar la "Ciudad Blanca" porque en el pasado sus calles estaban hechas de "cascajo", un material polvoso de color blancuzco. Su nombre proviene de la raíz latina LIBER, que significa libre e independiente en lo político y en lo social. Por extensión, Libera significa "Tierra libre". Este término posiblemente es asociado a la libre determinación de gobernarse del cantón y la provincia como tal, de acuerdo a lo dispuesto mediante el citado decreto.

Su clima es caliente y seco desde noviembre hasta mayo y húmedo desde finales de mayo hasta comienzos de noviembre, con fuertes lluvias en setiembre y octubre. Tiene un promedio de temperatura anual de 33°C, que lo hace atractivo durante todo el año. Sobre salen los pastos y planicies, vegetación caracterizada por bosques tropicales; verdes y exuberantes durante la estación lluviosa y pierden sus hojas durante el verano o estación seca.

Uno de los principales atractivos de la zona es la cercanía a las playas y montañas que cuentan con numerosos hoteles para todos los tipos de turistas y presupuestos. El termalismo, a corta distancia del centro de la Ciudad; ofrece para todo tipo de turistas variedad en opciones. Los deportes acuáticos, en Papagayo; surf, stand up paddle, windsurf, kayak, pesca deportiva y buceo, las actividades de aventura, los espacios naturales que se han posicionado por su riqueza y biodiversidad; Parques Nacionales Santa Rosa y Rincón de la Vieja (Sitio Patrimonio de la Humanidad), este último, uno de los más visitados del país.

El Cantón de Liberia como se indicó, junto con Santa Cruz, Ciudad Folclórica de Costa Rica, y Nicoya, se caracterizan por una herencia cultural destacada y autentica, donde conservan sus tradiciones, importantes inmuebles patrimonio histórico.

El cantón de Liberia en particular, por ser la cabecera de la provincia, posee las principales instituciones públicas y servicios estatales y privados; Tribunal Supremo de Elecciones, principal hospital público de la región, Tribunales de Justicia, centros policiales, bancos estatales y privados, colegios, universidades, etc. lo anterior ha generado que se desarrolle como ciudad comercial, de residencia y de visitación diaria de ciudadanos del resto de poblados de la provincia.

La capacidad turística de esta ciudad para asumir un desarrollo turístico es aceptable, con varios proyectos por ejecutar que vendrían a mejorar considerablemente los servicios en general. En infraestructura; posee varios de los bienes inmuebles que son parte del patrimonio cultural, los cuales podrían ser adaptados para prestar servicios turísticos. Rescatar la importancia de la recién construida Ruta 1 o interamericana de cuatro carriles en su tramo Liberia – Cañas y por ejecutar, el tramo Limonal- Barranca. Además, el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós, con dieciséis distintas aerolíneas que vuelan directo al destino; vuelos internacionales e internos, potencian la visitación y el crecimiento del destino en general. El transporte público es amplio, seguro y accesible para todo tipo de visitantes. Varias empresas de transporte privado son más onerosas, pero cubren el servicio para otro sector del mercado; grupos, familias o individuales.

El Hospital público Enrique Baltodano de Liberia es la opción más completa en los servicios médicos, los hospitales privados; San Rafael Arcángel y Cima Guanacaste, vienen a complementar otros servicios médicos y hospitalarios en conjunto con otras clínicas privadas de la ciudad.

A nivel de hospedaje, existen opciones de alojamiento para todo tipo de mercados. Franquicias internacionales ya se han instalado en la Ciudad; Hilton Garden, Andaz Papagayo, Four Seasons Resort, Occidental Gran Papagayo por mencionar algunos ejemplos, pero la mayoría son pequeños y medianos hoteles locales, albergues, posadas, hostales y hospedajes familiares.

La oferta en servicios de alimentos y bebidas es extensa y variada, por ser la Ciudad una zona de paso no solo de habitantes de otros cantones, sino, como punto de conexión del resto del país y Nicaragua. Es posible encontrar establecimientos de restauración tipo buffet, restaurantes de comida rápida, de alta cocina y restaurantes temáticos de cocina italiana, japonesa, francesa, peruana y variedad en cocina costarricense o típica.

En lo que a seguridad respecta, como se indicó, la provincia en general tiene bajos índices de criminalidad respecto al resto del país, complementando los servicios de vigilancia privada de los empresarios, ya que en los distritos fuera del central, se han desarrollado el turismo de Sol y Playa y el ecoturismo, con albergues de montaña, hoteles y posadas rurales, en los alrededores de los parques nacionales o zonas ganaderas y agrícolas.

Otras facilidades como agencias de viajes, supermercados y farmacias, son diversos, en su gran mayoría se trata de servicios prestados por empresas nacionales.

Los servicios eléctricos y de telecomunicaciones, son abastecidos con regularidad por la compañía existente; Instituto Costarricense de Electricidad. El agua es suministrada por la Asociación Administradoras de Acueductos y Alcantarillados Sanitarios.

Existen en el Cantón, bloques comerciales interesados en el resguardo de la cultura, conformados por ciudadanos proactivos de los distintos barrios de la ciudad. Un ejemplo de ello, la Asociación para la Cultura de Liberia, quién promueve el estudio y rescate de los valores cívicos y del patrimonio cultural de Liberia, además, busca fortalecer la identidad mediante el resguardo de la historia, la Junta Administradora del Museo de Guanacaste, lucha por que el emblemático edificio patrimonio histórico del Antiguo Cuartel, se convierta en una vitrina para mostrar la cultura guanacasteca. Por último, la Comisión de Cultura y Deporte que tiene el Municipio mencionada supra.

5.3 IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PATRIMONIO DE LA CIUDAD

5.3.1 Identificación

Dentro del patrimonio Cultural, encontramos los Inmuebles declarados Patrimonio Histórico-Arquitectónico de Costa Rica en la Ciudad de Liberia, su Municipio indica; “La

ciudad de Liberia se caracteriza por poseer edificaciones que muestran una arquitectura tradicional de bahareque y adobe con estructura de madera que ya prácticamente ha desaparecido de nuestro país”.

Es posible palpar la identificación de sus ciudadanos con su patrimonio cultural intangible; las fiestas cívicas guardan sus tradiciones, las escuelas y colegios fomentan su educación y arraigo, se vive el fervor popular e idiosincrasia con alago y orgullo, evocan pasiones y es visible la cohesión social, la continuidad de aquel pueblo de las haciendas, el compartir, vivir y trasladar a las nuevas generaciones el conocimiento e identidad. En la Ciudad se percibe la gastronomía y cultura que los distinguen como un legado de las haciendas, aprovechando la diversidad y riqueza de productos que los campesinos aún cosechan.




5.3.2 Clasificación y Descripción del Patrimonio

5.3.2.1 Patrimonio Cultural Material




Tabla 1.- Principales inmuebles declarados Patrimonio Cultural Material

| Inmueble | Descripción | Época Constructiva |
|-----------------|--------------------|---------------------------|
|-----------------|--------------------|---------------------------|

| | | |
|---|---|------------------|
| <p>Antigua Gobernación</p> | <p>Aquí se celebraron ostentosos bailes para las fechas más importantes; 15 de septiembre, 12 de octubre, 31 de diciembre y otros, a las que concurrían las familias más distinguidas de la época.</p> <p>Un 25 de julio de 1854, se suscribió la célebre acta por los miembros de la Municipalidad y “Los vecinos notables”, en la que solicitan sustituir el nombre de Guanacaste por el de Moracia y darle a su cabecera el de Liberia. En sus corredores, humildes soldados n 1856 descansaron de la “larga caminata” hacia el norte, para lograr la independencia.</p> | <p>1801-1850</p> |
|  | <p>Casa emblemática de la Ciudad, ubicada sobre la Avenida 25 de Julio. Construida en bahareque; representa el estilo de arquitectura tradicional costarricense de los hacendados ganaderos de la provincia de Guanacaste, y surgida en Costa Rica durante mediados del siglo XIX. En su estilo se ve evidenciado la utilización de grandes alturas en la cubierta y paredes de gran grosor, con la finalidad de lograr mayor confort térmico y adaptación climática a la zona. Recién reconstruida para su conservación.</p> | <p>1851-1900</p> |
| <p>Casa Baltodano Briceño Briceño</p> | <p>Casa emblemática de la Ciudad, ubicada sobre la Avenida 25 de Julio. Construida en bahareque; representa el estilo de arquitectura tradicional costarricense de los hacendados ganaderos de la provincia de Guanacaste, y surgida en Costa Rica durante mediados del siglo XIX. En su estilo se ve evidenciado la utilización de grandes alturas en la cubierta y paredes de gran grosor, con la finalidad de lograr mayor confort térmico y adaptación climática a la zona. Recién reconstruida para su conservación.</p> | <p>1851-1900</p> |
|  | <p>Este inmueble es fiel representante del esquema arquitectónico colonial, su arquitectura vernácula la distingue, y que se caracteriza por técnicas y sistemas constructivos a base de bahareque, piedra, teja y madera, localizada en el Barrio Condega de la ciudad de Liberia, hoy alberga a la Asociación para la Cultura de Liberia, ente sin fines de lucro que lucha por la preservación del patrimonio cultural de la ciudad.</p> | <p>1851-1900</p> |
| <p>Casa de la Cultura</p> | <p>Este inmueble es fiel representante del esquema arquitectónico colonial, su arquitectura vernácula la distingue, y que se caracteriza por técnicas y sistemas constructivos a base de bahareque, piedra, teja y madera, localizada en el Barrio Condega de la ciudad de Liberia, hoy alberga a la Asociación para la Cultura de Liberia, ente sin fines de lucro que lucha por la preservación del patrimonio cultural de la ciudad.</p> | <p>1851-1900</p> |
|  | <p>Pertenece a la familia Zuñiga Clachar desde 1943. Destacan sus elegantes ventanas, marcos y puertas. Conserva corredores y galeras prototipo de las casas de hacienda. Está clasificada como “CASA EXCEPCIONAL” en el inventario arquitectónico de la ciudad de Liberia. Dentro del contexto de la Hacienda Ganadera principal actividad económica y social de Liberia que marcó la personalidad de su gente y actividades, la casa refleja este hito principalmente la parte de atrás del inmueble donde todavía se oye el eco del traquear de las</p> | <p>1851-1900</p> |
| <p>Casa Zúñiga Clachar</p> | <p>Pertenece a la familia Zuñiga Clachar desde 1943. Destacan sus elegantes ventanas, marcos y puertas. Conserva corredores y galeras prototipo de las casas de hacienda. Está clasificada como “CASA EXCEPCIONAL” en el inventario arquitectónico de la ciudad de Liberia. Dentro del contexto de la Hacienda Ganadera principal actividad económica y social de Liberia que marcó la personalidad de su gente y actividades, la casa refleja este hito principalmente la parte de atrás del inmueble donde todavía se oye el eco del traquear de las</p> | <p>1851-1900</p> |
|  | | |

| | | |
|--|---|------------------|
| <p><i>Fresco del cielo raso creado por Moore en donde los angelitos con palomas parecen no cansarse de jugar, reflejando el gusto del siglo XIX (Belle Epoue).</i></p> | <p>carretas con sal y leña, el pisotear de los caballos y el inconfundible olor a guate. La actividad de secado de café proveniente de Berlín y del Socorro dio origen al patio de secado central, esté relacionada con la actividad económica de los progenitores de la Familia Zuñiga Clachar.</p> | |
| <p>Casa de Esperanza Castrillo</p>  <p><i>Fuente: Municipalidad de Liberia</i></p> | <p>Vivienda de adobe y bahareque, construida en la década de 1820 y ampliada a inicios del siglo XX, sigue un diseño arquitectónico colonial y es una de las casas de adobe más antiguas de la ciudad. Posee gran autenticidad y relevante valor cultural, rememora el paisaje urbano de la primera mitad del siglo XIX y es parte integrante del Centro Histórico de la ciudad de Liberia.</p> | <p>1801-1850</p> |
| <p>Casona de Santa Rosa</p>  | <p>Este Museo Histórico expone los hechos más relevantes de la historia sucedida en la Hacienda de Santa Rosa y sus corrales de piedra (proceden de la época colonial), escenario de la batalla del 20 de marzo contra los filibusteros en defensa de la soberanía nacional. Además, disfrutar de una sala de exhibición sobre el Área de Conservación Guanacaste (ACG).</p> | <p>1851-1900</p> |
| <p>Casona Hacienda el Jobo</p>  <p><i>Fuente: Municipalidad de Liberia</i></p> | <p>Constituye uno de los pocos ejemplos de la arquitectura de las viejas haciendas ganaderas de Guanacaste. Su valor arquitectónico vernáculo el cual incluye el bahareque, madera trabajada a mano, tejas de barro cocido y corrales de piedra. Fue escenario de una importante batalla el 26 de mayo de 1919, entre las fuerzas revolucionarias que se enfrentaron a la dictadura de los Tinoco, en la denominada revolución del Sapoá.</p> | <p>1851-1900</p> |

| | | | |
|--|---|---|------------------|
| <p>Antiguo Cuartel</p> |  | <p>Su construcción se inició en 1936, abarca una cuadra completa con un área de 4432.52 m² de construcción, fue la antigua Comandancia de Plaza de Liberia. La ciudad ha jugado un papel de gran relevancia estratégico-militar a lo largo del tiempo, en razón de su cercanía con la frontera con Nicaragua, ejemplo de ello, han sido la Campaña Nacional 1856-1857, la lucha contra la dictadura de Federico Tinoco en la década de 1910, y los sucesos militares luego de la guerra civil de 1948.</p> | <p>1901-1950</p> |
| <p>Escuela Ascención Esquivel Ibarra</p> |  | <p>El inmueble es una construcción de bahareque del año 1904; de dos plantas, patio interior y arquitectura simple basándose en líneas geométricas, construido e inaugurado durante la administración del Presidente Ascención Esquivel Ibarra.</p> | <p>1901-1950</p> |
| <p>Puente Real</p> |  | <p>Ubicado sobre el Río Liberia, contiene valores intrínsecos como ser la primera estructura ingenieril que se instala en el sitio en el año 1907 por la empresa norteamericana American Bridge Company of New York, luego de cubrir el viaje Nueva York- Puntarenas, para luego arribar a Bebedero. Es una empresa norteamericana de gran prestigio y éxito a nivel mundial que existe en la actualidad, con más de 100 años de existencia. El Puente Real fue uno de los primeros de su producción ya que ésta nace en el año 1905.</p> | <p>1901-1950</p> |
| <p>Puente de Guardia</p> |  | <p>Construido sobre el río Tempisque, fue construido en 1926 por la United State Steel Products Company quien edificó la mayoría de los puentes de esa época, en segunda administración de don Ricardo Jiménez Oreamuno. Constituyó una de las principales vías de acceso de la localidad, elaborado en metal bajo el sistema de arrostramiento y estabilización lateral formada por tensores de barras, es un puente de estilo bayle que consta de dos semiarcos apoyados sobre bastidores, manteniendo una superficie de rodamiento en el cuarto inferior de la altura.</p> | <p>1901-1950</p> |

| | | | |
|---|---|--|------------------|
| <p>Kiosco del Parque Mario Canas</p> |  | <p>Construido en madera, es en su género uno de los más antiguos existentes en el país, su arquitectura es vernácula muy representativa a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, edificado junto con la construcción del Parque Central, con el cual forma una unidad arquitectónica; lugar de acontecimientos sociales y culturales muy importantes.</p> | <p>1851-1900</p> |
| <p>Ermita de Nuestro señor de la Agonía</p> |  | <p>En ella finaliza la Avenida 25 de Julio, representa un hito arquitectónico como reflejo de lo más tradicional y autóctono de la arquitectura guanacasteca de finales del período colonial. Sus paredes son de adobe, técnica en la que los grandes bloques de barro dan solidez a los muros que alcanzan hasta un metro de espesor. La cubierta del techo es de tejas antiguas hechas a mano, soportadas por artesones, columnas y vigas de madera labrada. El piso es de loseta de arcilla. Fue una de las primeras iglesias en tocar las campanas al concluir la campaña de 1856, combina, en su diseño sobrio y elegante, las influencias colonial y neoclásica.</p> | <p>1851-1900</p> |
| <p>Antiguo Templo Católico Nuestra Señora de las Mercedes</p> |  | <p>Construida entre los años 1921 y 1922, constituye una edificación pionera en la fundación de dicha comunidad guanacasteca. La edificación posee gran valor histórico y afectivo para la comunidad de Guardia de Liberia.</p> | <p>1901-1950</p> |

Fuente: elaboración propia

5.3.2.2 Patrimonio Cultural Inmaterial

Liberia no es una metrópolis como San José o cualquiera de sus ciudades vecinas, es una ciudad pequeña y tranquila donde la atmósfera colonial, todavía existe. Se caracteriza por ser una ciudad con costumbres, tradiciones e idiosincrasia muy arraigada a las haciendas, donde aún hoy, gran parte de sus habitantes mantienen rasgos de pueblo; hacen sus compras o diarios en pulperías de los barrios, feria del agricultor o mercado, hay pocos supermercados en la ciudad, los pobladores mantienen la tradición de asistir a misa y pasar el domingo en el parque central, utilizar la bicicleta como medio de transporte de los barrios y jugar en la plaza de football todas las tardes.

La Ciudad es anfitrión de diversas actividades que atraen visitantes a lo largo del año, donde es posible disfrutar y contemplar algunas de las tradiciones y costumbres costarricenses. Sin embargo, hay valores culturales muy arraigados a esta provincia que destaca del resto del país.

Es necesario partir de la llegada de los españoles, quienes traen consigo ganado lechero, vacuno y porcino por vía terrestre y proliferan en la zona norte las haciendas coloniales que permearon en el estilo de vida y las costumbres del guanacasteco. Mujeres y hombres mulatos, mestizos, negros y españoles intercambiaron su trabajo en las haciendas que administraban los llamados Gamonales. El trabajo del sabanero iniciaba a las tres de la madrugada y podía concluir a las seis de la tarde jineteando y conduciendo a las reses por los mejores pastos, cuidando de que no fueran atacadas por animales y conduciéndolas a los corrales por la noche. Tenía un estilo de vida muy particular; se desprendía de su grupo familiar para dedicar su tiempo al trabajo en la hacienda, donde la alimentación básica consistía en arroz, frijoles y cuadrado (plátano

hervido), acompañado de tortilla y huevo, y de vez en cuando, un trozo de carne o queso.

Existían las “fonderas”, mujeres a cargo de las cocinas en las haciendas que atendían decenas de hombres quienes acostumbraban por las noches, al finalizar su faena o luego de largos arreos bajo el intenso sol de la pampa, reunirse para compartir sus penas y alegrías, acompañados de la luna que alumbraba las secas planicies.

La fierra también desencadenaba otro fiestón, clasificaban y marcaban el ganado, aprovechando para practicar la suerte en las montaderas de toro y potro salvaje, ahí iban probando los mejores animales para las fiestas. Acostumbraban por las tardes y noches, las coyoleras, donde se desarrollaban las llamadas lunadas o espacios nocturnos, donde las personas se reunían bajo la luz de la luna a bailar, comer comidas criollas, tomar vino de coyol y escuchar música de guitarras y marimbas. Destacan también las parranderas, bailes populares que congregaban a los del pueblo a disfrutar de la fiesta.

De esta manera, con la destacada figura del sabanero y cocineras de las haciendas guanacastecas, se desarrollan nuevos elementos culturales que abarcan la vestimenta, el lenguaje particular, las comidas y las fiestas que pasó a formar parte de la expresión genuina del ser guanacasteco y la denominada “guanacastequidad”; comprende el conjunto de características y elementos propios, muy simbólicos que moldean el ser y el sentir del guanacasteco en su vida cotidiana, que aun, hoy día, se conservan.

5.3.2.2.1 Fiestas Cívicas de Liberia

Tal como se indicó, la ciudad de Liberia tuvo su origen en el contexto histórico-social y económico de las haciendas ganaderas guanacastecas, a mediados del siglo XVIII. Entre la última semana de febrero y la primera de marzo se celebran las Fiestas Cívicas de Liberia. Las “Bombetas” con su gran estruendo, dan inicio a los festejos a la media noche.

a) Tope de Toros

Una de las tradiciones asociadas a la ganadería, más arraigada en el pueblo liberiano, es el Tope de Toros como se aprecia en la ilustración 5. Durante la semana de fiestas cívicas hay tope de toros todos los días, mismo que ha sido declarado manifestación del patrimonio cultural inmaterial liberiano y guanacasteco y con una Declaratoria de Interés Público, donde se hace un llamado a las instituciones del sector público y del sector privado, a contribuir en la medida de sus posibilidades, a la realización anual y por ende a la conservación de esta importante tradición cultural liberiana y guanacasteca.

Ilustración 5.- Tope de Toros, Fiestas Cívicas de Liberia



Fuente: propia

En el país se les conoce como topes a los recorridos de caballistas, esas actividades son en realidad desfiles, ya que los jinetes solo se pasean con la bestia por las principales calles. En los topes de toros en Liberia, hay un encuentro entre el ganado y el público, acompañado de expresiones musicales, festivas y gastronómicas locales, así como artesanales propias de la talabartería, tal es el uso de albardas, pellones y otros aperos en los caballos, acompañados también por músicos y mascaradas. Inician al frente del centenario puente Real, lugar donde, en días de fiestas, los sabaneros iban a topar el ganado que jugaría en la plaza de toros. Liberia tuvo reconocidos nexos con los hacendados de Rivas y Nicaragua, el intercambio comercial de ganado fue evidente. Cuando en la Ciudad Blanca se realizaban fiestas, se visitaban las haciendas más cercanas (Santa Rosa, El Jobo, Ahogados, Las Trancas, La Cueva y otras), para que los sabaneros arriaran el ganado cimarrón que se iba montar en el pueblo. Cuando en el caserío se enteraban que los toros venían arriados, todos salían a topar el ganado entre algarabía, alegría y tensión. En el Puente Real sobre el Río Liberia, el mandador de la finca que facilitaba el ganado se lo entregaba al mandador de toros, quien, junto

con sabaneros, músicos y mascaradas, arreaban por la calle Real, doblaban en el edificio de la Gobernación hacia el este por la avenida 25 de Julio y llegaban hasta un costado de la Ermita de Nuestro Señor de La Agonía, donde se realizaban las fiestas y la jugada de los bovinos. Se trataba de una actividad únicamente para hombres. (La Nación, 2013).

Hoy, permanece la esencia de la tradición, a pesar de que la ruta y algunos aspectos han cambiado. El recorrido inicia en el puente Real y dobla en la antigua Gobernación, culmina en el campo ferial, a un costado del hogar de ancianos, con un trayecto mucho más extenso. A lo largo del camino, muchos liberianos se reúnen a observar, razón por la que ahora solo se arrea ganado manso y con la participación de muchas mujeres y niños montando a caballo, en compañía de la Reina de las Fiestas y sus Damas de Compañía las que encabezan el tope de toros, junto con los músicos que van en carros y no a pie como tradicionalmente lo hacían, viendo para atrás porque se podía salir un toro.

Hay un día especial al que se le llama Tope de Gala; aquí los jinetes visten los trajes de gala típico en sus mejores aperos y pellones, los hombres visten pantalón beige y camisa blanca, las mujeres coloridas enaguas y camisa blanca tal como se parecía en la ilustración 6, y en la ilustración 7, la flor huele de noche en sus moños. La ciudad se llena de colores; veraneras (bouvangilleas), malinches, entre otras coloridas flores adoran los balcones de los edificios y comercios. El vino coyol, no puede faltar.

