



ESTRATEGIA DE TURISMO DE NATURALEZA EN EL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO, RÍO LIMPIO

MUNICIPIO DE PEDRO SANTANA, PROVINCIA ELÍAS PIÑA,
FRONTERA CON HAITÍ, REPÚBLICA DOMINICANA

PLAN ESTRATÉGICO DE ECOTURISMO 2015-2020



ESTRATEGIA DE TURISMO DE NATURALEZA EN EL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO

Plan Estratégico de Ecoturismo 2015 – 2020

Santo Domingo de Guzmán, República Dominicana, mayo 2015

Dr. Juan Bautista Rojas Gómez

Ministro de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Lic. Ángel Daneris Santana

Viceministro de Áreas Protegidas y Biodiversidad

Ing. José Manuel Mateo Félix

Director de Biodiversidad y Vida Silvestre

Ing. José E. Báez Ureña

Director de Áreas Protegidas

Lic. Isabel Bonnelly

Coordinación Técnica

Autores

Jorge Brocca

Andrew Rothman

Colaboradores principales

Leida Buglas

Priscilia Peña

Isabel Bonnelly

Domingo Contreras

Gerald Calva

Senón Tejada

Ovispo de la Rosa

Consultora

Carolina Mora Restrepo

Cita bibliográfica

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. 2015.

**Estrategia de Turismo de Naturaleza en el Parque Nacional Nalga de Maco,
Plan Estratégico de Ecoturismo 2015- 2020. República Dominicana**

“El Fondo de Alianzas para Ecosistemas Críticos es una iniciativa conjunta de la Agencia Francesa para el Desarrollo, Conservación Internacional, el Fondo Mundial para el Medio Ambiente, el Gobierno de Japón, la Fundación John D. y Catherine T. MacArthur y el Banco Mundial. La meta fundamental es asegurar que, la Sociedad Civil se dedique a conservar la Diversidad Biológica”

DESCRIPCIÓN

PROYECTO: Estrategia en turismo de naturaleza en el Parque Nacional Nalga de Maco – Río Limpio

OBJETIVO: Salvaguardar y hacer conocer la biodiversidad del Parque Nacional Nalga de Maco y las zonas de amortiguamiento mediante una estrategia de ecoturismo con énfasis comunitario, desarrollando productos turísticos, capacitación y educación ambiental.

De acuerdo con los términos de referencia de la consultoría, la metodología y actividades a realizar por la consultora serán divididas en la siguiente 3 etapas:

1. PRIMERA ETAPA:

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PARQUE NACIONAL
NALGA DE MACO / RÍO LIMPIO

2. SEGUNDA ETAPA:

DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD
DEL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO / RÍO LIMPIO

3. TERCERA ETAPA:

PROYECCIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE
PARA EL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO / RÍO LIMPIO
– PLAN ESTRATÉGICO DE ECOTURISMO

TABLA DE CONTENIDO

ABREVIATURAS	10
GLOSARIO	11
RESUMEN EJECUTIVO	16
INTRODUCCIÓN	21
ANTECEDENTES	23
1 PRIMERA ETAPA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO / RÍO LIMPIO	25
1.1 IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL	25
1.1.1 <i>Ubicación</i>	25
1.1.2 <i>Mapa de Río Limpio</i>	25
1.1.3 <i>Socio-economía</i>	26
1.1.4 <i>Educación</i>	26
1.1.5 <i>Comunicación y transporte</i>	27
1.1.6 <i>Energía eléctrica</i>	27
1.1.7 <i>Emigración de la población</i>	27
1.1.8 <i>Instituciones y organizaciones de Río Limpio</i>	27
1.1.9 <i>Problemática/situación actual</i>	28
1.2 ORDENAMIENTO TERRITORIAL	30
1.3 REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	31
1.4 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO	33
1.5 PRODUCTOS DE RÍO LIMPIO	39
1.5.1 <i>El Café Orgánico</i>	39
1.5.2 <i>Cooperativa de Productores Orgánicos Valle de Río Limpio</i>	39
1.5.3 <i>Arroz Canilla Orgánico</i>	39
1.5.4 <i>Artesanía</i>	39
1.5.5 <i>Dulces de Naranja</i>	40

1.5.6	<i>Hortalizas Orgánicas</i>	40
1.6	SERVICIOS DE RÍO LIMPIO	40
1.6.1	<i>Servicios de Guías Ecoturísticos de Río Limpio</i>	40
1.6.2	<i>Plaza Central Los Guineos</i>	41
1.6.3	<i>Centro Ecoturístico Nalga de Maco</i>	41
1.6.4	<i>Finca Piso Verde</i>	41
1.6.5	<i>CREAR</i>	41
1.6.6	<i>Centro Verde</i>	42
1.6.7	<i>Casas Rurales</i>	42
1.7	DEMANDA ACTUAL DE RÍO LIMPIO Y SU SEGMENTACIÓN SEGÚN DIFERENTES CRITERIOS	45
1.7.1	<i>Metodología</i>	45
1.7.2	<i>Fuentes directas</i>	45
1.7.3	<i>Fuentes indirectas</i>	47
1.7.4	<i>Resultados de la investigación</i>	47
1.8	ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES DE RÍO LIMPIO PARA LOS DIFERENTES PRODUCTOS/MERCADO EXISTENTES	56
1.9	EVALUACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA QUE DIRIGE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE RÍO LIMPIO Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS DIFERENTES AGENTES PÚBLICOS, PRIVADOS Y REPRESENTATIVOS DE LA SOCIEDAD CIVIL	60
1.10	VÍAS DE FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN DISPONIBLES PARA LA GESTIÓN Y PROYECCIÓN FUTURA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	64
1.10.1	<i>Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de la República Dominicana</i>	64
1.10.2	<i>Ministerio de Turismo de la República Dominicana</i>	65
1.10.3	<i>Cooperativa de Ahorros, Créditos y Servicios Múltiples zona verde</i>	65
1.10.4	<i>El Consorcio Dominicano de Competitividad Turística Inc. (CDCT)</i>	66
1.10.5	<i>Programa de Pequeños Subsidios (PPS-SGP)</i>	66
1.10.6	<i>Banco Interamericano de Desarrollo (BID)</i>	67
1.10.7	<i>Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)</i>	68
1.10.8	<i>Inter American Foundation (IAF)</i>	69
1.10.9	<i>Delegación de la Unión Europea en la República Dominicana (UE)</i>	69