Ilustración 6.- Traje típico noche de gala



Fuente: propia

Ilustración 7.- Flor huele de noche



Fuentes: propias

El Tope de toros finaliza en el campo ferial, en la Monumental Plaza Camilo Reyes, donde se realizarán las tradicionales corridas de toros y montaderas. Esta es la estructura de espectáculos tradicionales taurinos más grande del país; los tablados (las graderías) las construye cada “tabladero”, con el techo de hojas de palma. Se estima que a la plaza ingresan unos 1.000 toreros improvisados que son parte esencial del espectáculo, junto con el hecho de que las montas las ven quienes pueden pagar y

quienes no, ya que es impensable que en Liberia la barrera se construya cerrada o como un redondel en el que sólo se tiene ingreso por una puerta principal. En las Fiestas Cívicas de Liberia, quien dispone de dinero paga un tablado rústico y quien no tiene dinero “se la juega” y ve las montas por debajo de los tablados, donde es común ver “marimbas de chiquitos” y de familias disfrutando las montaderas. (La Nación, 2013).

b) La Diana

En las fiestas no puede faltar el ritmo parrandero, mismo que nació en Liberia según datos de los archivos históricos de la banda militar de Liberia, en aquella época, solo las cabeceras de cantón tenían bandas Militares financiadas por el Estado, los cuales hacen suponer que “la parrandera” o el “ritmo parrandero” (mismo que se inspiró en el paso del caballo criollo que se utilizó en Guanacaste), nació en la Ciudad Blanca, producto de que los sonidos militares entonados por trompetas durante la mañana para comunicar incendio, llegada del Presidente de Costa Rica, revolución y fallecidos u otros y el deseo de, quienes en el pueblo sin ser profesionales, hacían música sonando tarros y eran popularmente conocidos como los “Espanta Perros” y otros calificativos groseros.

Cada día las fiestas finalizan a las 5 de la mañana con la tradicional “Diana”, un grupo de personas que tocan trompetas, tambores y tubas y estallan bombetas con el propósito de despertar a los pobladores de Liberia y que estos salgan a la calle a bailar y disfrutar. Se considera que la Diana se mezcló con los toques militares que el pueblo

guanacasteco la adoptó de España y lo celebra a su manera, resulto la idea de esperar el sol con alegría con parranderas que hoy es música alegre auténtica.

c) La Burra

En las fiestas Cívicas no puede faltar la “Burra”, inspirada en los burros de Don Luis Rivas, fuentes orales afirman que tiene no menos 70 años de celebrarse; inicia a las nueve de la mañana con un buen grupo de sabaneros y caballistas. Uno de ellos lleva el cacho para repartir los tragos, otro encargado de tocar el clarín cada vez que estaban frente a la casa del contribuyente escogido. El recorrido terminaba en la plaza de toros. Durante muchos años hubo diferentes burras que se utilizaron para celebrar el día de La Burra, en ese tiempo, por lo general se celebró en el último día de las Fiestas Cívicas. La Burra era preparada para recorrer las calles de Liberia. Sobre ella se colocaba una silla de montar, aperos y vaquetas viejas, tarros, vasenillas, jarros y chunches viejos (al igual que en el presente). Con tales atavíos, el animal era conducido por las principales cantinas y casas de personas conocidas de aquel entonces. Al llegar a determinado lugar, alguien tocaba un clarín y entonces la persona salía a entregar licor o dinero para comprarlo. El que se negara a darlo o se escondiera, era montado sobre aquel animal y luego paseado por las calles, para que tuviera vergüenza por tacaño. Se pasaba por la Antigua Gobernación, detrás de La Burra iban los jinetes tomando lo que les iban dando, todo el recorrido era a caballo.

5.3.2.2.2 La Incorporación del Partido de Nicoya

Cada año, el país celebra “La Incorporación del Partido de Nicoya (hoy Guanacaste) a Costa Rica, un 25 de julio de 1824. Este feriado nacional, Costa Rica lo conmemora de manera especial mediante el desarrollo de diversas actividades en todo el país que incluyen actos cívicos, tal como se observa en ilustración 8, presentaciones culturales y artísticas en una escuela de la Ciudad, así como la preparación de comidas a base de maíz como máxima expresión gastronómica de Guanacaste. Esta provincia destaca por su riqueza cultural expresada en la música, las danzas, la literatura, las comidas y las formas de celebración comunitaria que varían entre las regiones de Guanacaste, las cuales constituyen un tesoro cultural invaluable para Costa Rica. En la Ciudad de Liberia se celebra con cimarronas, desfiles de bandas de escuelas y colegios, música típica como el “punto guanacasteco”, comidas típicas por doquier y la feria anual de la Cámara de Ganaderos de Liberia, donde se llevan a cabo distintas actividades.

Ilustración 8.- Actividades escolares en celebración del 25 de julio



Fuente: propia

Durante la colonia, la Alcaldía Mayor de Nicoya era autónoma, pero dependía de Nicaragua y en otras oportunidades de Costa Rica. El llegar la independencia su situación no era del todo clara. Existía un lazo político con Costa Rica al hacer una unión electoral para enviar un representante a las Cortes Españolas, así cumplir con el número de habitantes requerido para la elección de dicho diputado. Para entonces, ambos estaban bajo las autoridades de Leon, Nicaragua. Con la independencia Costa Rica se constituye en Estado de forma pacífica, formando su propia Junara Gubernativa presidida por el padre Manuel Alvarado Hidalgo. Nicaragua por su parte, entro en guerra civil, pudiendo ser esta, una de las causas por las que los habitantes del Partido de Nicoya gestionan su incorporación definitiva al Estado de Costa Rica, luego de que los habitantes de los pueblos de Santa Cruz y Nicoya efectuaron un plebiscito por medio del cual decidieron por "su propia voluntad" unirse a Costa Rica, junto con el pueblo de la Villa del Guanacaste (hoy Liberia). Otras de las posibles causas, se sustenta en al activo comercio entre ambos, utilizando el Rio Tempisque, para el trasiego de productos agrícolas y ganaderos.

5.3.2.2.3 La Pasada del Niño

Dentro de las celebraciones que también forman parte del patrimonio cultural intangible², es la Pasada del Niño todos los 24 de diciembre. Al ritmo de las notas musicales de la Banda de Conciertos de Guanacaste, se trata de una tradición que busca recordar el verdadero significado de la Navidad desde 1920. El recorrido es entre

² Declarada de interés Cultural por el Decreto Ejecutivo No. 200-C.

la ermita ubicada en el Barrio Condega hasta el templo de La Agonía, al rito de las parranderas, jotas y danzas, como por ejemplo 'Danzón Emilia' y 'Del tope a la corrida', y no faltan los villancicos.

Según detalle de la historia, aportado por Dona Lía Bonilla y Luz María Baltodano de Valdelomar, mayordomo de la venerada imagen, durante la dictadura de Federico Tinoco, la señora Lola Carrillo —descendiente de don Braulio Carrillo, y esposa del gobernador y comandante de plaza de Liberia— vivía detrás de la escuela Ascensión Esquivel. Estado la señora Carrillo una tarde sentada en un poyo de piedra, típico de las residencias de la Ciudad, vio a un hombre que una rapidez se le acercó y puso en su regazo una imagen de madera del Niño Dios, indicando que le pertenecía a Liberia. Ella, mantuvo en su casa con devoción y aprecio aquella imagen, hasta que, en el año de 1919, cuando caen los Tinoco, se vio obligada a irse de la Ciudad junto con su esposo. Ante de huir, fue donde doña Anita Baldioceda de Valdelomar, que vivía a cuadra y media de la suya y le dejó la imagen que aquel misterioso hombre le había entregado y le recalcó: “Este Niño Dios es de Liberia y por tanto no me lo puedo llevar. Usted se encargará de él”. Doña Anita empezó a llevar la imagen a partir de las 7 de la noche, cada 24 de diciembre, a la ermita de Nuestro Señor de La Agonía en compañía de su numerosa familia, luego se unieron vecinos y con el tiempo ciudadanos de toda la Ciudad. (GN Guanacaste Noticias, 2016).

La imagen se mantiene en el tradicional portal (sagrada familia) adornado con papel encerado y colocado por niveles; lucecitas rutilantes, animalitos y estampas

representativas propias del quehacer de la región guanacasteca, con las aromosas ramas de árbol de madroño, con hojas verdes y flores blanquecinas, presencia típica en los portales liberianos.

Todos los años, el Niño estrenando vestido en los primeros años, las hermanas Baldioceda Salazar confeccionaron los vestiditos del Niño; y que cada año alguien le regalaba el trajecito que estrenaría la Noche Buena.

Por muchos años, doña Luz María Baltodano abrió las puertas de su casa; antigua, de bahareque y madera, encalada, con corredores y patio central, ubicada en Calle Real, 150 metros de la Gobernación. Dejo pasar adelante a las vistas del Niño; muchachos, adultos y muchos niños, invitó a saludar al Niño y tomarse una rica horchata y una chicha con buen jengibre, hasta esperar las 7 de la noche, hora de la procesión, todos en la calle esperan al niño en su cochecito blanco, llevada por su madrina y su padrino, con sus trajes de primera comunión, acompañados por sonidos de pitos y aplausos y vivas al Niño.

5.3.2.2.4 Leyendas

Son parte de la idiosincrasia costarricense. En Guanacaste, son las leyendas de muertos, aparecidos y milagros de personajes reales o inventados que la gente de antaño recreó en situaciones extraordinarias, ya sea para dejar una enseñanza al oyente, casi siempre los niños, muy arraigadas a la vida en la hacienda, ya que surgen de la construcción de relaciones entre los pobladores con la naturaleza y su modo de

vida. Hoy, continúan siendo transmitidas de generación en generación como narraciones o relatos de sucesos fabulosos, a veces con una base histórica.

La "La Mona", es la historia de una mujer quien hizo un pacto con el diablo, ella en el día es una mujer y de noche se convierte en una criatura peluda y de baja estatura, con la cara con aspecto de simio, cuerpo cubierto de pelos, ojos rojos y penetrantes, además de tener un grito escalofriantemente desesperante y aterrador. Se dice que "la mona", esa desdichada mujer, asusta a los transeúntes que deambulan por los solitarios caminos, ya que se atreve a llegar hasta los barrios céntricos de los pueblos, correteando sobre los techos de las casas, arañando el zinc con sus garras, justo cuando se acerca la media noche y Liberia duerme bajo la luna llena.

La mayor causa de su aparición es por los hombres mujeriegos, borrachos y que viajan solos en horas de la madrugada. Para evitar encontrarse con esta temible bestia deben seguir las siguientes recomendaciones dadas por las personas que ya han pasado por esta experiencia; andar acompañado en horas de la madrugada, evitar zonas oscuras y solas y no caminar ebrio en horas de la noche.

Por su parte la leyenda "El Cadejos"; cuenta la historia que, en una familia muy humilde, el jefe de familia era muy borracho, muy común en los hombres de las haciendas, muchos trabajan y esperan su día de pago para irse a beber!, para mal de su esposa e hijo, quienes estaban cansados de tal situación; él llegaba por las noches ebrio y sin el mínimo sentido común. Una noche su esposa e hijo deciden jugarle una

broma para que aprenda su lección, el hijo se vistió de un tipo de perro negro con cadenas para asustar a su borracho padre, justo cuando caminaba el hombre en horas de la noche. ¡El susto fue tal! que maldijo al hijo al describir su verdadera identidad y éste, se convirtió en aquel animal del cual se había disfrazado. Se dice que esta criatura no es mala, pero que si se le aparece a las personas borrachas que andan merodeando por la noche no les hace daño solo los asusta para que aprendan su lección.

“La Llorona”; es la historia de una mujer basada en la desaparición de su hijo, quien se deshizo de la criatura solo por complacer a su amado, pues no quería a ese bebé. Cuanta la leyenda que luego de ser despreciada por el hombre, arrepentida deambula por los ríos en busca del niño, llorando y reclamando su regreso. Se dice que en algunos ríos todavía se oye su llanto y sus gritos de desesperación por la pérdida de su hijo. Testigos la describen como una mujer de cabello largo y negro, con vestido blanco, sucio, mojado y roto, no usa zapatos, vaga descalza por las piedras y orillas.

En las noches de luna, hay quienes afirman que se escucha el llanto de esta mujer, y se le puede ver tras el rayo de luna en el agua del río, tratando de alcanzar a su hijo.

Otros creen que el Señor, por su gran misericordia, tendrá compasión de ella y que algún día lo alcanzará, volverá a la vida y será un gran hombre revolucionario de la sociedad.

La leyenda de la “La Roca Bruja”; cuenta que los indios que habitan en ese lugar eran atacados por una bruja constantemente, se robaba a los niños y se los comía, también se dice que se convertía en una serpiente gigante y obstruía el paso a la playa

para que los pobres indios no fueran a recoger agua. Entonces el chamán del pueblo hizo una poción para dormir a la bruja por lo menos media hora, se necesitaron veinte guerreros para sostenerla y el plan era encerrarla en una cueva que había en una isla cercana, cuando llegaron, la marea estaba baja pero iba aumentando y cuando la encerraron la marea aumentó y un guerrero se quedó adentro, dicen que se escuchaban los gritos del pobre hombre y actualmente se dice que a medida que las mareas suben y bajan la piedra que mantiene encerrada a la bruja se está desgastando y liberando a la bruja. Cuando los barcos pasan se oyen alaridos del pobre hombre.

Muy conocida en casi todo el territorio nacional, la leyenda de “La Segua”; *se dice que una mujer muy hermosa y deseada por los hombres, despertó la envidia de una bruja fea y malvada, quien la maldijo y le lanzó un hechizo que la convertiría en una horrible y espantosa bestia. La criatura tiene cuerpo de mujer y cara de yegua. Cuenta la leyenda, que la hermosa mujer deambula por la noche y aparece a los hombres mujeriegos o embriagados, los seduce para que le hagan la parada, justo cuando la recogen, se convierte su rostro en una fea y dientona yegua. Recomiendan en los pueblos; no andar de mujeriego y jamás interactuar con mujeres de aspecto extraño por más linda que sea.*

La Leyenda del “Rincón de la Vieja”; es un encantador relato que explica el origen del nombre del volcán Rincón de la Vieja. La princesa Curabanda se enamoró de Mixcoac, jefe de una tribu enemiga vecina. Cuando su padre, Curabande, se dio cuenta

de la relación, capturó a Mixcoac y lo lanzó dentro del cráter del volcán. Curubanda se fue a vivir a un lado del volcán y dio a luz un hijo. Para permitir que el hijo estuviera con su padre, ella también lo lanzó dentro del volcán. Por el resto de su vida, Curubanda vivió cerca del volcán y llegó a ser una poderosa curandera. La gente se refería a su casa como el “Rincón de la Vieja”. Desde entonces el volcán lleva ese nombre.

El Jinete sin Cabeza, el Niño que salvo a Guanacaste de la Sequía, La Carreta sin Bueyes, son otros ejemplos de algunas, de las muchas leyendas que se escuchan en los pueblos guanacastecos.

5.3.2.2.5 Diccionario de Guanacastequismos

Se cuenta, además, con un Diccionario de Guanacastequismos que contiene un corpus de 3600 vocablos, frases y referencias gramaticales y culturales relacionadas con la identidad cultural del ser guanacasteco. Según Marco Tulio Gardela, uno de los autores de la segunda edición, mejorada en cantidad y calidad; *“El mapa lingüístico de Costa Rica indica, con claridad, la existencia del dialecto guanacasteco. Efectivamente, es manifiesto ahora, y lo fue aún más en el pasado, la peculiaridad léxica, fonética y morfosintáctica del español hablado en Guanacaste”*. (párr. 1).

Dentro del diccionario se ha rescatado el lenguaje muy guanacasteño para referirse a las comidas. En la denominación de los alimentos y las técnicas de elaboración y cocción se encuentra la influencia lingüística náhuatl (terminación tl de México) y náhua

(terminación te de Centroamérica), que aún se utiliza en la zona norte del país, como tinamaste, ayaste, payaste, entre otros términos.

Los españoles que llegaron en el momento de la conquista del norte del país tuvieron que asentarse en el sustrato lingüístico indígena chorotega y náhuatl, con la denominación de vocablos para identificar alimentos, animales, lugares y actividades cotidianas propias del entorno indígena. En este proceso de conquista, se logró imponer el habla castellana, y prevaleció en muchos aspectos vocablos náhuatl y con la llegada de población inmigrante africana, surgen nuevos vocablos de raíz africana para denominar comidas, alimentos y otras cosas. De tal forma que el habla guanacasteca es una mezcla donde se evidencia la influencia de raíces indígenas y el uso de vocablos náhuatl, el castellano y vocablos de origen africano. Una mezcla no solo evidenciada en el habla, sino, también en otros rasgos criollos en la música, las comidas y formas de vida de los guanacastecos.

De importancia destacar un hecho muy particular en Liberia. Durante la segunda mitad del siglo XVIII se dio un éxodo importante de españoles y nicaragüenses provenientes de Granada hacia la Ciudad, lo cual también influyó en el estilo de vida de los pobladores de Guanacaste y en el habla con un mestizaje entre el idioma castellano y vocablos de población indígena perteneciente a la etnia de los nicaraos (Araúz, 2004).

Por último, durante el siglo XVIII, también se dio una importante migración del Valle Central del país hacia los centros de población que cubría el Partido de Nicoya, como

Nandayure, Hojancha y Tilarán, lo cual también influyó en el establecimiento de nuevas formas de comunicación y estilo de vida entre los pobladores de Guanacaste. Los migrantes del Valle Central eran identificados con el apodo de “cartagos” y era notorio su estilo de vida diferente a los oriundos de Guanacaste (Araúz, 2004).

Todo lo anterior dio como resultado el establecimiento del habla guanacasteca, que presenta diferencias en cuanto a regiones en la misma provincia debido precisamente a ese mestizaje, y patrones migratorios presentados, pero resalta lo genuino en las formas de comunicación que muestran alegría, picardía, la identidad con la pampa y las actividades ganaderas, las bombas y retahílas.

5.3.2.2.6 Gastronomía

La provincia en general se ha destacado por una rica tradición culinaria, basada en el amplio uso del maíz, siguiendo las técnicas ancestrales en el procesamiento del grano, y la elaboración de comidas típicas que tienen un valor diferenciado al resto del país. Existe una diversificación en el uso del maíz blanco, amarillo y morado, y técnicas de elaboración de herencia mesoamericana que han prevalecido con el tiempo.

Es posible encontrar comidas criollas guanacastecas, elaboradas artesanalmente por familias y mujeres siguiendo las recetas heredadas de generación en generación. Dichos productos se venden de manera directa o mediante la distribución local en mercados y pulperías de la zona, sin traspasar los límites de la provincia, con lo cual

para el visitante nacional y extranjero las comidas guanacastecas son parte de los atractivos turísticos.

De la típica tortilla de consumo en toda la provincia, resalta el procesamiento del grano de maíz seco con cal y ceniza, como se observa en las ilustraciones 9 y 10, llamado nixtamalización o nixquesar³. Es una tortilla que destaca por sus mayores dimensiones y grosor, y por ser elaborada indistintamente con maíz blanco, amarillo o morado.

Ilustración 9.- Nixtamalización del maíz



Fuente: propia

Ilustración 10.- Proceso de cocción

³ Vocablo que proviene del náhuatl nextli que significa cenizas de cal y tamalli, referente a masa de maíz cocido. Fue desarrollado los Olmecas, civilización que se desarrolló en el sureste de Veracruz y en Tabasco, México, y cuyos registros más antiguos datan de 1500 a.C



Fuente: propia

Su elaboración artesanal, siguiendo la técnica del palmeado al aire con una gran destreza de las cocineras, sin apoyarse en la mesa, usando las dos manos hasta alcanzar una dimensión cercana entre 15 y 20 cm de diámetro. El asado en el comal de barro, que se aprecia en la ilustración 12, resulta en un producto de exquisito sabor que se colocan en fogones, con un control de la temperatura exacto para lograr una tortilla cocida y blanda que sobresale en la gastronomía tica. Hoy en día, la tortilla es un alimento que aún forma parte de los hábitos alimentarios de gran parte de la población en Guanacaste, con la disponibilidad del producto de elaboración artesanal en el comercio, es posible adquirirla en la mayoría de mercados, pulperías o sodas guanacastecas por su alta demanda local. (Ross, 2007)

Ilustración 11.- Elaboración de tortilla o “palmeado”



Fuente: propia

Ilustración 12.- Uso de Coman y fogón



Fuentes: propias

En Guanacaste logran conservar sus raíces y permearon nuevos alimentos y formas de celebración, basadas en manifestaciones de sincretismo religioso indígena y católico y el desarrollo de comidas criollas mestizas de exquisito sabor de influencia indígena, española y africana.

Una costumbre aun visual, es el cocinar con leña en fogones y hornos de barro, además del uso de herramientas que están presentes desde la época precolombina, tales como los jícaros para comer o almacenar alimentos, las nimbueras o tinajas de barro, el comal de barro y la cocción en hojas de plátano o tusas de maíz.

Otros platillos destacados están el arroz de maíz⁴, el pozol⁵, las morongas⁶, la chanfaina⁷, ayaco⁸, el atol, ⁹el piñonate¹⁰, la marañonada¹¹, la carne al vaho¹², el tamal de chanco, el guiso de pipián, las rosquillas, marquesotes, las tanelas, las empanadas con relleno de queso y dulce de caña, destaca el queso tipo “cuajada” cuya forma es de una gema y de consistencia granulosa. Este queso blanco elaborado con leche íntegra fresca es elaborado artesanalmente y se consume con tortilla.

Cabe destacar el uso del cerdo y la gallina en muchos de los platillos típicos de la región. Así, por ejemplo, el platillo llamado gallina henchía consiste en una gallina rellena con papas, huevos y otros productos con achiote, típica para las fiestas pueblerinas y familiares.

Por su parte, entre las bebidas más importantes figuran el atol de maíz blanco o amarillo, el atol de maíz pujagua, el chicheme, la chicha de maíz y bebidas criollas

⁴ Guiso de maíz con gallina.

⁵ Bebida a base de maíz morado o pujagua.

⁶ Morcilla o sangre cuajada y condimentada.

⁷ Guiso a base de vísceras de res o cerdo con olores.

⁸ Hojas de ayaco, cerdo, tapa de dulce.

⁹ Bebida a base de maíz morado o pujagua.

¹⁰ Dulce de papaya.

¹¹ Dulce de marañón.

¹² Carne de res con plátanos y cocida al vapor envuelta en hojas de plátano.

como la resbaladera, la horchata, pinolillo, y pinol. De la misma forma, es usual encontrar en los puestos de comida la limonada, el fresco de chian con limón, la pitarrilla¹³ y pitaya.

Una bebida antigua que aún ocupa un lugar especial en la gastronomía guanacasteca es el vino de coyol; se derriba la palmera de coyol¹⁴, hacerle un orificio en el tallo y dejar que la savia brote. Dado que el jugo contiene azúcares, pronto comienza la fermentación, y la producción de alcoholes se incrementa conforme pasan las horas.

Con las haciendas guanacastecas, la crianza de ganado vacuno y lechero cambió la vida en la región, con la producción de nuevos productos no presentes en la dieta de los pobladores antes de la llegada de los españoles. Leche, quesos, carnes y arroz, así como la jornada de trabajo del sabanero, las cocinas para la atención de los hacendados y trabajadores también cambiaron las cocinas y los platillos.

¹³ Bebida a base de harina de maíz con clavo de olor, canela, jengibre y dulce de caña.

¹⁴ *Acrocomia vinífera*.

Ilustración 13.- Ordeño artesanal



Fuente: propia

Existen técnicas culinarias aplicadas desde la época de la pre hispanidad; el hervido, la cocción a fuego lento en recipientes de barro, el cocimiento a las brasas, el uso de hojas para la envoltura y cocción de los alimentos, el secado de alimentos al sol y el tostado de maíz. Algunos ejemplos de la gastronomía pueden apreciarse en las ilustraciones 13, 14 y 15.

Ilustración 14.- Ayaco



Fuente: propia

Ilustración 15.- Tamal de elote



Fuente: propia

Ilustración 16.- Tamal asado



Fuente: propia

5.3.2.3 Otras Formas de Expresión y Saberes

El en el folclor musical de Guanacaste, hay una gran presencia de sangre indígena, mezclada con españoles. El resultado de esta fusión dio lugar al “Sabanero” alegre, enamorado, serenatero, bailador, montador de toros y buen jinete. En la parte musical hay que destacar la influencia que tuvo la inmigración colombiana en el siglo pasado. Es indudable que esta región ha tenido mayor riqueza musical de tipo folklórico en Costa Rica. Casi toda la música nacional gira alrededor de la Guanacasteca.

La marimba, instrumento que se observa en la ilustración 17, fue declarada instrumento musical nacional y se le considera un símbolo de cultura y tradición. Por medio de ella se expresa el folclor autentico del pueblo guanacasteco, es el instrumento musical más importante porque alrededor de ella gira toda la actividad artística y cultural. Lo cierto es que muchas canciones folklóricas o típicas se han conocido y

popularizado ejecutadas por la, marimba. Entre ellas: “Pasión”, “el Torito”, “el Pavo”, “el Son de los Novios”, “el Espíritu Guanacasteco”.

Ilustración 13.- Música de marimba



Fuente: propia

Los músicos por su parte, inventaron un nuevo ritmo al cual se le llamo caballito; con sus instrumentos imitaron y usaron el sonido que producen los caballos con sus cascos. Poco a poco lo fueron perfeccionando hasta llegar a convertirse en un ritmo popular y pegajoso al cual se le sumaron numerosas y bellísimas letras de los quehaceres de las haciendas y romances sin igual.

Fue el ritmo de moda en las “Parrandas”, así llamados a los bailes de las fiestas patronales de los pueblos de Guanacaste porque los sacerdotes se enojaban con los fieles que asistían; finalizaban a altas horas de la madrugada con más de una pelea y un montón de pasados de chicha y vino de coyol. Como era el ritmo de moda en las parrandas, la gente le solicitaba a la marimba que se largaran una parrandera, así, sin

necesidad de ser promovido y percibido, el cambio de nombre de este ritmo se dio de Caballito a Parrandera.

En 1845 la parrandera era interpretada por un grupo pequeño de instrumentistas de viento que 20 años más tarde conformaron la Banda Militar de Liberia¹⁵. A los músicos de Guanacaste nunca les costó interpretar este ritmo por el motivo de que conocían su origen.

En lo que respecta a la danza, “El Punto Guanacasteco”, nació por los años 1830 y su cuna fue el regazo mismo de este pueblo. Más de cien años corriendo por las venas y el gusto musical de antepasados en todo Guanacaste y en el resto del país.

Este ritmo de punto¹⁶ es ritmo auténtico costarricense nacido en esta provincia. En el campo musical es el sello particular, que une e identifica a todo el país.

Fue en 1944 en el Gobierno de don Teodoro Picado que es oficializado como Danza Nacional de Costa Rica.

Las “bombas” son ejemplos de expresiones orales, en su mayoría cuartetos, que expresan aspectos de la vida cotidiana, especialmente del guanacasteco donde se originan. Son un importante rescate tanto en la forma cultural como didáctica, a la vez en su contenido se logra dar motivación y mucha alegría. Forman parte del folclore y avivan sentimientos de un pasado que no ha de volver, pero que brinda la oportunidad

¹⁵ El 12 de julio de 1870, actualmente Banda de Conciertos de Guanacaste.

¹⁶ Parrandera.

de recobrar parte de la identidad y herencia cultural. Las bombas se improvisaban en las parrandas cuando se bailaba el “Punto Guanacasteco”.

Las “retahilas” por su parte, son versos improvisados, dichos por los peones y sabaneros durante sus faenas. Es como un sentimiento que sale de lo más profundo que requiere mucha imaginación para inventarla, similar a la habilidad de un rapero que improvisa, espontáneamente le va saliendo, son combinaciones en las cuales se riman palabras, pero con sentido y siempre van a hablar de un tema en particular.

En el Cantón, una figura destaca; Rafael Ángel Zúñiga Méndez¹⁷, es el retahilero que encanta y enamora con su prosa a la mujer fiestera; un icono para el folclor del Guanacaste de ayer y hoy. Su ropaje, la vaqueta y sombrero de lona son parte de la tradición. El apodo de ‘Pellejo e’ Lora’ se lo pusieron porque en su niñez se amarró en sus manos una tabla para imitar a las loras, se subió a un árbol y luego hizo un clavado en la Poza del Bejuco. Tras salir con golpes y moretones quedó bautizado.

5.3.2.3.1 El Boyeo y las Carretas

La UNESCO declaró en el año 2005 "La tradición del boyeo y las carretas" como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. El boyero, es el campesino al mando de su carreta y junto a sus fieles bueyes, han ejercido el oficio del boyero por generaciones. Un oficio aprendido desde pequeños, junto a su familia. Son los hombres,

¹⁷ El popular “Pellejo e’ Lora”.

principalmente, quienes heredan la tradición del boyeo, sin embargo, las mujeres siempre han participado de la tradición y en los últimos años han asumido un liderazgo importante. La Carreta en Liberia, distinto al resto del país, se ha utilizado comúnmente sin pintar.

En el Cantón sobresale la figura de José Luis Villarreal Villarreal¹⁸, un peón liberiano dedicado desde temprana edad al boyeo. Su carreta y bueyes son elementos para ganarse la vida y llevar el sustento a su familia. Este humilde hombre representa para los liberianos el amor al trabajo, folclor y amor a las fiestas cívicas y patronales. Siempre participa en desfiles, las comunidades que solicitan al personaje tienen de 'Güicho', boyero de la ilustración 18, colaboración desinteresada. Ahí lo verán cargando en su carreta el palo de coyol. Luce su vestimenta eterna, sombrero de lona y sandalias que lo enmarcan como un personaje muy querido en la pampa.

¹⁸ Conocido como "Güicho" Pizarro.

Ilustración 14.- Tour en carreta con "Don Guicho" en Calle Real



Fuente: propia

5.3.2.3.2 La Vida de Pueblo

Todos los elementos que comprenden el patrimonio cultural inmaterial de la Ciudad, son visibles más allá de sus fiestas cívicas del distrito primero del cantón del mismo nombre, Liberia. Cuando llega el verano, todos los pueblos que comprenden Liberia centro y el resto de distritos, celebran sus fiestas cívicas, muchas patronales, donde se manifiestan los elementos culturales que nos representan. En cada pueblo, hay una plaza, donde adultos, jóvenes y niños, "mejenguean" (termino popular usado para el juego de football entre amigos) en las tardes o domingos todo el día.

En Liberia, es común que las familias disfruten del Parque Mario Cañas Ruiz, especialmente los fines de semana, donde es usual que se lleven a cabo presentaciones culturales artísticas, "turnos" (venta de comidas criollas, bebidas,

suvenires, juegos para niños, etc), y la tradicional retreta los domingos después de la misa de las 6:00 p.m, en el kiosco patrimonio histórico. El parque Héctor Zúñiga Rovira conocido como “El Pulmón”, donde es frecuente ver personas de todas las edades haciendo ejercicio, y el Parque Rodolfo Salazar Solórzano, contiguo a la Ermita de la Agonía, conocido como “el parque de la Iguana”, donde los juegos para niños y máquinas para ejercitarse al aire libre, atrae a los pobladores, sobre todo a las familias.

Los jueves y viernes, se celebra la feria del agricultor. Todo tipo de productos locales es posible encontrar ahí, un espacio para que los agricultores de los distritos rurales y otros cantones cercanos como La Cruz y Bagaces, así como otros pueblos cercanos como Upala, los Chiles lleguen a la ciudad a vender sus productos.

Una particularidad de la Ciudad, es la venta ambulante de pasteles, agua de pipas y copos o granizados. Así como hay patys en Limón, hay pasteles en Guanacaste, en Liberia, por todo lado es posible comprar. Los pasteles son deliciosas empanadas de harina de trigo con distintos rellenos: carne mechada, frijoles, frijoles con queso, frijoles con chicharrón, arroz con pollo, papa, papa con chorizo. Se consiguen entre 500 y 700 colones y los sirven en una bolsita plástica transparente con opción de chile picante que se le pone al comento. Los vendedores andan en moto o en bici, a veces se les ve en las paradas de buses, como en la de Liberia frente al aeropuerto, descansando bajo la sombra.

Los vendedores de agua de pipa por su parte, no suelen mantenerse en las esquinas como si lo hacen los pasteleros, ellos van en su bicicleta a buscar los clientes; en las gasolineras, paradas de buses, parque central, es muy común que ofrezcan sus pipas frías.

5.4 JUSTIFICACIÓN DE SU DESARROLLO, RIESGOS Y FODA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

5.4.1 Justificación

La importancia del modelo de desarrollo sostenible y la necesidad en implementar un turismo sostenible como motor del resguardo del patrimonio cultural de Liberia, mismo que podría gestionarse de muchas maneras, dentro de los que destaca la creación de nuevos modelos de asociación entre el turismo y la cultura, promoviendo y protegiendo el patrimonio cultural mediante actividades turísticas de sensibilización; incorporando las aspiraciones de las comunidades y también mediante la vinculación de las personas por visitas culturales a la ciudad, que permita un vínculo más estrecho entre el turismo, las cultura de Liberia y las empresas.

Dentro de las razones técnicas que lo justifican están:

a) El modelo actual que sigue el país es un sistema sostenible; ello significa un uso inteligente de los recursos medioambientales, el respeto por la autenticidad

sociocultural de las comunidades, contar con operaciones económicas viables a largo plazo, el fortalecimiento de empresas medianas y pequeñas distribuidas por todo el país, procurar un alto nivel de satisfacción de los visitantes, visualizado como una necesidad y un derecho para todos. (ICT, 2015).

b) El país está buscando desarrollar nuevos productos y servicios turísticos que le den un renovado aire a la oferta turística nacional. Para ello apunta a la incorporación del patrimonio cultural inmaterial, como punta de lanza de darle una mejor puesta en valor a la sostenibilidad turística, que busca respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, conservar su patrimonio cultural edificado y humano y los valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y tolerancia entre culturas. Desde hace más de seis años, el país promueve mediante la incorporación del patrimonio cultural costarricense, el desarrollo de capacidades locales y la promoción de las ventajas comparativas locales para incentivar el desarrollo turístico sostenible. La estrategia ha incorporado un programa de gastronomía y coctelería tradicional costarricense, de artesanía con identidad para mejorar la calidad de los productos, y generar capacidades organizacionales y empresariales de los artesanos que participan. También un programa de capacitación turística escolar el cual busca generar una cultura turística sostenible en la población escolar, a fin de sensibilizar a niños y niñas sobre la importancia del turismo sostenible, el rescate de valores, tradiciones y sobre el compromiso de todos los actores en la construcción de un mejor país. (ICT, 2015).

c) El país impulsa los “Centros de Cultura y Turismo” como programa que trabaja de la mano con organizaciones y actores locales para organización de un producto turístico

cultural de alta calidad, en donde se presente la música, danza, gastronomía y demás particularidades culturales de las comunidades receptoras de turismo como una forma de reflejar la riqueza de la cultura local. Se busca establecer un espacio permanente donde el turista pueda disfrutar de diversas expresiones culturales, a la vez que profundiza en los elementos que forman parte de la identidad, y es mediante la identidad local que se apunta a generar diferenciación entre los diversos destinos, generando paquetes y oportunidades de comercializar los productos a las Mipymes que se establezcan mediante la iniciativa. (ICT, 2015).

d) La importancia que tiene la demanda turística futura, donde los turistas buscan hoy, más allá de productos turísticos de calidad y disfrutar, experiencias auténticas, llenas de emociones, que generen un valor y que, además, lleven implícito la protección ambiental mediante una operación sostenible en todos los ámbitos. Todo ello, dirigido a enriquecer la experiencia del cliente, que su visita sea impactada de gratos y memorables recuerdos. Como bien lo indica M. Socatelli, en su libro “*Mercadeo Aplicado al Turismo*”, 2013. (La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles, Pág. 7):

Un viajero post moderno que busca pertenecer a los lugares que visita mediante experiencias sensoriales (sensaciones), afectivas (sentimientos) y cognitivo-creativas (pensamientos), experiencias físicas y de estilo de vida (actuaciones) y experiencias de identificación social con un grupo o cultura de referencia (relaciones), para conectar con el consumidor. Los productos y servicios deben ser percibidos de forma viva y como algo cercano, desde la fase misma de búsqueda de informaciones por parte del comprador.

e) Existe un freno al desarrollo generado por la problemática de agua que agobia el destino, a falta de infraestructura, la sequía, entre otras causas. Se busca aprovechar los recursos u opciones existentes con la creación de este producto turístico cultural.

f) Es una de las provincias con el mayor índice de desempleo del país. Es necesario generar nuevas fuentes de empleo con especial atención a los jóvenes.

g) Hay necesidad de conservar el patrimonio cultural de la ciudad, ya que el municipio no cuenta con el presupuesto para su adecuado mantenimiento, hay proyectos en curso como la creación del Museo Guanacaste en el Cuartel que no ha sido posible concluir.

5.4.2 Riesgos

Dentro de los principales riesgos que se pueden identificar al implementar un producto turístico cultural están;

a) La inexperiencia de los actores locales; existe desconocimiento sobre el modelo de desarrollo sostenible que el país ha establecido para el sector turístico. No existe en la Municipalidad de Liberia una comisión de turismo, esa falta de conocimiento por parte del gobierno local y de las asociaciones de desarrollo, podría generar resistencia, atrasos y cambios en la esencia del producto, por tratarse de un órgano político.

b) Las políticas turísticas son nacionales y no regionales; existe un marco de estructura del sistema turístico fija para todo el país, sin valorar las especificidades de sus provincias; en la región, que se ha enfocado en un desarrollo del turismo sol y playa, existen dependencias económicas de inversores extranjeros o grupos de interés económicos muy puntuales, y éstos tendría eventualmente, la posibilidad de dirigir las condiciones a su favor, ya que para el gobierno local significan un alto porcentaje de sus ingresos por efectos de impuestos y otros.

c) Existe el riesgo de que no se alcancen los objetivos en todos los ámbitos de la sostenibilidad; social, económico, cultural y ambiental, que alguno se quede regazado por falta de información, una adecuada gestión o fallos en el seguimiento. Otros riesgos están asociados con la tramitología excesiva de las instituciones públicas respecto a las licitaciones de servicios y obras, el hecho de que el mantenimiento de los inmuebles del patrimonio histórico esté resguardado por leyes y procedimientos, llena de burocracia su gestión.

5.4.3 FODA

Tabla 2.- Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto cultural

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica y cuenta con Centro Histórico declarado en la ciudad. • Amplio horario durante todo el año y capacidad en ampliarlo. • Otros proyectos en desarrollo de mejoramiento de planta física por parte del mismo gobierno local. • Uso de tecnología moderna y eficiente. • Los productos están a corta distancia, favoreciendo logística operativa. • Autenticidad del producto, calidad y confiabilidad. Posibilidad de nuevos. • Mejor desempeño del producto, comparado con competidores. • Programas de capacitación continua por medio de alianzas con otras instituciones públicas. • Lista de clientes disponible. • Se puede atender desde las instalaciones actuales. • Gobierno local y actores comunales demuestran interés. | <ul style="list-style-type: none"> • Los competidores directos locales tienen productos de baja calidad, sin una estructura organizada. • Los clientes finales responden ante nuevas ideas que puedan ser incorporadas. • Se podría extender a otros cantones. • Nuevas aplicaciones especiales pueden incorporarse. • Se podrían lograr mejores acuerdos con los proveedores. • La influencia del mercado turístico hacia la sostenibilidad. • Amplia lista de contactos de potenciales clientes del sector turístico. • Subutilización de las redes sociales y medios electrónicos de competencia. |
| • DEBILIDADES | • AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en mercadeo directo. • Recurso humano limitado, necesidad de capacitación de guías locales en historia y cultura. • No se ha realizado ninguna prueba. • El proyecto podría tener variaciones que lo alejen de su esencia sostenible. • Procesos internos burocráticos. | <ul style="list-style-type: none"> • Intereses políticos podrían desvirtuar la esencia del proyecto. • Nuevos impuestos a los servicios en corriente legislativa. • La demanda del mercado es muy estacional. • Retención del personal clave. • Vulnerabilidad ante competidores más baratos (Nicaragua). |

Fuente: elaboración propia

A partir de aquí, es que se pueden establecer objetivos para mitigar las amenazas, eliminar las debilidades, potenciar las fortalezas y aprovechar las oportunidades, a la vez que se diseñan las estrategias para alcanzarlo.

Tabla 3.- Estrategias

| F.I | F.E | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|--------------------|-----|--|---|
| FORTALEZAS | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Generar y mantener un plan de mercadeo que incluya comunicación directa con los clientes y opinión pública con un énfasis que busque el mejoramiento del posicionamiento del producto en el destino. 2. Generar alianzas y sinergias con organizaciones vinculadas a las actividades culturales de Guanacaste, de promoción de la historia y cultura. 3. Generar un plan de capacitación constante e incentivo del recurso humano. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar y reaccionar ante los temas políticos e interese que puedan afectar la esencia del proyecto. <p>Utilización de todo el sistema (software) para medir y mantener finanzas sanas (Costo-gasto controlados).</p> |
| DEBILIDADES | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar clientes -eventos, mejorar y crear nuevos servicios y productos. (Innovación) y con esto hacer crecer el presupuesto. 2. Implementar un Sistema de Gestión de Calidad que permita tener procedimientos, controles y manuales de puestos actualizados. 3. Generar y mantener un plan de mercadeo que incluya comunicación directa con los clientes y opinión pública con un énfasis que busque el mejoramiento del posicionamiento del producto en toda la región. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar comunicados en redes sociales, expresando posición sobre la importancia de resguardo del Patrimonio cultural y gestión sostenible del turismo. 2. Generar redes de negocios y reconocimiento, donde se dé oportunidad de posicionar el producto cultural. 3. Crear una cultura organizacional orientada al servicio y competitividad. |

Fuente: elaboración propia

6 TOUR CULTURAL

Abarca distintas combinaciones de atracciones, actividades y rutas por la ciudad de Liberia. Para el diseño del producto turístico, se conoció en detalle los recursos culturales existentes, a partir de ellos, se han generado propuestas que respondan a las preferencias y necesidades actuales de los consumidores.

6.1 Definición del Concepto y Atributos del Producto

El producto turístico cultural a diseñar es un tour denominado “Cultural Liberia”, como producto turístico que aporte al desarrollo sostenible y resguarde el patrimonio cultural del cantón. Se busca conceptualizarlo y diseñarlo según las necesidades de los canales de distribución y las variables del destino, para ello, es necesario enlistar otros servicios complementarios en la ciudad (parqueos públicos, servicios de restauración, estaciones de policía, farmacia, etc.).

Busca la creación de nuevos modelos de asociación entre el turismo y la cultura, promoviendo y protegiendo el patrimonio cultural mediante actividades turísticas de sensibilización que se den en forma natural y auténtica; incorporando las aspiraciones de las comunidades y generando un vínculo entre el turismo y la cultura de Liberia.

El nuevo Plan Nacional de Desarrollo Sostenible de Costa Rica 2016-2021, determina como estrategia de innovación y diferenciación, la incorporación de programas relevantes a la educación cultural y a la diferenciación del destino por medio de la gastronomía local y artesanía con identidad, de manera que este producto turístico cultural, le permitiría a Liberia estar dentro del marco de ejecución de estos programas para mejorar el desarrollo del producto.

Si bien el Tour Cultural Liberia podría competir con otras opciones que ya se ofrecen dentro y fuera de la provincia, posee atributos y características propias que le

permitirían posicionarse dentro de Guanacaste donde está su principal público objetivo e incluso en el país para el turista nacional.

6.2 Situación Legal

Se ha contemplado el uso permanente de dos edificios para la operación del Tour Cultural Liberia. El Edificio de la Antigua Gobernación, mismo que fue declarado¹⁹ reliquia de interés histórico y arquitectónico, situado en la esquina sureste del Parque Mario Cañas Ruiz de la ciudad de Liberia.

Además de la prohibición de remodelación o demolición total o parcial de dicho inmueble, confiere que el futuro uso del mismo será acordado por el Ministerio de Cultura y Juventud y la Municipalidad de Liberia, asignando el mantenimiento del inmueble a dicho Gobierno local, pudiendo ejecutar cualquier restauración o remodelación bajo la asesoría del Departamento de Patrimonio Histórico del Ministerio de Cultura y Juventud.

El Antiguo Cuartel o Museo de Guanacaste, es declarado²⁰ e incorporado al patrimonio histórico-arquitectónico de Costa Rica, mismo que estuvo en posesión del Ministerio de Seguridad Pública, pero que hoy día pertenece a la Municipalidad de Liberia. Esta declaratoria, prohíbe la demolición del inmueble, e igualmente su

¹⁹ En La Gaceta N° 117 — 21 de junio de 1983, mediante decreto ejecutivo N° 14590-C.

²⁰ En La Gaceta N° 245 — 17 de diciembre de 1998, mediante decreto N° 27506-C.

remodelación parcial o total, sin la autorización previa del Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes.

6.3 Diseño del Tour Cultural Liberia

6.3.1 Identificación y Caracterización de Clientes (turistas)

Para el producto turístico cultural, se buscan turistas *culturales aficionados* que, sin ser especialistas, tienen un interés por estar informados considerando importante la presencia de un guía turístico in situ, y turistas *culturales conocedores*, que les interese conocer con detenimiento las costumbres culturales y el misticismo de Liberia. Que estén interesados en indagar sobre la cultura; mitos y leyendas de la Ciudad Blanca, para ellos el acceso no es un problema, así que, en volanta, carreta o bicicleta, estarán interesados.

6.3.2 Requerimientos

El proyecto pretende crear un producto turístico que sea novedoso, competitivo y que ofrezca a los visitantes una experiencia real y auténtica. Será diseñado para el mercado de turismo nacional e internacional; estudiantes, individuales y grupos. Ofrecerá diversas opciones y rutas que incluirán; visita a los distintos inmuebles Patrimonio Histórico mencionados, artesanía local, diferentes opciones en servicios de restauración y clases, con experiencias gastronómicas acorde a la norma de sostenibilidad gastronómica del Instituto Costarricense de Turismo, servicios sanitarios,

operación del tour por medio de bicicletas, volantas²¹, en carreta y caminando, a fin de aprovechar las condiciones climáticas de la ciudad todo el año, y en bus cuando así lo prefieran.

Tabla 4.- Necesidades identificadas para implementar el producto

| SERVICIO | NECESIDAD |
|---|---|
| Restauración-gastronomía con identidad | Liberia posee valioso patrimonio gastronómico. Existen restaurantes y cafeterías de la ciudad en edificios patrimonio histórico, sin embargo, deben ser motivados o incentivados a ofrecer platillos tradicionales elaborados con productos locales para incrementar la experiencia gastronómica de los visitantes. |
| Mercado de artesanos | Si bien existen tiendas y supermercados que venden souvenirs, la Municipalidad de Liberia debe implementar el Proyecto del Mercado de Artesanos en el actual edificio municipal. Una opción provisional, mientras se ejecuta dicho proyecto, es la implementación dentro del Cuartel o Museo de Guanacaste, o bien, dentro de la Casa de la Cultura o Antigua Gobernación, un mercado de artesanía provisional. |
| Servicios sanitarios públicos | No existen en la Ciudad y resultan una latente necesidad, ya que los turistas vienen de diversas playas o parques nacionales. Hoy usan los servicios de restaurantes o del edificio de la Antigua Gobernación, Patrimonio histórico que es centro de información turística. |
| Parqueo público para turismo | La Municipalidad de Liberia posee un parqueo a la par del edificio municipal, que podría adaptarse para los buses y busetas de turismo, de manera que se aproveche para los visitantes de la Ciudad. |
| Servicio de Carreta | Existe en la Ciudad Don Guicho, un boyero que ofrece servicios de transporte en carreta. Podría incorporarse y capacitarse otros boyeros interesados según la demanda. |
| Servicio de Volanta | Alrededor de 4 familias identificadas poseen volantas que podrían ser incorporadas como otro medio de transporte para ofrecer el city tour. |
| Servicio de bicicleta | Distintos ciclos en la Ciudad ofrecen el servicio para recreación, por lo cual podrían prestar sus servicios vía alianza estratégica. |
| Servicio de guiado | Existe en el cantón una cooperativa de guías turísticos, quienes podrían ofertar sus servicios. |

Fuente: Elaboración propia

²¹ Cierta carruaje tirado por caballos.

Se considera la participación de múltiples actores a fin de realizar una labor integral; Municipalidad de Liberia, Unión Cantonal de Asociaciones de Desarrollo de Liberia (UCADELI), Universidades Públicas (UNA, UCR), Cámaras de Turismo (CATURGUA, CALITUR), Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Dirección Nacional del Desarrollo de la Comunidad (DINADECO) y Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), las agencias de viaje y PYMES locales, permitirá un enfoque holístico en el desarrollo del proyecto que coadyuve en la sostenibilidad del mismo.

El Gobierno Local, posee recursos por una Ley específica que dispone la recaudación de un impuesto en el aeropuerto, distribuido entre los 11 Cantones de la provincia y a la Municipalidad de Liberia le corresponde un porcentaje mayor por las características propias del su patrimonio cultural, una fuente de recursos propios directos importante para el producto turístico y futuros proyectos.

Las asociaciones de desarrollo comunal, amparadas en la legislación nacional y reconocidas por DINADECO²². Resulta esencial la participación activa de estas entidades, que permitan la incorporación de la sociedad como principal actor para la generación de un desarrollo sostenible. Además, la política cultural del país, se orienta a preservar el patrimonio cultural y fomentar las artes está bajo la competencia del Ministerio de Cultura, sin embargo, el limitado presupuesto hace que las gestiones sean

²² Dirección Nacional del Desarrollo de la Comunidad, una institución del Poder Ejecutivo para fomentar, orientar, coordinar y evaluar el proceso de organización de las comunidades, lograr su participación activa y consciente en el desarrollo económico, social, cultural y ambiental del país. Busca lograr de la mano de las asociaciones comunales la realización de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo del país, también brindando capacitación en creación, desempeño y funcionamiento.

escasas. Este proyecto vendría a potenciar el resguardo del patrimonio cultural, mediante educación y aprovechamiento turístico que genere los recursos para su protección y manutención. De esta forma, se ampliaría y fortalecería la actividad turística local, y por ende en el diseño de productos turísticos culturales a fin de propiciar el ansiado equilibrio entre la preservación y el uso turístico del patrimonio.

6.3.3 Componentes Básicos

Tabla 5.- Producto, descripción, horario y tarifa

| TOUR | DESCRIPCIÓN | HORARIO | TARIFA 23 |
|------------------------------------|---|--|---------------------|
| Centro Histórico de Liberia | Un tour guiado por los principales Inmuebles Patrimonio Histórico de la Ciudad. Inicia en la Antigua Gobernación, actual centro de información turística equipado con servicios sanitarios. Caminando se recorre la Calle Real; 600 metros de casas, hoteles, restaurantes y comercios en inmuebles patrimonio histórico hasta llegar al Puente Real. Visita a la Casa de la Cultura donde se hace una presentación audiovisual de la vida del sabanero (20 minutos), se regresa caminando hasta la Ermita de Nuestro Señor de la Agonía, paso por la Escuela Ascensión Esquivel, Casa Baltodano Briceño, Antiguo Cuartel y finalizar en el Kiosco del Parque Mario Cañas Ruiz. | De 8:00 a.m. a 4:00 p.m. Duración: 2 horas. Horas de salida: 8: 00 a.m., 10:00 a.m. 2:00 p.m., 4:00 p.m. Mínimo y máximo por grupo: de 2 a 20 pax. Disponibles todos los días. Sin reserva. | \$ 20 |
| Luna Liberiana | Se ofrece el tour del Centro Histórico en volanta o Carreta, apreciando y disfrutando la Ciudad Blanca al atardecer y caída de la | De 5:00 p.m. a 8:00 p.m. | \$65 |

²³ Los precios son por persona, impuestos de ley incluidos en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (USD).

| | | | |
|---|---|--|-------------|
| | <p>noche. Finaliza con cena especial de gastronomía liberiana en un restaurante patrimonio histórico de la Ciudad certificado en Sostenibilidad Turística (CST) del Instituto Costarricense de Turismo (ICT).</p> | <p>Duración: 3 horas. Hora de salida: 8: 00 a.m. Mínimo y máximo por grupo: Volanta 1: de 2- 6 pax. Volanta 2: 2 - 4 pax. Carreta: 2- 6 pax Disponible todos los días.</p> | |
| <p>Ciudad Blanca típica y gastronómica</p> | <p>Consiste en el Tour del Centro Histórico que finaliza con actividades vivenciales según corresponda: <i>Lunes:</i> clase de tortillas en la Casa de las Tortillas Barrio San Roque de Liberia. Es una micro empresa que se dedica a la producción y distribución de tortillas de maíz nixquezado a pulperías, mercado, sodas y restaurantes de la ciudad. <i>Martes:</i> clase de cocina; rosquillas, tanelas, tamal asado y otros productos locales en casa de reconocidas cocineras autóctonas de la ciudad que conservan hornos de barro tradicional. <i>Miércoles:</i> clases de cocina; preparación de pasteles. Es un producto que caracteriza la ciudad, puestos ambulantes en la mayoría de instituciones públicas, parques, etc. venden diferentes opciones de pasteles. <i>Jueves:</i> recorrido por Feria del Agricultor. Lugar de encuentro para la venta de productos; frutas, verduras, lácteos y sus derivados, flores, plantas, entre otros, provenientes de los distintos pueblos del Cantón y de otros lugares del país. <i>Viernes:</i> recorrido por Feria del Agricultor. <i>Sábado:</i> música, bailes típicos, actividades culturales y exposición de artesanos en el Parque Mario Cañas Ruiz. <i>Domingo:</i> música, bailes típicos, actividades culturales y exposición de artesanos en el Parque Mario Cañas Ruiz.</p> | <p>De 8:00 a.m. a 4:00 p.m. Duración: 4 horas. Horas de salida: 8: 00 a.m. 2:00 p.m. Mínimo y máximo por grupo: de 2 a 20 pax. Disponible todos los días.</p> | <p>\$65</p> |
| <p>Centro Histórico y la Hacienda Santa Rosa</p> | <p>Salida hacia Parque Nacional Santa Rosa, a 30 minutos de la Ciudad, caminata por Sendero Universal Indio Desnudo y visita a la Casona Santa Rosa y sus corrales.</p> | <p>7:30 a.m. Duración: 4 ½ horas. Hora de salida: 7: 30 a.m.</p> | <p>\$80</p> |

| | | | |
|---------------------------|---|---|----------|
| | Regreso a Liberia para hacer el Tour del Centro Histórico que finaliza con almuerzo. | Mínimo y máximo por grupo: de 2 a 20 pax. Disponibles todos los días | |
| Valores Culturales | En el Cuartel, mercado provisional de artesanía local y nacional, música de marimba, cimarrona, bailes típicos, retahílas y bombas, opciones gastronómicas ligeras o para llevar. Los shows se presentarán 2 veces en horario de la mañana y 2 veces en horario de la tarde, con opción de reserva para grupos o eventos especiales en horarios especiales. | De 7:30 a.m. a 4:00 p.m. todos los días. | \$ 6 USD |

Fuente: elaboración propia

A fin de satisfacer las necesidades identificadas, se parte de varias opciones para operar los diferentes circuitos del tour, no se requiere inversión inicial de inmuebles, vehículos, muebles ni equipos, ya que se realizará por medio de alianzas estratégicas con microempresas;

- *Guías y busetas:* se contratará a la Cooperativa de Guías Turísticos de Liberia; conformada por jóvenes de distintas comunidades de la ciudad. Ellos ofrecen servicio de transporte.
- *Volanta y Carreta:* las volantas pertenecen a familias locales quienes prestarán el servicio y la Carreta a un distinguido boyero de la ciudad, conocido como Don Guicho.
- *Bienes Inmuebles:* la Antigua Gobernación de donde sale el tour, la Casa de la Cultura, El Cuartel y la Ermita de Nuestro Señor de la Agonía pertenecen al Estado y son bienes en administración de la Municipalidad de Liberia, todos están en perfecto estado.
- *Recurso humano:* 1) *recepción:* en la Antigua Gobernación, centro de información turística, se requieren dos receptionistas bilingües y 1 personas para aseo y limpieza de servicios sanitarios e instalaciones. En el Cuartel, dos personas bilingües que sean los anfitriones de los visitantes, 2 personas

encargadas del aseo y la limpieza de las zonas públicas, 2 personas que velen por la seguridad, 2) *mercadeo y ventas*: una persona que ejecute el plan de mercadeo y ventas, plan de comunicación y de medios del producto turístico cultural, 3) *director*, un director a cargo del producto; supervisión de alianzas, del servicio, operación y administración general del producto turístico.

- *Bienes muebles*: 3 computadoras, un retroproyector, 2 juegos de muebles para oficina,
- *Servicios de A&B²⁴, clases de cocina*: se ejecutarán vía alianza con los negocios de restauración que tengan Certificado de Sostenibilidad Turística de la norma gastronómica del ICT. Las clases de cocina, en alianza con señoras de los barrios de Liberia que mantengan las prácticas y esencia culinaria de la ciudad.
- *Inversión tecnológica*: una aplicación para los visitantes que quieran hacer el tour con auto guía o que compren el tour guiado, pero no hablen los idiomas español o inglés.

6.3.4 Elementos del Patrimonio Arquitectónico Histórico

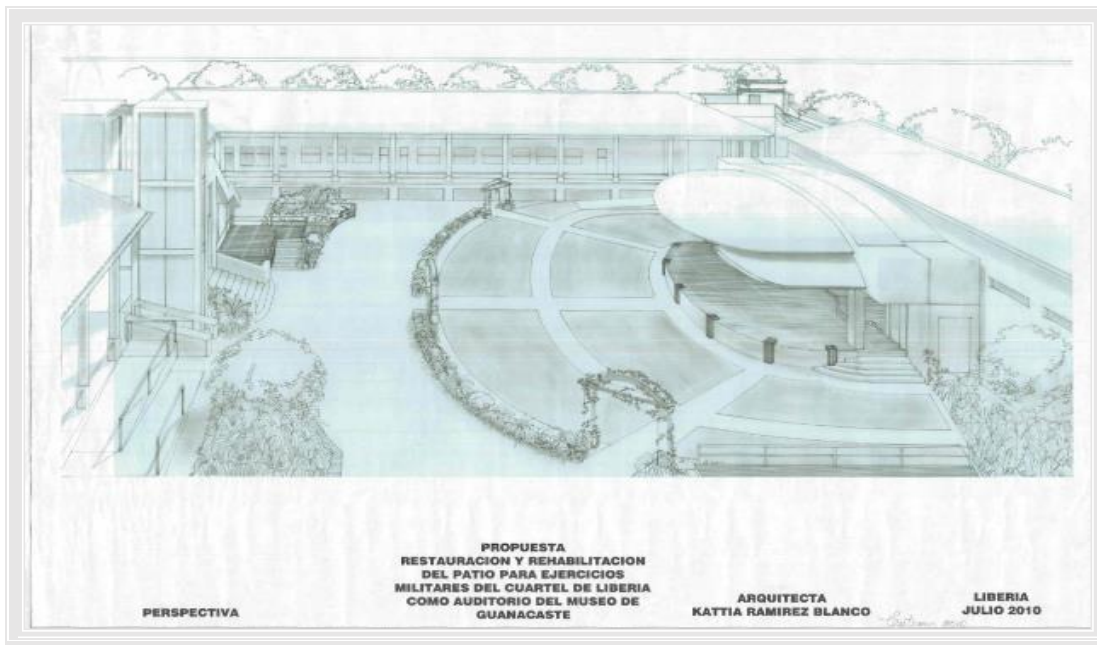
La infraestructura es variada, comprenderá el uso interno de dos inmuebles patrimonio histórico; el edificio de la Antigua Gobernación y el Cuartel. El primero estratégicamente localizado sobre la Avenida 25 de Julio, frente al Parque Mario Canas, cuenta con servicios sanitarios, rodeado de balcones y dos salas internas. Aquí se prevé la instalación de la oficina central para información, ventas y administración general. El Cuartel por su parte, posee un patio interno de gran tamaño, especial para manifestaciones y exposiciones artísticas o culturales. Ambos inmuebles son propiedad

²⁴ Alimentos y Bebidas

de la Municipalidad de Liberia, a quien le compete su manutención y resguardo.

Actualmente, existe una propuesta de restauración del mismo.

Ilustración 19.- Propuesta de restauración y rehabilitación del patio del Cuartel



Fuente: Municipalidad de Liberia

Música de la marimba, bailes folclóricos, venta de artesanía, degustaciones gastronómicas, personajes del cantón, retahílas, bombas, entre otras manifestaciones y valores culturales, será posible concentrar en un solo lugar.

Ambos inmuebles deberán ser adaptados para el cumplimiento de la Ley 7600²⁵.

²⁵ Ley de igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad.

7 PLAN DE MERCADEO

7.1 Concepto del Producto Cultural Liberia

Cultural Liberia, brindará los servicios de guiado, transporte en sus diferentes modalidades según corresponda, parqueo público, servicios sanitarios, mercado de artesanos, gastronomía, presentaciones culturales, todos los días, de 8:00 a.m. a 10:00 p.m. haciendo la salvedad de que, muchos de los servicios, por sus características propias, deberán cerrar antes de la hora indicada, por razones de operativas o bien porque así lo establezcan los contratos privados o concesiones públicas requeridas.

El principal producto son los tours y servicios en el Centro Histórico de Liberia y sus barrios aledaños; Centro Histórico de Liberia, Luna Liberiana, Ciudad Blanca típica y gastronómica, Centro Histórico y la Hacienda Santa Rosa y Valores Culturales (ver Cuadro 4. Supra). Durante el desarrollo de los tours, opcionalmente la degustación de la gastronomía que destaca en la Ciudad como agua de coco, granizados y pasteles, así como destacar la incorporación dentro los servicios que se ofrecen, de los comercios de la gastronómica típica costarricense, aquellos alineados a la norma de sostenibilidad turística gastronómica del Instituto Costarricense de Turismo, que han incluido dentro de su carta, combinación de productos de cosecha local (por ejemplo, pitaya, mango, sandía, limón, etc) con recetas típicas, generando opciones tradicionales pero balanceadas y saludables, y otras que se fusionan para platillos con innovación.

Los productos y servicio serán diferentes al de los competidores identificados por varias razones; a) se trata de un proyecto del gobierno local, basado en el modelo de desarrollo sostenible, planificado y organizado, b) Liberia es el único cantón de Guanacaste que posee Centro Histórico de la Ciudad, c) la estratégica localización de la Ciudad, la convierte en ante sala del turismo que visita los diferentes atractivos del patrimonio natural (parque nacionales, termalismo, volcanes, y otros), los visitantes que ingresan por el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber, así como los turistas nacionales y visitantes de otros cantones de la provincia por ser la capital, ello hace posible la combinación del producto cultural con las actividades de aventura y naturaleza que el destino promueve, y d) es un proyecto alineado al Plan Nacional de Desarrollo sostenible del Instituto Costarricense de Turismo, donde destaca la conservación del patrimonio cultural inmaterial.

La misión es: *“Ofrecer una experiencia cultural auténtica mediante servicio de calidad e innovación, bajo los principios de sostenibilidad, basados en nuestros valores y resaltando el patrimonio cultural costarricense como parte de su esencia país”*. Su visión es: *“Ser el producto turístico cultural con enfoque sostenible por excelencia del destino Guanacaste”*. Para todo ello se regirá por la política ambiental; *“Comprometidos con el país, con el ambiente y la mejora continua de su gestión sostenible; haciendo uso eficiente de los recursos y mediante la ejecución y difusión de acciones para disminuir la huella de carbono”*, y regidos por los valores de respeto, innovación, honestidad, confianza, responsabilidad, perseverancia, pasión, servicio, dedicación, excelencia, empatía & calidad.

El objetivo fundamental es constituir un producto turístico cultural destacado en el destino mediante tours y servicios de calidad, auténticos, y que transmitan experiencias, a la vez que aportan al desarrollo sostenible de la Ciudad Blanca.

7.2 Situación Actual

La necesidad de revalorizar el patrimonio cultural y su utilización como recurso económico y educativo que propicie su conservación y desarrollo turístico sostenible, adecuándolo para un provechoso uso social y, más concretamente, en la posibilidad de convertir los bienes patrimoniales en auténticos y poderosos recursos al servicio de la comunidad (la escuela, la familia, los visitantes) al servicio de la educación y al servicio del ocio cultural, que ocupe el tiempo libre de la ciudadanía y resulte a la vez, una fuente de ingreso como importante atractivo turístico del Municipio.

La propuesta también se encamina a la exaltación de la cultura y tradición costarricense dentro del mercado turístico, garantizando la calidad de los productos por medio de las buenas prácticas que evidencien el compromiso de sostenibilidad, respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, conservando su patrimonio cultural edificado y humano y los valores tradicionales.

Todo ello, en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo del País, donde se busca desarrollar nuevos productos y servicios turísticos que le den un renovado aire a la oferta turística nacional, y para ello apunta a la incorporación del patrimonio cultural

inmaterial, como punta de lanza de darle una mejor puesta en valor a la Sostenibilidad Turística, a la vez que se desestacionaliza²⁶ la oferta.

7.3 Factores Claves

a) Ubicación Estratégica: estará ubicado en una zona estratégica atravesada por la Ruta 1 o Carretera Interamericana, que une al Gran Área Metropolitana con la Provincia y con Nicaragua, además de la Ruta 21 que comunica el Cantón de Liberia con los cantones de la bajura²⁷, pasando por el Aeropuerto Daniel Oduber.

b) Horario de atención: de las 8 a.m., hasta 10 p.m., con algunas restricciones, todo el año.

c) Servicio: guiado, volanta, carreta, bus, bicicleta, presentaciones culturales, mercado de artesanías, gastronomía, parqueo público, servicio sanitario, clases culinarias para todas las edades.

d) Relación Precio - Calidad: serán accesibles al mercado, aportando calidad y autenticidad en los servicios. Disfrutar, experiencias auténticas, llenas de emociones, que generen un valor y que, además, lleven implícito la protección ambiental mediante una operación sostenible en todos los ámbitos.

e) Diseño y ambientación: resguardará los detalles propios del patrimonio cultural material e inmaterial en las necesidades de remodelación y/ o reparación que se

²⁶ En el contexto de la oferta turística se refiere a la realización de políticas de gestión para distribuir la ocupación de turistas uniformemente y evitar su concentración en determinadas épocas.

²⁷ Los cantones de Carillo, Santa Cruz, Nicoya, Hojanca y Nandayure.

identifiquen o que resulten necesarias, así como en las manifestaciones culturales y artísticas que se ofrezcan. Será un producto auténtico y representativo del folklor oficial.

f) Producto: busca transmitir experiencias y evidenciar, además, los beneficios que están asociados a la adquisición de los bienes y servicios que se ofrecen. Se pretende además, la valorización del producto o servicio, la idoneidad y calidad del mismo, a fin de darle una respuesta precisa a las aspiraciones no declaradas del consumidor que lo adquiera.

g) Experiencia: intercambio cultural del visitante- cliente con la cultura de la Ciudad. Se le dará un enfoque centrado en el visitante, donde cada prestador de servicio, a cargo de la atención de los clientes, será un solucionador de problemas, creará una vivencia sin costos significantes; con creatividad y sencillez será posible acertar, enfocándose en lo que el cliente realmente necesita. Utilizará las vías de la percepción, sentimiento, pensamiento, acción y relación, buscará lo mejor que desean los visitantes y dándoles lo mejor que se tiene; sonrisas y buen trato, transmisión de historias y relatos durante la visita los harán parte de su idiosincrasia. La capacitación proactiva del equipo de trabajo local, permitirá conocimiento claro y vivencial del propio producto o servicio, será el éxito para transmitir lo deseado al visitante y hacerlo sentir como en casa.

Para definir la estrategia comercial del producto, se han tomado en cuenta los siguientes puntos que permiten direccionar las formas de crear la comunicación efectiva al mercado meta; **a.** Se busca que los visitantes conozcan la historia de Liberia, su arquitectura colonial y la importancia de su técnica de construcción que está a punto de desaparecer, el origen y significado del patrimonio cultural inmaterial como parte de su idiosincrasia; las fiestas cívicas, tradiciones y costumbres, arte, música, valores

gastronómicos, entre otras manifestaciones culturales, **b.** Se quiere generar experiencias y vivencias que permitan al turista llevarse al país en su memoria, y quiera volver. Y que el turista nacional, así como los pobladores locales, se identifiquen con su patrimonio, para valorizarlo y resguardarlo como parte esencial de lo que los identifica como pueblo y como nación, y **c.** Se pretende conseguir que de manera directa el turista tome una posición de entendimiento, respeto, cuidado y una interacción consciente y responsable con aquello que se le está mostrando. Que sea un sujeto activo de su propia experiencia, ya que ésta va más allá del simple conocimiento de la información referente a un lugar o a una costumbre.

El producto va dirigido al mercado nacional e internacional, para lo cual resulta necesario hacer dos campañas distintas, ya que cada uno busca un objetivo distinto en el consumo de productos turísticos culturales especializados.

El objetivo del producto es dar a conocer lo más importante y valioso de la cultura del país, a través de experiencias que les permitan acercarse a la comunidad, sus valores y su idiosincrasia, siendo parte de su vida cotidiana.

La U.S.P será: “Desde las haciendas hasta al Centro Histórico, más que una historia para contar de la Ciudad Blanca.”

Otros contenidos serán:

- “¡Viví nuestra cultura! ¡Llévate una experiencia llena de música, danza, arte y sabor, llévate a Liberia en el corazón!”.

- “Sabores del campo, sabores con historia; la buena cuchara del ayer que aún hoy se conserva.”

Se propone ser claros y directos con el mensaje, brindando la confianza y seguridad del producto cultural, que realmente los turistas puedan “vivir” un poco de Liberia.

Una imagen, una experiencia vale más que mil palabras. Imágenes del Centro Histórico y patrimonio cultural inmaterial característico lleno de colorido y mucha pasión.

Tabla 6. - Estrategias de comunicación por segmento de mercado

| MERCADO INTERNACIONAL | MERCADO NACIONAL |
|--|---|
| Liberia, cultura que se vive! experiencias auténticas y la magia de la Ciudad Blanca de Costa Rica. | ¡Redescubre parte de tu esencia País, Liberia, la Ciudad Blanca de las haciendas! |
| EL MENSAJE: Invita al turista internacional a visitar Liberia para descubrir su riqueza cultural y vivir la magia de una ciudad colonial de las haciendas. El punto de partida es que los turistas no conocen nada de la cultura y están completamente dispuestos a participar de todas las actividades. | EL MENSAJE: Invita al turista nacional a reconocer su historia y a saborear y vivir las diferentes manifestaciones culturales de la ciudad. El punto de partida es que el turista nacional ya ha escuchado de Liberia, pero nunca ha sido parte de su esencia cultural. |

Fuente: elaboración propia

7.4 Análisis de Mercado

7.4.1 Mercado en General

De acuerdo a las entrevistas realizadas y conversaciones informales, existe un gran interés por parte de los canales de distribución, en un producto turístico cultural que pueda ser complementado con otros tours de un día que ya están muy posicionados dentro del destino, de manera que las actividades de aventura, relajación, naturaleza, volcanismo, entre muchos otros productos turísticos, se vean renovados con una opción cultural que incremente las experiencias de los visitantes, les agregue valor.

Si bien en otros cantones de la provincia, ya se ofrece por parte de los canales de distribución productos turísticos culturales, existe un gran interés en un producto que ofrezca la mayor cantidad de expresiones del patrimonio cultural en un mismo lugar; valores de la gastronomía, música, danza, arte, bienes inmuebles, entre otros.

Así mismo, el panorama de desarrollo del Cantón, resulta en la proliferación de franquicias como Mcdonalds, Burguer King, Subway, Pollo Campero, Pizza Hut, etc, así como artesanía extranjera, especialmente de Nicaragua, Perú o China, perdiéndose la identidad de la región y sus costumbres culinarias. Es por ello se hace necesario hacer una propuesta encaminada al rescate de las costumbres y tradiciones, con opciones de desarrollo local y con el uso de materias primas propias de la región, con el objetivo de ofrecer una experiencia para que turistas nacionales y extranjeros que tienen a esta ciudad como punto de paso en el camino hacia destinos de playa y montaña, se queden más tiempo en la Ciudad.

7.4.2 Análisis de la Demanda del Mercado

La provincia de Guanacaste, en general, posee un 50% de ocupación promedio anual, en las marcadas temporadas existentes; de diciembre a abril, julio y agosto son altos, y mayo, junio, setiembre, octubre y noviembre hasta la segunda semana, bajos.

De acuerdo a las características generales de los turistas que visitan Guanacaste, ingresando por el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós, según los metadatos de los estudios realizados por el Instituto Costarricense de Turismo en el 2015; cuyo objetivo es conocer el perfil de las personas no residentes que visitaron Costa Rica y salieron por dicho aeropuerto, un 98,8% de los turistas han viajado por motivos personales relacionados directamente con vacaciones, ocio, recreo o placer, cuya modalidad de viaje está dividida entre un 29,5% que viaja de manera independiente organizando su viaje desde su país, sumado a otro 12,9% que lo organizo estando ya en el país y un 53,3% que compró un paquete turístico en una agencia establecida en su país.

Destacar que el 76,1% de turistas manifiestan haber viajado por primera vez y una importante reincidencia del 23,9% el cual arroja un promedio de 5,4% visitas al país. Ello sugiere una gran necesidad en innovación de productos que el destino ofrece.

El turista se ha interesado en el destino, básicamente basado en la recomendación que amigos y/o familiares le han hecho del país, un 57,5%, otros por medio de un sitio web, el 22,4%. Por último, un 12,7% ha viajado por la sugerencia de una agencia de viajes, sin embargo, debe mencionarse al turista canadiense que, en este rubro,

representa un 27,6 % donde su interés por el país ha sido promovido por una agencia, promedio muy distinto a los ciudadanos estadounidenses y europeos, que corresponde a un 8% y un 7,5% respectivamente.

Los visitantes están viajando en paraje mayoritariamente en un 54,2% respecto a un importante 31% que lo hace en familia. Se hospedan principalmente en hoteles, cabinas, albergues, villas, entre otras modalidades similares en un 82,6%, así como también en propiedades alquiladas, sea casa, condominios o apartamentos en un 13,6%.

En lo que respecta al promedio de estadía, si bien corresponde a 8,9 noches, es necesario indicar que los estadounidenses y canadienses se quedan 8,6 y 9,4 respectivamente, pero los turistas europeos se queda un promedio de 14,6 noches. Por su parte, el gasto promedio para todos los visitantes es de \$ 835,9 USD y la estimación de la distribución por grupos de edad, primero indicar que el 50,2% son hombres y el resto mujeres, dentro de los que destaca un 21,4% entre los 25 y 34 años de edad, seguido por un 19,7% entre los 45 y 54, el 16,7% entre 34 y 44 años. Un 9% corresponde a niños menores de 12 años, y un 5,5% entre 13 y 17 años.

En cuanto a los movimientos internos de los visitantes, un 41,9% manifiesta haber visitado alguna área protegida. La playa, sigue siendo el atractivo por excelencia en un 84,7%, seguido por canopy en un 47%, aguas termales 36,2% observación de flora y fauna y paseos acuáticos (bote, motos, etc) 30% cada actividad, cabalgatas 28,4%, compras 27,8%, visitas a volcanes 24,6%, caminatas por senderos 21,1%, snorkel 20,7% y las actividades de bienestar, puentes colgantes y surf un 14% cada una.

No existe una medición en lo que a actividades de cultura respecta. El país desconoce la cantidad de turistas que viajan hacia Nicaragua a pasar el día para disfrutar de los productos culturales que ofrece este destino. Sin embargo, los tours operadores manifiestan que actualmente, Nicaragua como tour de un día, es lo que más venden.

Costa Rica pretende atraer a turistas educados, con mayor capacidad de compra y que se quedan más días en su destino, según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el objetivo es no solo aumentar la cantidad de llegadas, sino también el tiempo de estadía y el gasto promedio. El país busca calidad del crecimiento turístico, su modelo de desarrollo turístico sostenible representa el principal elemento diferenciador frente a los competidores, al no apostar por ser un destino masivo, y donde se apuesta por la atracción de un perfil de turista responsable, con alto poder adquisitivo, que exige calidad en el servicio y que busca una experiencia auténtica de viaje.

Sin embargo, actualmente si bien existen productos turísticos culturales definidos dentro de la provincia de Guanacaste, éstos no son aprovechados para los visitantes, y los desplazamientos por motivaciones culturales se realizan hacia Nicaragua. Los tours operadores entrevistados coinciden en que la cantidad demandada de paquetes turísticos a ciertos destinos en Nicaragua ha incrementado, y consideran que los principales aspectos que han motivado a ello son una mayor variedad de atractivos culturales y porque lo perciben con un destino más económico. Cabe mencionar en este punto que,

el hecho de visitar “otro país” es también de gran atractivo para el turista. Nicaragua tiene un producto cultural muy interesante, sobretodo Granada, León y Masaya.

7.4.3 Segmentos del Mercado

Para identificar los grupos de clientes que se pretenden atraer y conocer con detalle las pautas de comportamiento de los mismos, así ofrecerles un producto turístico adaptado a sus requerimientos, una demanda más exigente que busca la prestación de los servicios adoptada a sus necesidades específicas llena de experiencias, es necesario la segmentación. Los tipos de clientes que se han seleccionado son:

Turistas nacionales. Que incluye a los visitantes de otras provincias del país, así como los extranjeros residentes. Los criterios relativos a las características de este consumidor; sociodemográficas como las psicográficas²⁸, hacen relación a consumidores mayores de 25 que cuentan educación superior y debido a ello con una capacidad socioeconómica superior a la del segmento más joven y que están interesados en conocer sobre su propia cultura. Suelen viajar acompañados en pareja o en grupos de tres a cuatro personas, y un poco más de la mitad son casados. Los medios que utilizan para buscar sus destinos de vacaciones es el Internet, guías de viaje, tour operadores, televisión, prensa, revistas y otros (voz a voz).

²⁸ Estilos de vida y personalidad.

Turistas extranjeros. El mercado de turista extranjero de Costa Rica proviene principalmente de Estados Unidos, Canadá y Europa.

Tabla 7.- Características de consumo más relevantes de los turistas que pertenecen al mercado internacional

| Perfil de viajero estadounidense | Perfil de viajero canadiense | Perfil del viajero europeo |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Prefieren las vacaciones experimentales especialmente las actividades al aire libre. • El turista maduro manifiesta interés por probar nuevas cosas. • Enfoque familiar, viajes multigeneracionales. • Actitud positiva a viajar. • Acceso a internet, usan blogs y Facebook, los cuales son influyentes. • Prefieren la calidad sobre el ahorro. Prefieren los servicios de lujo y dan importancia a la accesibilidad de los servicios. • Busca una relación profunda con las marcas (personalización, distintividad y superación de las expectativas). • La premisa para el consumidor de lujo es ahorrarle tiempo y entregarle una experiencia memorable para fidelizarlo. • Buscan vacaciones con sentido y sensibilidad, el producto perfecto es la mezcla de cultura y contenido. • Busca experimentar la cultura del lugar que visita, quiere saber el contenido y | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizado respecto a los problemas ambientales y derivados del excesivo consumismo. • Gran poder adquisitivo, de los niveles de vida más altos del mundo. • Viajan más en época de invierno. • Excesivamente exigente y tiende a comprar productos de moda. • Solicitan un servicio de venta y posventa de alta calidad. • Los adultos de edad media y los de la generación del baby-boom dedican mucho tiempo al ocio. • Se preocupan por su alimentación; no dudan en comprar productos saludables, naturales. • El confort y el bienestar tiene mucha importancia. • Multiculturales. • Les gusta viajar, comer afuera, actividades recreacionales. • Las reservas las realizan principalmente a través de las agencias de viajes canadienses y servicios on-line para | <ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes conectados todo el tiempo, internet. • Jóvenes parejas o matrimonios heterosexuales de entre 25 y 35 años • Target atractivo para las marcas diferenciadas. • Consumo de tecnología y ocio. • Es más probable que prefiera productos “verdes”. • Personas interesadas en salud, bienestar, orgánicos, alternativo, energía renovable y ecoturismo. • Preocupación por mejorar la salud mediante el consumo de alimentos. • La calidad es el principal factor de compra. Seguido de relación calidad-precio. • Interés por certificaciones: <ul style="list-style-type: none"> – aspectos de producto: orgánico, comercio justo, denominaciones de origen. • Conciencia ambiental y social que se refleja en la preocupación por daño al medio ambiente / calentamiento global; productos verdes, orgánicos, naturales. • Preocupación condiciones laborales y trabajo infantil. |

| | | |
|--|---|--|
| <p>las bondades del producto y quieren ser participantes activos de las actividades culturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 93% de los norteamericanos repiten su destino de viaje internacional. | <p>las compras de paquetes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El rango de edad de la población está entre los 25 y 69 años, y corresponde a un 60,5% del total. | <ul style="list-style-type: none"> • Preocupación bienestar animal. • Consumidor bien informado y sofisticado. |
|--|---|--|

Fuente: Elaboración propia

Como criterio de segmentación del mercado, se aplicarán los criterios relativos a las características del consumidor. Aquí tienen cabida tanto las características sociodemográficas como las psicográficas. En resumen, se definen los siguientes;

- Son gente educada y formada (muchos de ellos con educación superior).
- Cubren todos los segmentos de edad.
- Suelen tener un alto gasto turístico. Deseo por contribuir al desarrollo de las comunidades locales, pagando precios justos y equitativos por sus productos.
- Están interesados en productos turísticos como la gastronomía y las compras.
- Se sienten preocupados por el medio ambiente.
- Aprecian las diferencias culturales entre países. Respetan las costumbres locales y las tradiciones como fuente de conocimiento y crecimiento personal.
- Viajan de manera frecuente.
- Son clientes exigentes que buscan calidad y comodidad.
- Y demuestran interés por conocer a la población local y su forma de vida.

7.5 Fijación de Precios

Como método para su fijación, se ha definido la rentabilidad. El precio es establecido a partir de determinar en porcentaje el margen de utilidad que se desea obtener sobre el costo de producción del producto o servicio que se ofrecerá. En otras palabras; “costo más un porcentaje”, ver cuánto cuesta producir o prestar el producto o servicio, para aplicar un porcentaje sobre el mismo.

En lo que respecta a la evaluación de costos, en el costo de inversión, se contempla únicamente lo referente a equipo y mobiliario relacionados con los rubros de seguridad; básicamente la inversión en cámaras para los dos inmuebles a utilizar, equipamiento para el funcionamiento de la oficina de atención a turistas y para realizar la venta y asuntos administrativos, son necesarios muebles y equipo electrónico, así como tabletas para implementar los formularios de medición de servicio al cliente y otros datos establecidos en el plan de mercadeo, incluyendo además, el presupuesto de mercadeo detallado en el cuadro 15. Se contempla el desarrollo de una aplicación tecnológica para ofrecer el servicio de auto guiado. Por último, un rubro de \$1000 UDS, previendo costos de inversión que resulten necesarios durante el proceso de ejecución. Como resultado, se parte de un costo de inversión total de \$33.180,00 UDS.

Tabla 8.- Costo de inversión en \$ UDS

| COSTO INVERSIÓN | | | |
|------------------------|--|------------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | Costo Unitario | Costo total |
| | Equipo y mobiliario | | \$29.680,00 |
| 12 | Cámaras de Seguridad | \$ 183,33 | \$ 2.200,00 |
| 3 | Computadoras | \$ 800,00 | \$ 2.400,00 |
| 1 | Proyector | \$ 500,00 | \$ 500,00 |
| 2 | Juegos de muebles oficina | \$ 750,00 | \$ 1.500,00 |
| 1 | Presupuesto de Mercadeo | \$ 22.600,00 | \$22.600,00 |
| 4 | Tablets | \$ 120,00 | \$ 480,00 |
| | Software | | \$ 2.500,00 |
| 1 | Desarrollo de una aplicación tecnológica | \$ 2.500,00 | \$ 2.500,00 |
| | Otros | | \$ 1.000,00 |
| 1 | Otros | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| | | Total Inversión | \$33.180,00 |

Fuente: elaboración propia

El presupuesto operativo mensual, según se detalla en el cuadro 9, abarca los salarios de un director general, dos recepcionistas correspondientes a los dos turnos del centro de información turística, que también servirá de punto de venta, dos personas ejerzan como anfitriones en el Antiguo Cuartel, enfocados en el servicio al cliente, dos misceláneas para el aseo y limpieza, y un profesional que asuma las labores de mercadeo y ventas. La seguridad será subcontratada a una empresa privada, lo mismo que los servicios contables. Se ha definido un monto correspondiente a alquiler, sea bodegas o parqueo provisional, mientras el gobierno local concreta una solución definitiva. Los otros rubros son estimados para servicios públicos (agua, luz, teléfono, internet), póliza de responsabilidad civil, suministros de oficina y limpieza, patentes y permisos municipales, mercadeo y publicidad y el correspondiente a la depreciación de

los activos. Por último, un rubro de \$500 UDS para gastos no previstos que salgan de imprevisto. El gasto relativos al mantenimiento de los edificios, corresponden a la Municipalidad de Liberia y al Ministerio de Cultura y Juventud, por tratarse de inmuebles patrimonio histórico. Uno de los fines de ejecución del presente proyecto, es la consecución del presupuesto necesario para el resguardo y conservación de estos bienes materiales.

Tabla 9.- Presupuesto operativo mensual en \$ UDS

| PRESUPUESTO OPERATIVO MENSUAL | | | |
|--------------------------------------|--|-----------------------|--------------------|
| Cant. | Descripción del Costo | Costo Unitario | Costo Total |
| | Salarios | | \$ 7.849,00 |
| 1 | Director | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| 2 | Recepcionistas | \$ 923,00 | \$ 1.846,00 |
| 2 | Servicio al cliente | \$ 923,00 | \$ 1.846,00 |
| 2 | Misceláneas | \$ 760,50 | \$ 1.521,00 |
| 1 | Encargado de mercadeo y ventas | \$ 1.136,00 | \$ 1.136,00 |
| | Alquiler | | \$ 1.000,00 |
| 1 | Alquiler | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| | Servicios Públicos | | \$ 1.200,00 |
| 1 | Servicios públicos general | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 |
| | Subcontratos | | \$ 2.700,00 |
| 1 | Empresa de seguridad (2 guardas) | \$ 2.500,00 | \$ 2.500,00 |
| 1 | Servicios Contables | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| | Pólizas | | \$ 800,00 |
| 1 | Póliza Responsabilidad Civil | \$ 800,00 | \$ 800,00 |
| | Depreciación | | \$ 536,33 |
| 1 | Depreciación de Equipo | \$ 494,67 | \$ 494,67 |
| 1 | Depreciación de Software | \$ 41,67 | \$ 41,67 |
| | Suministros de Oficina y Limpieza | | \$ 400,00 |
| 1 | Papelería y suministros de oficina | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| 1 | Suministros de Limpieza | \$ 100,00 | \$ 100,00 |
| | Patentes y permisos municipales | | \$ 70,00 |
| 1 | Patentes | \$ 70,00 | \$ 70,00 |
| | Mercadeo y publicidad | | \$ 500,00 |
| 1 | Mercadeo y publicidad | \$ 500,00 | \$ 500,00 |
| | Otros Gastos | | \$ 500,00 |

| | | |
|--------------|--------------|---------------------|
| Otros Gastos | | \$ 500,00 |
| | TOTAL | \$ 15.555,33 |


Fuente: elaboración propia

El punto de equilibrio será alcanzado a los 6 meses de operación del proyecto, partiendo del costo de inversión de \$33.180,00 UDS.

El capital de inversión inicial corresponde a \$126.521,00 UDS. Se estima una recuperación en un plazo de 3 años, equivalentes a 1.095 días, con un mínimo de visitación de 50 personas por día. Basados en una tarifa promedio de \$47,20 USD, el costo por pasajero será de \$24,48 USD que comprende; \$2,31 monto de recuperación de la inversión, \$10,37 el monto de contribución a los gastos operativos previstos, y \$11,80 correspondientes al 25% de comisión para los intermediarios o canales de distribución.

Todo lo anterior arroja una utilidad por pasajero de \$22,72 UDS, equivalentes a \$1.135,95 USD por día o \$34.078,58 USD al mes.

Tabla 10.- Resumen de datos y resultados de las tablas 8.- y 9.-

| | | |
|--|---|--------------------------------------|
| El punto de equilibrio se alcanza a los 6 meses | → | \$ 93.332,00 |
| La inversión será de | → | \$ 33.180,00 |
| El capital de inversión inicial corresponde a | → | \$ 126.512,00 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Se estima una recuperación en 3 años plazo ● Equivalentes a 1.095 días ● Con un mínimo de 50 pax por día | | |
| Monto de recuperación de inversión | → | \$ 2,31 |
| Monto de contribución a gastos operativos | → | \$ 10,37 |
| Comisión 25% a los intermediarios | → | \$ 11,80 |
|  | | |
| | | TARIFA PROMEDIO \$ 47,20 |
| | | TOTAL COSTO POR PAX \$ 24,48 |
| | | UTILIDAD POR PAX \$ 22,72 |
| | | UTILIDAD POR DÍA \$ 1.135,95 |
| | | UTILIDAD POR MES \$ 34.078,58 |

Fuente: elaboración propia

La estrategia de precio para ambos segmentos de mercado estará orientada a la competencia, poniendo énfasis en fijar precios que estén relacionados con los competidores directos para posicionarse de forma específica con respecto a ellos, pudiendo establecer valores superiores o inferiores a los que ofrece la competencia para los mismos productos o servicios según se considere lo oportuno para cada uno de ellos.

Para ciertos servicios y productos, se definirá un precio superior a fin de transmitir una imagen de calidad y exclusividad con el objetivo de captar los segmentos con mayor poder adquisitivo provenientes de los hoteles exclusivos del destino o cuentas especiales como se les conoce. Se otorgará un servicio acorde, individualizado y especializado.

Por otro lado, se establecerá un precio inferior para otros productos o servicios para estimular la demanda de los segmentos de mercado, actuales o potenciales, que son sensibles al precio, tal como el turista nacional o local.

7.6 Necesidades del Cliente

Según los perfiles de los viajeros extranjeros mencionados, buscaran experimentar la cultura de los lugares que visitan, pueden identificarse otras características de tipo psicográfico basadas en función de los valores y actitudes como son; experiencia cultural, gusto por la gastronomía local y de calidad, ambientalmente conscientes, consumidores responsables, conocedores del concepto de sostenibilidad, respeto por las costumbres locales y las tradiciones como fuente de conocimiento y crecimiento personal, deseo por contribuir al desarrollo de las comunidades locales, pagando precios justos y equitativos por sus productos, búsqueda de productos de calidad y asociadas a marcas o certificaciones que les den seguridad de lo que están consumiendo.

Tabla 11.- Necesidades identificadas respecto al producto

| NECESIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|--|
| GASTRONOMÍA | |
| Nutrición e higiene. Comodidad y placer (que se capta por medio de los cinco sentidos). | -Que se garantice la higiene; adecuada manipulación de alimentos, servicio limpio y ordenado, personal aseado, comida sana (libre de grasas trans por ejemplo), comida recién hecha y natural. |

| | |
|---|--|
| Ambiente social | -Decoración agradable que resguarde el patrimonio cultural, A/C en la medida de lo posible, mobiliario cómodo, música-ambiente. |
| Gastronomía local y agilidad | -Donde compartir con otros turistas, con locales. |
| Amabilidad- buen servicio | - Expresión gastronómica guanacasteca, recién hecha, justa relación calidad/ precio, adecuada a lo habitual, opciones vegetarianas y con restricciones alérgicas. -Herramientas tecnológicas que den agilidad al servicio. -Certificación gastronómica del ICT preferiblemente. -Trato especial y personalizado, atender peticiones especiales y accesibilidad. |
| SERVICIO DE GUIADO | |
| Calidad en conocimiento y servicio | -Guías especializados, conocedores y certificados. -Trato diferenciado y personalizado, externar la calidez del tico; amabilidad, buen humor, amigables, pura vida. |
| EXPRESIONES CULTURALES | |
| Autenticidad | -Manifestación de la esencia cultural, resguardando los valores propios de la región (música, danza, vestimenta, canto, etc). -Artesanía local o nacional, propia del folklor o creaciones originales e innovadores del talento local. |
| TRANSPORTE | |
| Servicio y calidad | -Móviles o medio de transporte limpios y aseados, en buenas condiciones. Personal apto y capacitado para su operación. -Permisos y seguros que establezca la legislación. |
| PLANTA FÍSICA Y SERVICIOS PÚBLICOS | |
| Orden y aseo | - Limpieza de áreas públicas, basureros recipientes para separación de residuos sólidos, opción de reciclaje. |

| | |
|--|---|
| Seguridad interna | -Buenas prácticas ambientales (ahorro de agua, luz, materiales, etc). -Resguardo de edificios y parqueos. |
| ENTORNO | |
| Seguridad externa | -Resguardo del orden y seguridad de la ciudad, presencia policial en labores ordinarias. |
| Señalización, cuidado y limpieza externa | -Señalización de vías y calles. -Basureros, limpieza de calles y caños. -Mejoramiento de zonas verdes de la ciudad. |

Fuente: elaboración propia

El sector turismo, es un mercado que además de las necesidades básicas; seguridad e higiene, comodidad y placer, amabilidad y buen servicio, busca una oferta que le ofrezca una experiencia del patrimonio cultural de la ciudad. Ser parte del diario vivir de la ciudad, la idiosincrasia, cultura, ambiente social, variedad gastronómica, pero en especial auténtica, son todos factores que le permitirán llevarse una experiencia única en el destino; disfrutar y ser parte del esencia y diario vivir, tal cual es. Además, verse beneficiado del factor precio, ya que, en las zonas turísticas, usualmente los precios son superiores y en muchos casos desproporcionados.

7.7 Decisión de Compra

Lo que estimule al cliente de Cultural Liberia, será el valor agregado que se le ofrecerá en el servicio; sonrisas, un buen trato que iniciará con una pipa fría como

bebida de recibimiento, un pequeño copo o granizado para los niños y toallita húmeda al concluir la visita por el centro histórico.

Se buscará sorprender y divertir al cliente durante su visita, brindando experiencias agradables tales como invitar a personajes de la comunidad que resultan originales animadores como “Pellejo e Lora”, “Don Guicho”; escucha de retahílas, bombas, bromas, etc. se busca generar una fuerte conexión emocional que marque la visita del cliente con experiencias auténticas.

La imagen de Cultural Liberia será llena de colorido, movimiento y música, que genere un impacto en la decisión de compra.

Existirá Cultural Liberia Premium (producto exclusivo), para ofrecer al cliente un producto especial, con atención diferenciada y personalizada.

La aplicación tecnológica será fundamental para que el cliente mantenga toda la información a mano y resulte una herramienta de apoyo interactiva, una guía que aporte en la experiencia durante su visita.

La creación de cupones será fundamental para incentivar y estimular al visitante nacional o local de Cultural Liberia. Descuentos por porcentajes en determinadas cantidades de compras, incentivará la compra para estudiantes y grupos.

7.8 Análisis de la Competencia (u oferta actual)

Dentro de la competencia actual, es necesario mencionar al Cantón de Santa Cruz, Ciudad Folclórica de Costa Rica, se caracteriza por una herencia cultural destacada y

auténtica, conserva sus tradiciones. Mantiene hoy en día las cualidades del arte; en el pueblo de Guaitil conocido en el resto de Centroamérica por su alfarería de estilo precolombino Chorotega, los artesanos locales utilizan las tradiciones y técnicas de sus antepasados para producir cerámicas que se utilizan en el pueblo. Existe otro pueblo cercano llamado San Vicente que también se dedica a la elaboración de artesanía para la venta. Parte de su herencia cultura, como la música de la marimba, cimarrona, bailes típicos y las corridas de toros destacadas, así como los valores gastronómicos se conservan.

Su vecino Cantón de Nicoya, también conserva sus valores gastronómicos; rasgos que se han identificado como una de las causales para su posicionamiento de región “Zona Azul” mundial, dentro de los sitios en el planeta cuyos habitantes están entre los más longevos del mundo, viven más de 90 años con buena salud física y mental, gracias a dietas a base de maíz, tubérculos, pescado, arroz y frijoles. Las nuevas instalaciones del Mercado Colonial NICOA²⁹, ubicado contiguo a las instalaciones del Ministerio de Agricultura y Ganadería, permiten la venta directa de productos agropecuarios autóctonos, frescos y procesados, para el rescate de la producción agropecuaria local y la gastronomía tradicional. Si bien existen restaurantes y sodas que ofrecen platos tradicionales de la zona que forman parte de la cultura de Guanacaste, la gran mayoría ha incorporado comida internacional o comidas rápidas poco saludables en algunos casos. Tampoco impulsan a la sostenibilidad del negocio y

²⁹ Antiguo mercado Las Guayabitas.

sus productos. El cantón de Nicoya posee, además, importantes inmuebles patrimonio histórico, sin embargo, ninguno de ellos ofrece servicios turísticos.

Existe una Asociación de Areneros Artesanales del Valle del Tempisque³⁰ se ubica en la comunidad de Filadelfia sus principales focos de interés se centran en brindar trabajo y sustento seguro a los vecinos de Filadelfia y sus alrededores.

Únicamente las agencias o tour operadores pasan a sus clientes por estas ciudades cuando van de paso para otros atractivos naturales, ya que no existe un producto turístico cultural que comprar, resulta actualmente un valor agregado de otros tours adquiridos, por esa razón no hay tarifas específicas para sitios mencionados.

A dos horas y media de Liberia, Granada, la ciudad más antigua y visitada de Nicaragua, uno de los asentamientos coloniales más antiguos de Centroamérica. Los atractivos del centro histórico de Granada y los atractivos naturales del lago y sus alrededores dinamizan la industria turística de la ciudad y el departamento en general. Muy cerca, Masaya Capital del folklore nicaragüense; esto se debe a que muchas de las expresiones culturales del país, la música de marimba, los bailes tradicionales, los hidalgos adagios castellanos con su legítima integración amerindia, sus preceptos sabios y alegres, su artesanía y su compleja y heterogénea tradición culinaria tienen en esta pintoresca ciudad la estirpe de lo que es ser nicaragüense. La producción artesanal es muy importante, se puede decir que es el centro de la artesanía

³⁰ Busca garantizar que se realice un trabajo sostenible y preservar para las futuras generaciones el rico ecosistema que posee el Río extrayendo la arena de las profundidades de forma artesanal y evitando el uso de maquinaria, una práctica artesanal que nació en la comunidad varias décadas atrás.

nicaragüense, con un componente de cultura precolombina muy fuerte, se trabaja fundamentalmente la madera, el cuero, la cerámica, las piedras y los tejidos.

Industrialmente se producen también; zapatos, productos de piel, jabón y almidón. Este producto turístico se ha posicionado en el destino de Guanacaste y hoy es uno de los tours de un día más vendidos, y su éxito además del producto cultural como tal, radica en la oportunidad de conocer otro país y a una tarifa muy accesible.

También debe considerarse la competencia indirecta, entendida como todos aquellos negocios que ofrecen experiencias culturales como complemento a otras actividades de ocio, o bien como productos en sí mismo. Si bien la gran mayoría ofrece la experiencia cultural sin costo alguno, no resulta un producto con la esencia, naturalidad y autenticidad como el del Centro Histórico de Liberia, el cual combina casi todos los valores culturales desde la expresión directa de sus pobladores. Ello permite una vivencia real y directa que enriquece la experiencia de los visitantes. La competencia indirecta por su parte, hace una representación cultural como un valor agregado a otro producto principal. El poder promocional que tienen estos establecimientos, es su fuerte presencia en los canales de distribución, páginas web y redes sociales. Además de un posicionamiento por la gran cantidad de años en el mercado, con precios muy competitivos que son determinantes en la decisión de compra del consumidor.

Tabla 12.- Oferta de competencia directa del producto turístico cultural

| PRODUCTO | DESCRPCIÓN | TARIFA POR PAX |
|--|---|---|
| NICARAGUA UN DÍA | Opción A. Impuestos de salida, tour en bote a Laguna de Apoyo o Catarinas, Ciudad de Granada y entrada a volcán Masaya. Opción B. Volantas, almuerzo en la ciudad, producción de cigarros, visita los pueblos blancos a clase de artesanía, islas las Catarinas y el volcán Masaya. Opción C. desayuno en la ciudad de Rivas, Granda en volanta, Volcán Masaya, Mercado de Artesanía de Masaya. | Opción A. \$175 UDS Opción B. \$145 UDS Opción C. \$184 USD |
| PALO VERDE | Opción A. Desayuno típico en comunidad de Bolsón, tour en bote, visita a la comunidad de Guaitil. Opción B. Tour en bote, almuerzo típico, visita a Guaitil, paso por areneros del rio Tempisque en sus labores artesanales de sacado de arena con carretas y bueyes. | Opción A. \$95 Opción B. \$ 95 UDS |
| OBSERVACIÓN DE AVES PLAYA PANAMÁ | Observación de aves, desayuno típico en una casa del Pueblo Playa Panamá como experiencia gastronómica. | \$80 |
| SANTRA CRUZ | Caminata por el Parque central y sus monumentos, visita a las tortilleras y Guaitil. | |
| TOUR CULTURAL A GUAITIL, NICOYA Y SANTA CRUZ (GUANACASTE HISTÓRICO) | Visita a Santa Cruz, ciudad Folklore de Costa Rica, al pequeño pueblo de Guaitil y visita a la ciudad de Nicoya, donde se puede apreciar edificios patrimonio histórico de Costa Rica, almuerzo. | \$150 USD |
| PARQUE NACIONAL SANTA ROSA Y CIUDAD DE LIBERIA | Caminata en el parque, visita el museo histórico y visita al centro histórico de Liberia con espacio para compra de recuerdos. | \$ 103 USD |
| VISITA CULTURAL A INDÍGENAS MALEKUS | Visita a la reserva indígena Maleku, en la comunidad de Tonjibe, ver una actuación de uno de sus rituales tribales tradicionales, caminata en jardín botánico de plantas medicinales, compra de sus artesanías. | \$119 UDS |
| | | Todos los precios incluyen impuestos de ley, transporte y guía. |

Fuente: elaboración propia

También se ha considerado la competencia indirecta, entendida como todos aquellos establecimientos que ofrecen un producto cultural dentro de sus complejos turísticos en el destino.

Tabla 13.- Oferta de competencia indirecta del producto turístico cultural

| PRODUCTO | DESCRIPCIÓN | TARIFA POR PAX |
|--------------------------------|--|----------------|
| EL VIEJO WILDS WETLANDS | Fiesta brava todos los jueves. Corrida de toros, cimarrona, marimba, bailes folclóricos, comidas típicas. 3 hrs. Casa del sabanero y trapiche como complemento de otras actividades; tour en bote la principal. | \$119 UDS |
| BUENA VISTA LODGE | La fonda; degustación gastronómica, proceso del café, trapiche. Complemento o plus de actividades de aventura y relación. Fiestas bravas para grupos especiales. | \$ 0 UDS |
| VANDARA | Trapiche, degustación gastronómica. Complemento o plus de actividades de aventura y relajación. | \$ 0 UDS |
| FORTUNA DE SAN CARLOS | Café, caña de azúcar, tradiciones agrícolas, música, gastronomía. | \$ 0 UDS |

Fuente: elaboración propia

7.9 Cambios en la Industria

Los cambios futuros serán marcados por las relaciones con los clientes, mediante las evaluaciones que se implementarán haciendo uso de la tecnología, utilizando iPads que permitan procesar los resultados inmediatos y generar las estadísticas que serán las que permitan dirigir las estrategias. Sumado a esto, recopilar toda la retroalimentación obtener de las redes sociales y demás herramientas de mercado que se utilizarán, para que sean los mismos clientes, quienes, mediante sus aportes e interacciones, permitan conocerlos y entenderlos como consumidores finales, para lograr comprender el público objetivo hacia el cuál dirigir las acciones de marketing que

se ejecutan o dirigir hacia nuevos, el diseño de nuevos productos y servicios, así como estrategias a seguir. Se debe ser líderes creativos, innovar, vincularse directamente con los clientes, reformular la línea de servicios, la estructura de costos y reconocer las oportunidades estratégicas para sobrevivir y crecer, sumado a una constante investigación de las tendencias del mercado.

7.10 Los Productos Competencia

La propuesta del producto turístico se plantea hacia un consumidor postmoderno que es muy sofisticado e informado, que busca experiencias y evidenciar, además, los beneficios que están asociados a la adquisición de los bienes y servicios que se le ofrecen. La valorización del producto o servicio, la idoneidad y calidad son importantes, pero además el reto que significa el hecho de que los productos y servicios turísticos deben generar valor y darles una respuesta precisa a las aspiraciones no declaradas del consumidor. Partir de la premisa de que ya los conceptos tradicionales de calidad en el servicio, no son suficientes para mantener un alto nivel de competitividad, penetración de mercado y posicionamiento. La sostenibilidad como componente de los productos y servicios turísticos ya tampoco constituye una ventaja competitiva o un elemento diferenciador, hoy día es la norma, no agrega ningún tipo de valor, si no se enriquece la experiencia del cliente. Se requiere por ello:

1- Un enfoque centrado en el cliente

2- Utilizar las vías de la percepción, sentimiento, pensamiento, acción y relación, buscar lo mejor que desean ellos y darles lo mejor que se tiene.

3- La capacitación proactiva que permita conocimiento claro y vivencial del propio producto o servicio por parte de todo el personal.

4- Contar con Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) a nivel gastronómico y de operación en lo que compete del Instituto Costarricense de Turismo, que le permitirá garantizar que la propuesta de producto responsable es real.

7.11 Plan de Promoción y Ventas

7.11.1 Canales de Distribución

El producto cultural es complementario de acuerdo con la actividad turística que se desarrolla en la región, la cual está enfocada principalmente en turismo de sol y playa, así como el de naturaleza. Sin embargo, se hace necesario ampliar la oferta y buscar opciones para dar a conocer el patrimonio cultural de la región por medio de un producto que permita explorar y vivir experiencias ligadas a la historia, la cultura, las tradiciones, las artes y la gastronomía, tomando como elemento principal las visitas guiadas a los principales atractivos tangibles y tener como complemento diferenciador las actividades vivenciales.

Para el turismo internacional será un producto muy atractivo ya que contiene elementos que son de su interés, y además responde por la búsqueda de nuevas vivencias y el intercambio cultural que buscan constantemente. Así mismo para el mercado nacional será una oportunidad de conocer un producto que reúne las principales características de una comunidad que cuenta con una gran riqueza cultural y que ha

conocido de manera desarticulada, es decir, cada atractivo de manera separada y no como un producto organizado enfocado en generar memorias y sentimientos de valor hacia lo que es propio.

Por ello en las campañas publicitarias se tendrá especial cuidado con el mensaje a transmitir, el turista extranjero busca descubrir experiencias nuevas y significativas y el mercado nacional redescubrir y revalorizar lo que le pertenece.

Los canales serán los proveedores que ayudan a la empresa a promover, vender y distribuir sus bienes a los compradores finales. Los intermediarios incluyen las agencias de viajes, los tours operadores mayoristas, guías de viaje especializadas en experiencias culturales y gastronómicas. Así mismo se debe pensar en una estrategia digital, ya que el mercado así lo exige por ser el uso de internet y redes sociales una tendencia mundial, donde se invite al cliente a compartir sus experiencias.

También podrá llevarse a cabo en el punto de información turística, donde podrá hacer la venta directa de los tours a los visitantes nacionales y extranjeros.

Tabla 14.- Principales tour operadores y agencias de viaje identificadas en el destino

| NOMBRE | ACTIVIDAD | NECESIDAD |
|-----------------------|------------------|---|
| Hotel Beds Guanacaste | Tour operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |

| | | |
|---------------------------|---------------|---|
| | | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Ganacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| SIBU | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| Corporación de Viajes TAM | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| MARDIGI TOURS | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| AMSTAR | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| OLYMPUS | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| NEXUS | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| Plus Papagayo | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| ECOTRANS | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| JACAMAR | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| Falcon Tours | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| CRT Team | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| 3 Monkeys Tour | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |

| | | |
|--------------------|-------------------|--|
| Vargas Tours | Tour Operador | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. |
| Camino Travel | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Travel Excellence | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Costa Rica For All | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Ecole Viajes | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Tierra Verde | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Horizontes | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| ARA Tours | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| ANYWHERE | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Asuaire | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Armotours | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Amadeus | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| CRS Tours | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |

| | | |
|----------------------|-------------------|---|
| Costa Rican Trails | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Costa Rica Sun Tours | Agencia de Viajes | Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |
| Swiss Travel | Agencia de Viajes | Ofrece Nicaragua tour de un día, así como otras actividades de aventura y relajación pasando por Liberia. Ofrece circuitos dentro del país que incluyen Guanacaste dentro de sus opciones; Soy y playa y Rincón de la Vieja. |

Fuente: elaboración propia

El producto turístico se encuentra en la fase de proyecto, los clientes no están conscientes de las características del servicio, aún no comprenden los beneficios que podría obtener si compran el producto, por eso, debe informársele a los clientes potenciales que el producto existe, y en cómo podría beneficiarles como satisfactor de necesidades y deseos. La estrategia de promoción va a estar fuertemente enfocada a las nuevas herramientas de comunicación y al mercadeo vivencial.

7.11.2 Métodos de Promoción

La publicidad se llevará a cabo mediante;

a) Correo electrónico: para la recolección de la base de datos inicial, se recolectarán por medio de los formularios electrónicos de evaluación del producto y servicio. El objetivo es ir generando una base de datos a partir de la retroalimentación de los clientes para la mejora del producto e incorporación de nuevos servicios.

A los intermediarios; agencias de viaje que pasan por Liberia hacia las zonas hoteleras del Parque Nacional Rincón de la Vieja, hoteles en la zona de playa, y circuitos que van hacia Nicaragua, correos informativos que externen los especiales de temporada para mantenerlos actualizados respecto a las novedades.

b) Periódico digital Info ELCOCO con alcance provincial, especialmente en la zona de Playas del Coco, Playa Panamá, Playa Hermosa y Papagayo, donde residen la mayor cantidad de extranjeros de la Provincia.

c) Afiliación a Trip Advisor como estrategia para posicionamiento en el mercado y así mismo es una estrategia push, que permitirá promocionar el producto con los clientes quienes son los influenciadores de compra para el mercado meta.

7.11.3 Relaciones Públicas

a) Apoyo productores locales y al talento regional: invitaciones para productores orgánicos locales puedan colocar directamente sus productos y atraer el mercado meta, artesanos, músicos y demás talentos de la región, a presentar sus valores y expresiones culturales que motiven nuevos productos culturales en el destino y a la vez, fortalezca las experiencias del producto Cultural Liberia.

b) Intercambio con otros museos nacionales para exposición culturales: espacio para que colecciones culturales de otras zonas del país, puedan compartirse en el Museo Guanacaste o Edificio de la Antigua Gobernación.

c) Ferias de sabores y arte los sábados y domingos: tener rol activo de actividades gastronómicas y artísticas en el Parque Mario Cañas Ruiz o Calle Real, para ofrecer un producto cultural dirigido al público local, a fin de que ellos se identifiquen con su cultura y sean promotores directos de su resguardo.

d) Convenio de cooperación con el Instituto Costarricense de Turismo: con el objetivo de ser parte de las acciones estratégicas de mercadeo y promoción, capacitaciones y distintos programas que el ICT ejecuta.

7.11.4 Promoción de Ventas

a) Videos promocionales; uno corto de máximo 1 minuto y otro más extenso para las pantallas y/o iPad de los canales de distribución, así como redes sociales, pagina web y otros medios de mercadeo digital. Generar red de alianzas para la difusión de los videos, además de todas las opciones virtuales.

b) Evento de lanzamiento con las principales personalidades de la región (autoridades, empresarios, canales de distribución) para dar a conocer el producto.

c) Concursos temáticos en 3 fechas representativas: 20 de marzo, 25 de julio, 15 de septiembre. Eje; *rescate de platillos auténticos para fechas festivas, cocina con historia e identidad guanacasteca, fusión orgánica y cultural (del campo a la mesa)* donde se otorguen espacios al talento local para concursar y presentar sus creaciones, a cargo de un jurado calificado. También en pintura, baile, música, etc. donde ser culmine con

un evento representativo e incluya las creaciones ganadoras con especial mención de su autor.

7.11.5 Marketing Vivencial

a) Pantallas dentro de los edificios recepción: 3 pantallas para pasar el video que pretende informar los lugares donde provienen las cosechas, métodos de siembra, la vida en las comunidades, el patrimonio natural y cultural; resaltar otros inmuebles declarados patrimonio histórico.

b) En transporte, menús, pagina web: incorporación de fotografías, datos estadísticos sobre el ahorro energético, de agua, entre otros, así como información que eduque e inste a los clientes a implementar prácticas sostenibles similares en sus hogares.

También Música de fondo de autores locales.

c) Talleres o clases de cocina típica criolla costarricense: interactivos, que permita a los visitantes llevarse una verdadera experiencia.

7.11.6 Mercadeo Directo

a) Creación de página web: con videos, fotografías y experiencias de los clientes.

Generar concursos que motiven a los clientes a participar, con un espacio para la recolección de datos.

b) Publicidad en google: donde se creen hipervínculo desde las páginas de las alianzas generadas.

c) Abrir cuentas en Facebook (Fan page), Instagram, Twitter, Pinterest, Flickr y colocación de videos y experiencias en YouTube.

d) Abrir un blog de valores culturales costarricenses, donde se realicen publicaciones sobre la diversidad cultural y todos los elementos característicos del producto.

7.11.7 Presupuesto (del 01 abril al 31 diciembre 2017)

Se trabajará con presupuesto, semanalmente se medirá su efectiva ejecución. La inversión en mercadeo se estableció de acuerdo a las necesidades del negocio, con calendario mensual, lo que permitirá que el flujo de caja no se vea afectado. En el mes de setiembre se elaborará el presupuesto para el año 2018, según los objetivos alcanzados y su efectividad en cumplimiento de las proyecciones.

Tabla 15.- Presupuesto (del 01 de abril al 31 diciembre 2017)

| MEDIO | MONTO UDS | CRONOGRAMA EJECUCIÓN | DETALLE GESTIÓN |
|---------------------------------|-----------|----------------------|--|
| Manual de marca | 8000 | 02 mayo | Manual de marca completo que incluya todo: marca, logo, slogan, paleta colores, aplicaciones, etc. |
| Cuenta TripAdvisor | 0 | 02 mayo | Una persona revisará diariamente la información que ingresa para su debido seguimiento y control. |
| Cuenta Pinterest | 0 | 02 mayo | Una persona estará a cargo de la recolección de fotos, información, videos de experiencias y demás material para mantener actualizado diariamente todas las cuentas. |
| Cuenta Facebook y pago anuncios | 350 | 02 mayo | Incorporar además de todo el material mencionado, productos de temporada, especiales. |
| Cuenta Instagram | 0 | 02 mayo | Importante incorporar fotos de talleres, |

| | | | |
|---|------|---|---|
| | | | ferias agrícolas y eventos culturales, así como concursos. |
| Cuenta Twiter | 0 | 02 mayo | Mismo que Facebook. |
| Apoyo 3 eventos culturales | 350 | 28 mayo, 25 junio, 25 julio | 28 de mayo: Grupo Folclórico. De 8:00-9:00 p.m. 25 junio: Grupo de artesanos de Huaitil. De 9:00 -2:00 p.m. 25 de julio: Grupo Folclórico con gigantas y cimarrona. De 8:00-9:30 p.m. |
| Diseño página Web | 2700 | 04 abril 2016 | Contratación de empresa |
| Evento lanzamiento | 1600 | 28 mayo | Se prevé la presentación cultural. Las invitaciones serán vía email. |
| Visita presencial agencias | 1500 | 28 al 05 abril | Gira por principales agencias en San José |
| Fam trip | 1500 | 05 de abril | Tour operadores Guanacaste |
| 2 videos publicitarios y 3 cortos eventos | 2500 | 04 abril | Contratación empresa. |
| Pantallas 32 pulgadas | 900 | 04 abril | Compra e instalación. |
| 12 Talleres cocina para público local | 150 | 15, 30 jun. 15, 27 jul. 17, 31 agst. 14 y 28 set. 12, 26 oct. 16, 30 nov. 15, 29 dic. | 2 recetas distintas por taller serán impartidas por señoras y cocineras destacadas en la gastronomía local, así como otros invitados de la zona. |
| Generación de contenido para redes y blog | 500 | 04 de abril | Contratación de empresa |
| 5 publicaciones InfoELCOCO | 100 | 7 mayo, 4 jun, 2 jul, 6 agost, 3 oct | Se informará el calendario de actividades |
| Diseño e impresión papelería | 1250 | 04 abril | Contratación de empresa |
| Anuncios en revistas | 1200 | 10 mayo, 14 jun, 12 jul, 16 agosto | Preparación y envío de información actualizada para publicación. |

Fuente: elaboración propia

7.11.8 Evaluación

Algunas formas para evaluar la eficiencia del plan son: A) medir el impacto en los medios de comunicación – además del número de apariciones en cada medio, también se pueden analizar cuantas personas pueden haber sido expuestos a los mensajes. A

través de esta herramienta podremos ver la penetración de nuestro mensaje en el público. B) Visitas en Internet – en la página web, cantidad de seguidores en las redes sociales. C) Seguimiento de las apariciones en los medios de comunicación de forma sistemática. D) Asistencia del público a los eventos, E) Costo por persona – Determinar el costo de llegar a cada miembro del público.

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES

La cultura es dinámica y no es estática, es constantemente recreada y que es posible bajo estas condiciones, el mantener su esencia, su carácter autóctono. Es una manera de externar que nuestra cultura no se detiene con el tiempo, que está en constante evolución y que resulta igual de importante el seguirla construyendo, sobre las bases de conocimiento y conservación, sobre todo en estos tiempos de creciente globalización, donde la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural y del patrimonio cultural de cualquier región es un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar. Con educación, es posible que las comunidades y sus integrantes conozcan, valoren e identifiquen los elementos que los caracterizan y los define como cultura local y que, a la vez, los diferenciará de otras manifestaciones culturales, de otros pueblos. El conocer, aceptar y sentirse parte de una cultura, los definirá como personas y como integrantes de una comunidad; responsables a su vez por la conservación y gestión de este patrimonio, teniendo en cuenta las normas internacionalmente reconocidas y aplicadas de forma adecuada.

El producto turístico cultural, ha sido diseñado como una interesante opción que venga aportar el desarrollo sostenible del Cantón, diversificar la oferta y romper las marcadas temporadas turísticas existentes, a la vez que se logra que el desarrollo turístico no atente contra la trasmisión de la cultura a través de las generaciones. Ese fomento del vínculo entre turismo y cultura con miras a promover un futuro más sostenible para la ciudad, es una gran oportunidad que no puede pasar por desapercibida, ya que el transformar el estado de cosas que agobian las comunidades

de Liberia, así como el emprendimiento de su gente, dependerá de la capacidad de imaginar intervenciones sobre esa realidad, en conjunto, todos los actores o grupos de interés bajo una visión holística.

En el producto turístico Cultural Liberia, se incorporaron atributos para que sea un producto genuino de turismo cultural, tal como; *autenticidad*, ya que revaloriza la cultura local sin atentar contra la identidad de la comunidad, de *bajo impacto*, ya que promueve la preservación de la cultura y los recursos patrimoniales tangibles e intangibles; minimizando los impactos negativos sobre la comunidad, así como también sobre el entorno, el producto se ofrece en una forma natural, se ha *incorporado la comunidad local*, con participación activa, dispuestos a disponer de sus bienes o manifestación culturales como recursos turísticos, y por último, la *innovación* que añaden valor al fortalecer su competitividad y diferenciación. Se ha diseñado con base al requerimiento de los canales de distribución; un producto turístico cultural complementario al de las actividades de aventura y naturaleza que ya ofrecen, con opciones vivenciales que enriquezcan las experiencias de los visitantes, basados en el patrimonio cultural intangible. También se ofrecerán opciones individualizadas y exclusivas para una cartera de cuentas especiales que florecen en el destino.

Sera un proyecto de la Municipalidad de Liberia, propietario registral del Edificio de la Antigua Gobernación y del Cuartel, inmuebles donde se prevé la dirección e instalación de las principales actividades que ofrecerá el producto turístico cultural, así como de otros inmuebles, algunos ya han sido incorporados en proyectos municipales para el desarrollo del Cantón, tal como el mercado de artesanos, remodelación del Parque

Mario Cañas Ruiz, etc, todo ello, en cooperación con la industria turística visualizada como un sistema integral, donde al gobierno local le corresponde la dirección de proyectos turísticos que aporten al desarrollo sostenible, determinando objetivos de acción conjunta. Es por ello que se participarán la mayor cantidad de actores locales, a fin de que exista apropiación por parte de los mismos, para que el proyecto sea verdaderamente sostenible en el tiempo. El trabajo proactivo de éstos, los comprometerá en una mayor escala, los sensibilizará sobre la necesidad de protección del patrimonio cultural, y los servicios que se percibe de ellos, así, lograr un resultado satisfactorio en la ejecución del proyecto.

La Ciudad de Liberia cuenta con la infraestructura turística básica y necesaria para un oportuno desarrollo turístico en su Centro Histórico. Además, una superestructura turística que armonice la producción y venta de servicios, así como las relaciones resultantes de la práctica del turismo, sumado a los servicios complementarios requeridos para un óptimo engranaje.

Aun cuando toda la problemática mencionada no será sujeta de soluciones que se deriven de este proyecto, al menos ha pretendido contribuir siguiendo el modelo actual de desarrollo del país, por medio de este nuevo producto turístico que le dé un renovado aire a la oferta turística del destino, apuntado a la incorporación del patrimonio cultural inmaterial, como punta de lanza para darle una mejor puesta en valor a la Sostenibilidad Turística. Sumado a ello, la importancia que tiene la demanda turística futura, un viajero post moderno que busca pertenecer a los lugares que visita mediante experiencias auténticas, llenas de emociones.

La empresa privada juega un rol importante en la inversión para el desarrollo óptimo que va más allá del respeto de la normativa existente; la responsabilidad social empresarial deberá ser el eje de su funcionamiento y desarrollo, el asumir un papel proactivo en la educación, preparación del recurso humano y participación en las acciones de trabajo conjunto.

Es posible un diálogo renovado entre las comunidades, dirigentes y gobiernos locales, utilizando la herramienta de la educación para hacer conciencia y despertar la responsabilidad que todos tienen en este proceso, donde los individuos, con especial atención a los jóvenes, desempeñan indispensable papel en hacer valer el patrimonio cultural más allá de su reconocimiento oficial por parte de la legislación nacional, mediante estrategias basadas en los esfuerzos e iniciativas de los distintos sectores del Cantón de Liberia, que nazca de común acuerdo, bajo un espíritu de empresa conjunta y valores compartidos, buscando un desarrollo sostenible, firme y duradero, con el reconocimiento del sector turístico como una alternativa de conservación de su identidad, pero también como fuente de ingresos y desarrollo.

CAPÍTULO VII RECOMENDACIONES

Al diseñar el Producto Turístico Cultural, se ha tomado como base, el Plan Nacional de Desarrollo Sostenible que rige al País. Debe garantizarse en su implementación, los lineamientos que los programas del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) determina para el sector; Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), los programas Bandera Azul Ecológica y Carbono Neutro.

Es importante conservar la autenticidad de los sitios del Patrimonio y de la variedad de sus objetos. La autenticidad constituye un elemento esencial del significado cultural expresado a través de los materiales físicos, del legado de la memoria y de las tradiciones intangibles que perduran del pasado. Los programas deberían presentar e interpretar la autenticidad de los sitios y de sus experiencias culturales para mejorar el aprecio y la comprensión del patrimonio cultural.

Es necesario la incorporación de todos los actores comunales por medio de un plan tendiente a implementarse en las siguientes etapas del proyecto; ejecución y operación, garantizándose un acompañamiento desde el inicio y que se mantenga en el tiempo. Valorar que la prestación de servicios y productos sea por parte de las asociaciones de desarrollo, estudiantes y emprendedores locales, y en el caso que éstos no estén organizados o capacitados, gestionar acciones y alianzas interinstitucionales dirigidas a su dirección y apoyo.

Provisionalmente se prevé un mercado de artesanos en el Cuartel, mientras el Gobierno Local ejecuta su proyecto en curso para un mercado de artesanos definitivo. Se recomienda incorporar dentro del mercado, la herencia cultural destacada y auténtica, que conserva el pueblo de Guaitil, con participación activa de los artesanos para incrementar la experiencia. Complementar los productos de arte, con opciones creativas, auténticas y en reciclaje de muchas otras comunidades del país, que abarque todas las regiones del País, a fin de competir con a una oferta nicaragüense determinante.

La población local no está aún sensibilizada en torno al turismo, sin expectativas definidas respecto a la actividad. La ciudad no cuenta con un plan de desarrollo turístico, resulta indispensable capacitar a la Municipalidad de Liberia y a UCADELI sobre la importancia del turismo en el Cantón y la urgencia de tomar acciones conjuntas para generar políticas públicas regionales que guíen la planificación turística de Liberia.

Si una nueva población está preparada a través de un programa de sensibilización, y concientización de lo que significa el patrimonio local, probablemente ayude a la restauración y conservación del mismo. Podría ponerlo en valor, con diferentes usos para el bien del poblador local, siendo el turismo planificado una herramienta posible de recomposición de la sociedad.

Si la identidad de una comunidad es sustituida u opacada por tradiciones o costumbres foráneas, quiere decir que dicha identidad no estaba fuertemente arraigada a la comunidad; por ello, al iniciar cualquier proceso turístico o que involucre el intercambio cultural, es importante en primer lugar trabajar en el reconocimiento y fortalecimiento de la cultura local.

Para que el desarrollo turístico genere impactos positivos se debe promover un desarrollo controlado, se debe trabajar en primera instancia en la educación de la población local y en la apropiación que tiene sobre su patrimonio y cultura, debe existir una reglamentación clara sobre el uso turístico de los recursos, se debe analizar la capacidad de carga de los recursos, y ante todo se debe tener muy claro que la herencia cultural precede a la actividad turística; para ello se deben aplicar modelos de gestión del patrimonio turístico basados en la sostenibilidad; diseñar y aplicar sistemas de gestión capaces de fomentar y conciliar la sostenibilidad, equidad, crecimiento económico y la participación de todos.

El turismo es un instrumento al servicio del “desarrollo”, una herramienta que no garantiza por sí misma dicho “desarrollo”. La población debe ser considerada el eje principal, verdadera protagonista de la actividad turística, eso significa que el poder real, la toma de decisiones y el control y beneficio de los recursos corresponde y queda en manos de las comunidades receptoras.

La educación es una herramienta indispensable. Por ello se recomienda revalorizar el patrimonio cultural y su utilización como recurso educativo mediante una adecuada y moderna difusión. Es importante que la mayoría del público, y, sobre todo, la población más joven, identifique el patrimonio cultural material e inmaterial. Algunas ideas a considerar son:

- Formación y educación de todos los involucrados en la gestión de la conservación del patrimonio, sector turístico y comunidad; miembros del municipio, planificadores, investigadores, diseñadores, arquitectos, intérpretes, conservadores, operadores turísticos, educadores, líderes comunales, por medio de programas y estrategias que ellos mismos discutirán y generarán en mesas de diálogo y trabajo, donde se incorpore;
 - Incentivar en el turismo la preservación del patrimonio cultural en todas sus manifestaciones: educando a los visitantes mediante la incorporación de información del patrimonio cultural local en las páginas web, catálogos de ventas, libros informativos de los hoteles, etc. y promover los productos turísticos locales auténticos y operados por sus habitantes.
 - El visitante debe tener acceso a la información antes de planear su visita; sea directamente por medio de las herramientas de mercadeo y venta directa, o por medio de los intermediarios, como agencia de viajes, mayoristas.
 - Despertar el autoconocimiento de las sociedades mediante experiencias educativas con el objetivo de identificar los pobladores, su espacio social, sus hábitos culturales, sus manifestaciones mediante experiencias turísticas de calidad.
 - Promover únicamente los productos turísticos gestores del patrimonio cultural; aquellos que lo respeten, incorporen y promuevan, gestionados por sus pobladores. Por ejemplo; veladas con música local, cenas o fiestas tema,

presentaciones culturales, tiendas de souvenir locales, etc. Para ello, inventariar responsablemente las opciones y nombrar una comisión que vele por mantener y mejorar la calidad de la experiencia que ofrecen apoyándose en los entes gubernamentales, no solo para capacitaciones, sino, promoción y actualización del abanico de productos para generar nuevo que nazca del seno de las comunidades, que éstas sean las emprendedoras de los nuevos proyectos, resultando nuevos productos turísticos creativos, promotores del patrimonio cultural y que ofrezcan experiencias de muy alta calidad.

- Preparar un programa integrado de capacitación local con talleres proactivos, que inicie desde la educación primaria, hasta abarcar todos los grupos de la sociedad, para que los ciudadanos sean educados para visualizar al visitante con una mirada más profunda, contextualizada, valorando y preservando sus espacios, desarrollar comportamientos responsables que inciten o enseñen al turista a practicar actividades turísticas sostenibles.
- Atender la educación a niños y jóvenes bajo un programa especial: salir del aula para buscar elementos que, mediante la vivencia directa y la observación, ayuden al alumnado a un mejor aprendizaje del contenido social y cultural de las disciplinas académicas.

La Municipalidad debe apoyar e impulsar a la realización de diferentes actividades de carácter cultural y turístico haciendo del mismo baluarte de la vida cultural del municipio como complemento al desarrollo integral de la comunidad, promoviendo y conservando

el patrimonio cultural, arquitectónico y turístico de Liberia en la búsqueda de una mejor calidad de vida para todos. Algunas ideas que podrían ser accionadas son:

- Gestionar la financiación de programas locales y regionales que promuevan el conjunto de expresiones culturales. Para esto se propone:
 - Establecer convenios con el Ministerio de Cultura para cofinanciar los diferentes eventos artísticos y culturales. Así como gestionar con éste y con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) los diferentes programas y eventos.
 - Promocionar la participación local en eventos locales, regionales y nacionales.
 - Asignar recursos y apoyo logístico desde la coordinación de programas culturales.
 - Apoyo a la realización de intercambios culturales con otras regiones y países para que los jóvenes de Liberia puedan conocer otras regiones y ciudades, valorando su propia comunidad y promocionándola. Algunas estrategias para realizarlo son: gestión estratégica con diferentes entidades, por ejemplo: universidades, escuelas, municipios, para lograr el intercambio cultural con otras regiones, solicitud de apoyo a través de las Embajadas, de la empresa privada.
 - Apoyo por parte del Estado a agentes privados y comunitarios para la gestión cultural y del patrimonio.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

MUNICIPALIDAD DE LIBERIA.

<http://www.muniliberia.go.cr/muniliberia/component/content/article/24.html>

MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD (2013). Comunicado de Prensa.

Obtenido de:

<http://www.mcj.go.cr/actualidad/noticias/2013/febrero/noticias/consecutivo078.aspx>

PERIÓDICO LA NACIÓN (2016). Municipalidad de Liberia, Plan de gobierno Municipal periodo 2016-2010. Recopilado de:

<http://www.nacion.com/gnfactory/investigacion/2016/elecciones-municipales/candidatos/203770818/plan.pdf>

PERIODICO GUANACASTE (2015). Manifestación del Patrimonio Cultural Inmaterial liberiano y guanacasteco. Recopilado de:

<http://www.guanacastealaaltura.com/manifestacion-del-patrimonio-cultural-inmaterial-liberiano-y-guanacasteco/>

PERIÓDICO LA NACIÓN (2013). Tope de Toros fueron declarados Patrimonio. Recopilado de: http://www.nacion.com/ocio/artes/Topes-toros-declarados-patrimonio_0_1325667477.html

M. GARDELA (2010). Diccionario de la Guanacastequidad. Obtenido de: <http://guanacastequidad.com/phocadownload/Literatura/diccionario.pdf>

PERIÓDICO LA PROVINCIA (2014). Leyendas. Obtenido de: <http://guanapym-cp58.webjoomla.es/laprovincia/index.php/es/la-voz-del-pueblo/la-voz-2>

PROGRAMA VIVAMOS LA GUANACASTEQUIDAD (2013). Herencias. Obtenido de: http://www.guanacastequidad.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=18&Itemid=111

Instituto Costarricense de Turismo. (s.f.). *ICT*. Recuperado el 10 de Agosto de 2016 , de <http://www.ict.go.cr/es/>

Liberia Rent a Car. (s.f.). *What is the Area de Conservación Guanacaste?* Recuperado el 11 de Agosto de 2016, de <http://liberiarentacar.com/portal/what-is-the-area-de-conservacion-guanacaste>

Area de Conservación Guanacaste. (s.f.). *AREA DE CONSERVACIÓN GUANACASTE*. Recuperado el 10 de Agosto de 2016, de Fuente de Vida y Desarrollo: <http://www.acguanacaste.ac.cr/>

Municipalidad de Liberia (s.f.). *MUNICIPALIDAD DE LIBERIA*. Recuperado el 07 de octubre de 2016, de <http://www.muniliberia.go.cr/muniliberia/component/content/article/24.html>

Ministerio de Cultura y Juventud del Gobierno de Costa Rica (s.f.). *MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD*, Comunicado de Prensa. Recuperado el 07 de octubre de 2016, de <http://www.mcj.go.cr/actualidad/noticias/2013/febrero/noticias/consecutivo078.aspx>

Periódico Guanacaste (s.f.). *PERIODICO GUANACASTE (2015)*. Manifestación del Patrimonio Cultural Inmaterial liberiano y guanacasteco. Recuperado el 07 de octubre del 2016, de : <http://www.guanacastealaaltura.com/manifestacion-del-patrimonio-cultural-inmaterial-liberiano-y-guanacasteco/>

Periódico la Nación (s.f.). *PERIÓDICO LA NACIÓN (2013)*. Tope de Toros fueron declarados Patrimonio, recuperado el 07 de octubre del 2016, de http://www.nacion.com/ocio/artes/Topes-toros-declarados-patrimonio_0_1325667477.html

Periódico la Provincia (s.f.). *PERIÓDICO LA PROVINCIA (2013)*. Leyendas, recuperado el 08 de octubre del 2016, de: <http://guanapym-cp58.webjoomla.es/laprovincia/index.php/es/la-voz-del-pueblo/la-voz-2>

Revista Traver (s.f). REVISTA TRAVELER (2008). Liberia, la Calle de los Nombres, recuperado el 09 de octubre de: <http://www.costaricatraveler.com/articulo.php?id=152>

Programa Vivamos la Guanacastequidad (s.f). PROGRAMA VIVAMOS LA GUANACASTEQUIDAD (2013). Herencias, recuperado el 09 de octubre del 2016, de: http://www.guanacastequidad.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=18&Itemid=111

Erik M. Rish L. (2005). Departamento de Cataluña. El Valor de la Cultura en los Procesos de Desarrollo Urbano Sustentable.

Aráuz C. (2003). La Cofradía de Nuestra Señorita La Virgen de Guadalupe. San José: Editorial Nuevo Paradigma. Díaz F. (1997). La Guanacastequidad. En Rev. Ciencias Sociales, 75:11-22.

Ross Marjorie. (2007). Entre el comal y la olla, fundamentos de la gastronomía costarricense. San José: EUNED.

M. Socatelli, INTERMARK (2013). Costa Rica. Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles; “La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles”, Concepto de Precios. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

M. Socatelli, INTERMARK (2013). Costa Rica. Mercadeo Aplicado al Turismo; “La Comercialización de Servicio, Productos y Destinos Turísticos Sostenibles”, La Oferta Turística, Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

A. López, ICT (2016). Costa Rica. Explorar las diferentes formas en que las comunidades pueden organizarse con fines turísticos; “El ICT, su estructura y el nuevo Plan Nacional de Desarrollo sostenible 2016-2021”. Universidad Nacional, Campus Liberia, Charla para estudiantes de la Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

J. Nicolau, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante. Segmentación y Posicionamiento Turístico.

M. Socatelli, INTERMARK, Costa Rica. Desarrollo de Producto y Mercado Turístico.

M. Socatelli, INTERMARK (2013). Costa Rica. Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles; “Análisis de la Competencia”, Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

M. Velasco (2009). España. Gestión Turística del Patrimonio Cultural; “Enfoques para un Desarrollo Sostenible del Turismo Cultural. Universidad Computense de Madrid, Centro de Estudios Superiores Felipe II.

ICOMOS, Costa Rica. Obtenido de:

http://www.icomoscr.org/content/index.php?option=com_content&view=article&id=138:articulo-2010-08-21&catid=43:articulos&Itemid=77

R. García, 2016. Evolución y Tendencias del Turismo Cultural. Obtenido de:

<http://www.aprendedeturismo.org/evolucion-y-tendencias-del-turismo-cultural/>

Municipalidad de Liberia. Obtenido de:

<https://www.muniliberia.go.cr/muniliberia/component/content/article/24.html>

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO (ICT). Cifras Turística 2012. Obtenido de:

http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/cifras_turisticas/Junio_2012/CifrasTuristicas.pdf

ÁREA DE CONSERVACIÓN GUANACASTE (ACG).

<http://www.acguanacaste.ac.cr/news/noticias-programa-de-ecoturismo/892-plan-de-turismo-sostenible-del-pnrv-a-la-pagina-del-acg>

NUTRICIÓN Y SALUD EN LÍNEA (2010). Dieta de los Ticos pierden nutrientes por eliminar frutas autóctonas. Obtenido de: <http://nutricionysalud-enlinea.blogspot.com/2010/01/dieta-de-ticos-pierde-nutrientes-por.html>

Exceso de restaurantes asfixia al sector gastronómico de Costa Rica:
http://www.elfinancierocr.com/negocios/Exceso-restaurantes-asfixia-sector-gastronomico_0_379162085.html

11 TENDENCIAS EN LA GASTRONOMÍA PARA EL 2015” DEL PORTAL WEB
http://cadenaser.com/ser/2015/01/13/gastro/1421157997_177536.html

IX. CITAS DE REFERENCIA

Fallas Garro, Y. (2010). Guanacaste destaca como destino turístico por excelencia. Guanacaste, Costa Rica. Universidad de Costa Rica. Recuperado de
<https://www.ucr.ac.cr/noticias/2010/07/26/guanacaste-destaca-como-destino-turistico-por-excelencia.html>.

REVISTA TRAVELER (2008). Liberia, la Calle de los Nombres. Obtenido de:
<http://www.costaricatraveler.com/articulo.php?id=152>
Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París, Francia, 32ª reunión, 29 de siembre al 17 de octubre del 2003.

Gardela, M, Cruz Porrras, C. (2010). Diccionario de Guanacastequismos. Guanacaste, Costa Rica. Centro Literario de Guanacaste. Recuperado de
<http://guanacastequidad.com/phocadownload/Literatura/diccionario.pdf>.

El Área de Conservación Guanacaste, Costa Rica (2012)
Carta Internacional sobre Turismo Cultural La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo (1999), Adoptada por ICOMOS en la 12ª Asamblea General en México, octubre de 1999.

X. ANEXOS

8 ANEXO

8.1 1.- Acta del Proyecto Final de Graduación

Nombre y apellidos: Aileen Ocampo Fernández
Lugar de residencia: Liberia, Guanacaste
Institución: Cámara Guanacasteca de Turismo (CATURGUA),
Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Restaurante &
Café Donde Pipe, Hermanos Ocampo Fernández S.A,
Cañón de la Vieja Lodge S.A.
Cargo / puesto: Miembro de Junta Directiva, académica, propietaria, socia
en las últimas dos compañías.

| Información principal y autorización del PFG | |
|--|--|
| Fecha: 01 de noviembre del 2016 | Nombre del proyecto: <i>“Cultural Liberia, como producto turístico cultural que aporte al desarrollo sostenible y resguarde el patrimonio cultural”.</i> |
| Fecha de inicio del proyecto: Marzo del 2017 | Fecha tentativa de finalización: Marzo del 2018 |
| Tipo de PFG: tesina | |
| Objetivos del proyecto: General: Diseñar un producto turístico cultural que aporte al desarrollo turístico sostenible del Cantón de Liberia mediante la puesta en valor de algunos de los elementos de su patrimonio cultural. Específicos: 1. Determinar el estado actual y situación legal del patrimonio cultural mueble declarado patrimonio histórico en la ciudad, para su posible utilización turística 2. Conceptualizar y diseñar el producto turístico a ofrecer según las necesidades de los canales de distribución y las variables del destino, 3. Enlistar otros servicios complementarios en la ciudad (parqueos públicos, servicios de restauración, estaciones de policía, farmacia, etc.). | |
| Descripción del producto: Liberia, dominada la “Ciudad Blanca” por sus cascajos o terrenos blancos de origen volcánico, es la capital de la provincia de Guanacaste e históricamente un | |

pueblo sabanero conocido por su folclore y costumbres, donde el turismo ha experimentado una expansión y diversificación, convirtiéndose en el sector económico de mayor envergadura y crecimiento en las últimas décadas. La Ciudad es hoy, antesala para turistas que viajan a las playas y Parques Nacionales, dos de ellos son parte del Cantón (Santa Rosa y Rincón de la Vieja).

El patrimonio cultural es destacado. Existe un total 11 inmuebles declarados patrimonio histórico arquitectónico de Costa Rica, muchos dentro de los encantadores barrios de la época colonial en su Centro Histórico; edificaciones que muestran arquitectura tradicional de bahareque y adobe con estructura de madera que prácticamente ha desaparecido en el país. Dentro de las celebraciones, forman parte del patrimonio cultural intangible, el tope de toros y la tradicional Pasada del Niño todos los 24 de diciembre. Mientras que la leyenda del Rincón de la Vieja, La Mona y El Cadejo; surgen de la construcción de relaciones entre los pobladores con la naturaleza y continúan siendo transmitidas de generación en generación. Por último, existen otras formas de expresión y saberes que se incluyen en esta categoría: las retahílas y bombas, la música de la marimba, la cimarrona, la Danza del Pavo, el Torito, las corridas de toros en las típicas “barreras”, los valores gastronómicos y el vino de coyol. Otros distintivos de la ciudad son el Diccionario de la Guanacastequidad y los valores gastronómicos. Todo ello, evocan pasiones y generan cohesión social, la continuidad de aquel pueblo de las haciendas, el compartir, vivir y trasladar a las nuevas generaciones el conocimiento e identidad.

El producto turístico ofrecerá; visitas al patrimonio histórico de la ciudad, servicio de transporte (bus, bicicletas, carreta, volanta), guías locales, mercado de artesanos, experiencias gastronómicas y vivenciales en los barrios populares, arte, música y visita a parque nacional emblemático dentro de la historia de Costa Rica.

Necesidad del proyecto:

Educación y capacitación, organización de un mercado de artesanos, incorporación de facilidades y condiciones que permitan el aprovechamiento con fines turísticos, del mobiliario urbano de la ciudad y los espacios de recreación pública, diseño del producto turístico (rutas, guías, logística, tiempos), desarrollo del plan de mercadeo y comunicación del producto (comercialización, canales de distribución del producto turístico).

Justificación de impacto del proyecto:

Se busca diseñar un producto turístico cultural como una interesante opción para lograr que el desarrollo turístico no atente contra la trasmisión de la cultura a través de las generaciones. Liberia no tiene productos turísticos culturales, y propuestas como éstas, son urgentes y necesarias, en un destino cuyo desarrollo turístico se ha visto acelerado por la creciente llegada de vuelos internacionales al Aeropuerto Daniel Oduber Quirós, derivando efectos adversos que afectan su patrimonio cultural y natural. Para ello, es necesario definir acciones concretas que permitan hacer de los desplazamientos, consumos y experiencias; una combinación pertinente que sea sensible y respetuosa de los aspectos que identifican al destino como tal. Se requiere promover, en ese sentido, la realización de procesos participativos dirigidos a lograr una apropiación colectiva del

patrimonio y su aplicación en acciones de conservación y desarrollo, con miras a la sostenibilidad y al futuro. Las poblaciones locales tienen un papel trascendental en este compromiso, como sujetos de derechos y deberes en lo que al patrimonio cultural respecta, responsables de su valorización y conservación, sobre todo en tiempos de grandes cambios; un mundo globalizado, un turismo dinámico, lo que resulta en un desafío para nuestros pueblos.

El turismo debe verse como una fuerza positiva para la conservación del patrimonio. Es por medio de este que se captan muchas veces los presupuestos destinados a su conservación. En este sentido, Liberia puede aprovechar las oportunidades que el turismo le presenta, buscando un balance entre las expectativas de los visitantes, la búsqueda de nuevas y enriquecedoras experiencias, y los deseos y necesidades de las comunidades anfitrionas.

Resaltar la importancia de generar fuentes de empleo e ingresos para las comunidades mediante el aprovechamiento del patrimonio cultural, que permita educar y generar los medios económicos para su protección y resguardo. Se buscan estrategias de alianza conjunta entre instituciones públicas y privadas, quienes forman parte en el equipo de trabajo y como patrocinadores, a fin de aportar al desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, en una Provincia que se ha abierto al turismo como su principal factor de progreso socioeconómico.

Supuestos del proyecto:

1. Es probable que no se determine el tiempo exacto de ejecución de las obras de mantenimiento de los inmuebles patrimonio histórico por rigurosas leyes y procedimientos que los resguardan, en caso de identificar necesidades de este tipo durante la investigación. 2. Es probable que existan atrasos en la ejecución directamente relacionados con la tramitología excesiva de las instituciones públicas respecto a las licitaciones de servicios y obras.

Restricciones:

No existe en la Municipalidad de Liberia una comisión de turismo. La falta de conocimiento por parte del gobierno local y las asociaciones de desarrollo podría generar resistencia, atrasos y cambios en la esencia del proyecto, por tratarse de un órgano político.

Identificación de grupos de interés:

Directos: Municipalidad de Liberia, Unión Cantonal de Asociaciones de Desarrollo de Liberia (UCADELI), Dirección Nacional de Desarrollo de las Comunidades (DINADECO), Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Universidades públicas (UCR, UNA), Cámaras de Turismo (CATURGUA, CALITUR), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), Asociación para la Cultura de Liberia. **Indirectos:** Comunidades de Liberia, agencias de viaje, turistas, estudiantes.

Entregables: presentación de informe escrito con la conceptualización y diseño del city tour, el plan de acción para su desarrollo y plan de mercadeo.

Aprobado por (Tutor):

Firma:

| | |
|--|---------------|
| Mario A. Socatelli Porras | |
| Estudiante: Aileen Cristina Ocampo Fernández | Firma: |

8.2 Anexo 2.- Encuesta

| | |
|---|---------------------------|
| Nombre del encuestador: Aileen Ocampo | Nº de encuestador: 001 |
| Nombre del encuestado: _____ | Nº de encuesta: 001 |
| Hora de comienzo: por correo electrónico Hora de finalización: __ : __ | |

Presentación del encuestador

Buenos días/tardes,

Soy estudiante de la Maestría en Gestión del Turismo Sostenible en la Universidad para la Cooperación Internacional. Estoy haciendo una encuesta para el Proyecto “**La Necesidad de un Tour por la Ciudad de Liberia (City Tour), como Producto Turístico que Aporte al Desarrollo Sostenible y Resguarde el Patrimonio Cultural**”. Es una encuesta de valoración del City Tour, cuyas características principales son: visita a los principales inmuebles patrimonio histórico, mercado de artesanos, servicio de guías, experiencias gastronómicas locales, parqueos y servicios sanitarios.

Estamos interesados en conocer su opinión. La información que nos proporcione será utilizada para definir la necesidad del City Tour como producto turístico en el mercado, cuyo **objetivo principal** será aportar al desarrollo sostenible en el Cantón de Liberia mediante el aprovechamiento turístico y resguardo del patrimonio cultural. Se busca, además; sensibilizar y capacitar a las comunidades y gobierno local, generar fuentes de empleo, crear producto turístico innovador y competitivo, mejorar la infraestructura existente, desarrollar la necesaria y potenciar el emprendimiento y fortalecimiento de las actividades económicas locales. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

Perfil del encuestado

Empresa _____ Domicilio Guanacaste Otro
Puesto: _____ Actividad: _____

Descripción del producto

1.- En una escala del 1 al 6, dónde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”

¿Cuán interesante es el CITY TOUR para ud.?

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |

2.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraen del producto?

- Cultura Gastronomía Artesanía Servicio sanitario Ninguna de las anteriores

Otra (por favor, especifique)

Por ejemplo; bailes típicos, visita a comunidades, etc.

Distribución del producto

3.- ¿En qué lugar o lugares compra este producto turístico?

- Managua Jicoya Santa Cruz Otro (por favor, especifique) _____

4.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría que el tour se opere?

- Bus-Buseta Caminando Bicicleta Volanta (caballos) Bus tipo “casadora”

Otra (por favor, especifique)

Debilidades del producto

5.- ¿De cuánto tiempo considera que deben ser diseñadas las distintas opciones a visitar, cada ruta u opción?

- 4 horas 3 hora 2 hora 1 hora

Otra (por favor, especifique)

6.- Partiendo de la base de que le interesa el producto turístico, ¿qué probabilidad habría de que lo incorpore como una de sus opciones de venta o compra directa?

- Lo ofrecería/compraría en cuanto se abra al público
 Lo ofrecería/compraría dentro de un tiempo

- destino final
- Lo ofrecería/compraría como ½ day
 - Lo ofrecería/ compraría aprovechando el paso por Liberia hacia otro destino final
 - No lo compraría

Precio del producto

7.- ¿Comprarías este producto turístico a un precio de \$10 USD? (*Visita a la Ermita de Nuestra Señora de la Agonía, al Cuartel, Calle y puente Real, Edificio de la Antigua Gobernación, Escuela Asunción Esquivel, Kiosco del Parque Mario Cañas al menos, caminando o en bus/carro o medio propio*).

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

Por favor proponer una opción de

tarifa:

8.- ¿Estaría interesado en realizar el tour con un guía local?

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

9.- ¿Visitaría un mercado de artesanía nacional/ local?

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

10.- ¿Estaría interesado en probar la gastronomía local?

- Muy probablemente
- Probablemente
- No es nada probable
- No lo sé

11.- Este producto turístico será operado por Asociaciones de Desarrollo y Universidades Públicas. ¿Eso lo hace más, o menos interesante para ud.?

- Más interesante
- Menos interesante

- Ni más ni menos interesante, no hay diferencia
- No lo sé

12.- ¿Tiene algún comentario, sugerencia o idea sobre el producto turístico?

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

8.2.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

La encuesta estuvo dirigida a los 6 principales canales de distribución en la provincia de Guanacaste; tours operadores que representan los principales mayoristas y administradores de casas de vacacionar. Los temas elegidos fueron; descripción del producto turístico, competencia y operación del producto, logística e interés en el producto, precios y servicios del producto e interés social del producto turístico, distribuidos en 11 preguntas y un espacio para comentario, sugerencia o idea sobre el producto turístico.

RESULTADOS EN GRÁFICOS

GRÁFICO 1.



GRAFICO 2.



GRÁFICO 3.

GRÁFICO 4.



GRÁFICO 5.

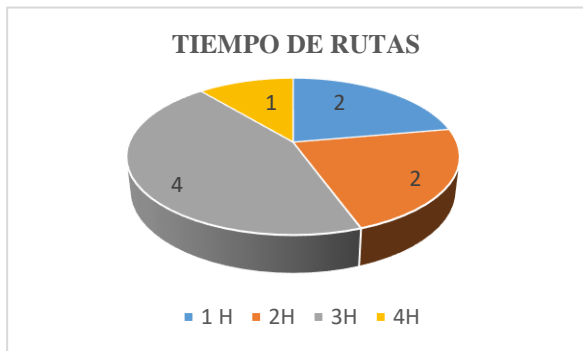


GRÁFICO 6.



GRÁFICO 7.

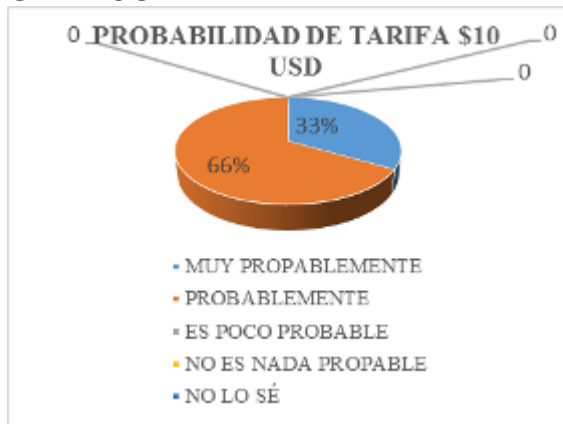


GRÁFICO 8

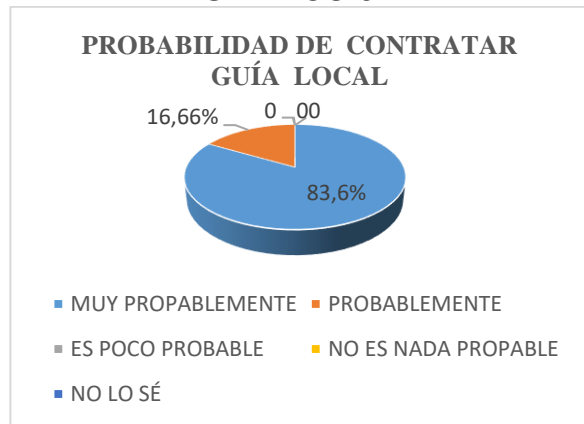
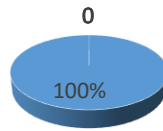


GRÁFICO 9.

**PROBABILIDAD DE VISITAR MERCADO DE ARTESANOS, DE
PROBAR LA GASTRONOMÍA LOCAL E INTERÉS EN QUE ACTORES
LOCALES LO OPEREN**



- MUY PROPABLEMENTE
- PROBABLEMENTE
- ES POCO PROBABLE
- NO ES NADA PROPABLE
- NO LO SÉ

8.2.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Según lo determina el gráfico 1. el 83,3% lo calificó de “muy interesante” y solo el 16,7% le otorgó una puntuación 4 de 6, significa que hay un alto interés en el producto. En el gráfico 2, el 100% de los encuestados mencionaron la cultura como prioridad dentro del producto, seguido por artesanía que fue mencionado por el 50%. Por su parte, el 33% mencionó su interés por la gastronomía y la necesidad de contar con servicios sanitarios. Es posible determinar que Nicaragua sería la principal competencia, seguida de Santa Cruz y Nicoya. Que los encuestados sugieren operar el tour caminando como primera opción, seguida de volanta y bus/ buseta, y solo uno de ellos mencionó la opción de bicicleta y “casadora”, sin aportar ninguna otra opción. Así mismo, 4 de los 6 encuestados consideran que el tiempo de la ruta debe ser de 3 horas, 2 mencionaron 1 y 2 horas y únicamente 1 de ellos sugirió 4 horas. Podría decirse que hay gran interés en permanecer por más de 2 horas en la ciudad. Todos estarían interesados en ofrecer el tour; 1 lo ofrecería de inmediato, 4 como tour de ½ día; esto es de suma importancia porque destinarían no menos de 3 horas en la ciudad, y solo 1 mencionó que lo ofrecería de paso por la ciudad. En cuanto al precio propuesto, el 66% probablemente a pagaría \$10 UDS por la ruta mencionada y solo un 33% indicó que muy probablemente, incluso, uno mencionó que la tarifa debe ser mayor. En lo que respecta al interés por contratar un guía local, un 83,6% muy probablemente lo haga y solo un 16,6% probablemente, significa que es de suma importancia que el producto ofrezca guías. Por último, hay un 100%, grado máximo de probabilidad, de visitar un mercado de artesanía, probar la gastronomía local y que resulte más interesante que el producto sea operado por actores locales.

8.2.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Existe necesidad por parte de los canales de distribución de un City Tour en razón del interés demostrado en la encuesta, y que, según las variables identificadas para el destino, resultará positivo el contar con el producto turístico como una forma de resguardo de su patrimonio cultural y generación de un desarrollo turístico sostenible.

Se recomienda, incorporar en el diseño del producto, las siguientes ideas y sugerencias que aportaron los encuestados:

-La necesidad o falta de una “cultura viva” o sea esas manifestaciones que le dan alegría, color y sabor a pueblo. Indispensable resaltar la historia y arquitectura de la Ciudad durante el tour.

-Incrementaría el atractivo del producto, si en los diferentes lugares a visitar hubiera algo más que solamente la estructura, por ejemplo; venta de artesanías, en otro lugar venta de comida, en otros bailes típicos con marimba. Ello incrementaría la experiencia al turista, aunque la tarifa deba incrementarse.

-Mercado de artesanos dentro del cuartel o museo.

-Actividades o ferias culturales accesibles al público, ejemplo; actividad que se realiza en la Calle Real cerca del 25 de Julio.

-Flexibilidad en los tiempos o rutas del tour; espacios para almorzar y compras. Que el producto se acomode a las necesidades del turista.

8.3 ANEXO 3. ENTREVISTA

1. Preguntas

- a. ¿Qué opciones o actividades culturales su agencia o tour operador, ofrece a sus clientes dentro de la provincia de Guanacaste?
- b. ¿Su empresa ofrece el one day a Nicaragua? Si su respuesta es afirmativa, ¿qué incluye dicho tour y cuál es su tarifa?
- c. ¿Qué opina sobre el producto turístico Cultural Liberia y que ideas u observaciones le haría con base en las necesidades del mercado que usted opera?
- d. ¿Considera el turismo cultural como una opción para diversificar la oferta de productos turísticos en la región?

2. Personas entrevistadas

- Jhonatan, Destination Services Costa Rica

- Nemecio Villafuerte, TAM Guanacaste
- Digiana Gómez, Mardigi Tours
- Leslie Sánchez, Tropical Confort
- Rigoberto Hernández, Tres Monos
- Esmeralda Espinoza, Yesenia Fallas, Swiss Travel Service

8.4 NEXO 4. Relato Experiencial

A continuación, se propone el relato experiencial diseñado con el fin de facilitar un proceso de interpretación del patrimonio asociado al mismo.

En este **EDIFICIO DE LA ANTIGUA GOBERNACIÓN**, iniciamos como uno más de los pobladores de Liberia, un típico día en la ciudad; bajo el sol radiante que la caracteriza. Hace 150 años, solo existían casas de adobe y bahareque encalado con estructura de madera, muestra su particular fisonomía urbano-arquitectónica de influencia colonial española. Aquí las familias más distinguidas de la época celebraron ostentosos bailes para las fechas más importantes.

Durante la primera mitad del siglo XVI, cuando aún se llamaba El Guanacaste, fue visitado por exploradores y conquistadores españoles radicados en Nicaragua (*Entre ellos estaban Hernán Ponce de León, Gil González Dávila, Francisco Fernández de Córdoba, Pedrarias Dávila y Juan de Cavallón*); con el fin de conocer y dominar el territorio.

Su ubicación siempre fue privilegiada, a la mitad del camino entre tres regiones densamente pobladas, al Norte Nicaragua (Rivas, Granada y León), al Sur el Valle Central de Costa Rica (Cartago, Aserrí, Barva y Colón) y al Oeste Nicoya. Ésta condición de sesteo, para los innumerables arrieros que transitaban una extensa región provista de sabanas y bosques, fue lo que posibilitó la consolidación del pequeño poblado.

Con el surgimiento de la colonia y el paso de los años, la región vería el nacimiento de grandes haciendas ganaderas, pertenecientes a latifundistas asentados en Rivas, León y Granada de Nicaragua. Sin embargo, el afianzamiento del poblado requería de la presencia de agua en el sitio, para suplir las necesidades básicas de sus moradores, atender los requerimientos de los viajeros y apaciguar la sed del ganado. De este modo, el poblado fue ubicado al Norte del riachuelo conocido como El Achioté. Pero al poco tiempo, su caudal resultó insuficiente y por ello se hizo necesario aumentarlo. Para tal fin se recurrió a desviar aguas del Río Salto a la altura de la Hacienda Santamaría, localizada en las faldas del Volcán Rincón de la Vieja. La posterior confluencia de las aguas del Río Salto sobre las del Achioté originó el Río Liberia.

Caminaremos por la **CALLE REAL** hasta llegar el Puente Real, a tan solo 6 minutos. Esta Calle a principios del siglo XX era de tierra y cascajo de piedra. Constituyéndose en la principal arteria y la divisoria de los cuatro barrios más antiguos de la ciudad. En ella

era común observar a diario, el paso de carretas guanacastecas, cubiertas con manteados de lona y cuero para proteger la carga, así como jinetes montados a caballo. La luz eléctrica aparecería hasta bien entrada la década de 1940, cuando Francisco Mayorga instaló una planta eléctrica, 50 metros al Oeste del bar La Copa de Oro, justo donde estamos. Y al poco tiempo, se empezó a sustituir los faroles de canfín por los bombillos incandescentes. Con ello también en las viviendas se hizo presente el progreso y se comenzaron a desechar las candelas, candiles y lámparas de carburo.

Posadas, hospedajes, restaurantes y casas de familias, todos estos hermosos bienes inmuebles, son patrimonio histórico del Costa Rica.

Hemos llegado al **PUENTE REAL**, patrimonio histórico, mientras nos tomamos una rica pipa (*jugo de coco que venden pobladores en bicicleta en una hielera, se pincha y se toma directo con pajilla*) bajo la sombra, a la orilla del Río Liberia. Los albores del siglo XX traerían a la ciudad de Liberia un gran adelanto. Pues el Presidente de la República Ascensión Esquivel Ibarra (1902-1906) se preocupó por concretar la instalación de un puente sobre el Río Liberia a la altura de la Calle Real. Sabedor, como buen liberiano, de la necesidad y la importancia, que tal estructura jugaría en el desarrollo de la ciudad. El puente metálico fue adquirido en los Estados Unidos, a la American Bridge Company of New York U.S.A.

Aquí mismo sale el Tope de Toros en el mes de febrero, por una semana la ciudad celebra sus fiestas, y simbólicamente son arriados los toros hasta la barrera; payasos, gigantas, caballos con sus mejores pellones, albardas y monturas, todos en traje formal con sus mujeres en enagua colorida, animan las marimbas y cimarronas, llenan de vida la ciudad. Bombas van y vienen, retahílas y gritos guanacastecos aumentan el calor que baja el guaro cacique y el coyol.

En la siguiente esquina, la **CASA DE LA CULTURA**, aquí tenderemos una presentación del diario vivir del sabanero.

Bajamos 400 metros hasta la **ESCUELA ASCENSIÓN ESQUIVEL**; alberga miles de niños de mañana y tarde, en un país cuya educación es pública, gratuita y obligatoria, luego de haber abolido su ejército en 1949, para gastar este presupuesto en más maestros, más escuelas, más colegios, más educación.

Así continuamos hacia la **ERMITA DE NUESTRO SEÑOR DE LA AGONÍA**, comiendo pasteles; por \$1 los encontramos en casi todas las esquinas; pero en especial en todas los centros educativos e instituciones públicas; ¡los hay de arroz con pollo, picadillo de papa, carne mechada, y por supuesto, con buen chile!

Desde la avenida es posible verla desde lejos, pues allí culmina la Avenida 25 de Julio, la principal de la ciudad.

Se construyó en 1769 y en 1790 se erigió la parroquia, nombrándose como primer cura al Presbítero Domingo Tomé de Santelis. Para el año 1815 Guanacaste (hoy Liberia) contaba con unos 1.112 habitantes.

Así, Liberia se caracteriza por ser una ciudad con costumbres, tradiciones e idiosincrasia muy arraigada a las haciendas, donde aún hoy, la mayoría de sus habitantes mantienen rasgos de pueblo; hacen sus compras o diarios en pulperías de los barrios, feria del agricultor o mercado, solo existen 5 supermercados para toda la ciudad, los ciudadanos mantienen la tradición de asistir a misa y pasar el domingo en el parque central, utilizar la bicicleta como medio de transporte de los barrios y jugar en la plaza de football todas las tardes.

De regreso, llegamos al **QUIOSCO DEL PARQUE MARIO CAÑAS RUIZ**, uno de los más antiguos existentes en el país, una edificación con una arquitectura vernácula muy representativa. Justo al frente, llegamos al Museo de Guanacaste, en el **EDIFICIO DEL ANTIGUO CUARTEL**. Colecciones chorotegas, de arte precolombino, es posible encontrarlas aquí.

OTRAS EXPERIENCIAS

CLASES DE COCINA: TORTILLAS SAN ROQUE: En esta micro empresa en el corazón del Barrio San Roque, doblando en la plaza, hacia el Sur, 200 metros, están eche y eche tortillas al fogón todos los días. Y es que tiene su ciencia, como se dicen aquí, hay que agarrarle el toque, no es tan chamba. Por eso vamos a trabajar nosotros en todo ese proceso, podemos hacerlas grandes o más pequeñas, como para gallos. Luego salen a repartirlas muy de madrugada a todas las sodas y pulperías, porque desde el desayuno se comen. **PASTELES Y OTROS:** vamos para donde las Peñas, como se conocen aquí. También cocinaron prestiños, tamal asado, yoles. En todos los barrios hay cocineras de sepa, prenden el fogón bien tempranito, ya nos están esperando, cada uno de nosotros tendrá su labor.

BICICLETA: seremos unos más entre la población que usa la bici como su principal medio de transporte. Cuando el sol baja, es más rico. Los zanates (pájaros que ha sobre poblado el parque de Liberia) avisan que está llegando la noche, viento fresco y a pedalear.

CARRETA: don Guicho cuida sus bueyes como a sus hijos. Un boyero de los únicos que aún conservan la tradición. Hay muchos, pero que solo usan los animales y su carreta para sacar arena de los ríos, aprovechan el invierno. Si el recorrido es corto caminando, en carreta no será cansado, lento, pero permitirá vivir mejor la experiencia.

VOLANTA: ésta le da un toque más romántico, especial para parejas, amigos o porque no la familia.

EXPERIENCIA GASTRONÓMICA: todo tipo de comida hay en la ciudad, calidad en productos y platillos. Las mejores cosechas de temporada se fusionan en platillos típicos de las recetas de las abuelas. Las latas, cajas, embotellados no son permitidos, la experiencia combina lo tradicional con los productos de producción local, pero del campo

a la mesa; fresco y natural. Hermosos restaurantes patrimonio histórico ofrecen sus mejores combinaciones y sabores.

ACTIVIDADES EN PARQUE MARIO CAÑAS RUIZ: ir al parque el sábado o domingo, es parte del que hacer de las familias. Van a misa y se quedan en el parque; a escuchar la Retreta, a veces está la marimba, el baile de la botijuela, también venden artesanía, quizás haya bingo o el turno del padre. Si no es en este parque, en alguno de los barrios se vive alguna fiesta popular, muy usual en verano, de diciembre a abril.

¡Así que no es un show, ni una presentación, es vivir como ciudadano de Liberia en su mundo auténtico, actividad rutinaria y que más natural!