2	SEGUNDA ETAPA: DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO/RÍO LIMPIO	70
2.1	ANÁLISIS FODA	70
2.2	MATRIZ FODA PARA RÍO LIMPIO	71
2.3	CADENA DE VALOR (VENTAJAS COMPETITIVAS)	73
2.3.1	<i>La Cadena de Valor en Turismo</i>	73
2.4	DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD	75
2.4.1	<i>Elementos clave que analiza el modelo</i>	75
2.5	CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO	77
2.5.1	<i>Exploración o desarrollo</i>	78
2.5.2	<i>Crecimiento</i>	78
2.5.3	<i>Madurez</i>	78
2.5.4	<i>Declive</i>	79
2.6	POSICIONAMIENTO COMPETITIVO	80
2.6.1	<i>Segmento Rural y Naturaleza</i>	80
2.6.2	<i>Segmento humanitario</i>	80
3	TERCERA ETAPA: PROYECCIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE PARA EL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO/ RÍO LIMPIO -PLAN ESTRATÉGICO DE ECOTURISMO	82
3.1	PLAN ESTRATÉGICO DE ECOTURISMO	82
3.1.1	<i>Importancia para el sector turístico</i>	82
3.1.2	<i>Sostenibilidad</i>	82
3.2	MISIÓN	83
3.3	VISIÓN	83
3.4	OBJETIVO GENERAL	83
3.5	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	83
3.6	ESTRATEGIA COMPETITIVA	84
3.7	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	85

3.7.1	<i>Mejorar las infraestructuras y servicios básicos de Río Limpio para el turismo</i>	85
3.7.2	<i>Mejorar del ordenamiento urbano y territorial de Río Limpio</i>	85
3.7.3	<i>Mejorar la oferta turística actual y potencial de Río Limpio</i>	85
3.7.4	<i>Mejorar la calidad de los recursos humanos locales disponibles para el desarrollo turístico</i>	86
3.7.5	<i>Incorporar a la comunidad a través del turismo</i>	86
3.7.6	<i>Preservar los recursos turísticos de Río Limpio</i>	87
3.7.7	<i>Fortalecer el rol turístico del sector público local</i>	87
3.7.8	<i>Incentivar a los actores locales a integrarse al turismo local</i>	87
3.7.9	<i>Realizar marketing conjunto para Río Limpio</i>	88
3.8	PLAN DE ACCIÓN PARA LA ESTRATEGIA DE ECOTURISMO	90
3.8.1	<i>¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE?</i>	90
3.8.2	<i>Proyecto o acción</i>	90
3.8.3	<i>Responsables</i>	90
3.8.4	<i>Presupuesto</i>	91
3.8.5	<i>Colaboradores y posibles fuentes de financiamiento</i>	91
3.8.6	<i>Prioridad</i>	91
3.8.7	<i>Fase Temporal</i>	91
3.9	SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE ACCIÓN	92
3.10	PLAN DE MARKETING	93
3.10.1	<i>Objetivos</i>	93
3.10.2	<i>Mercado meta</i>	93
3.10.3	<i>Estrategias de comercialización</i>	94
3.10.4	<i>Proyecciones de ventas</i>	98
3.10.5	<i>Presupuesto del Plan de comercialización</i>	99
3.11	PLAN DE NEGOCIO	99
3.11.1	<i>Presupuesto detallado del plan de acción</i>	100
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
	BIBLIOGRAFÍA	103

ANEXO I. AGENDA DEL TALLER	106
ANEXO II. PARTICIPANTES AL TALLER	107
ANEXO III. Cuestionarios de la situación actual de Río Limpio realizados en el taller por los actores locales	108
ANEXO IV. PRESENTACIÓN DEL TALLER “TURISMO DE NATURALEZA”	109
ANEXO V. FOTOS DE RÍO LIMPIO	110
ANEXO VI. Tabla 9. Plan de acción para la estrategia de ecoturismo	111
ANEXO VII. Tabla 12. Presupuesto detallado del plan de acción	137
ANEXO VIII. CONTACTOS DE LOS TOURS OPERADORES	150

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	Atractivos turísticos naturales y artificiales con su respectiva clasificación de CICATUR	29
TABLA 2	Resumen de los rasgos singulares en términos bio- físico y cultural del Parque Nacional Nalga de Maco	32
TABLA 3	Lista de precios de los servicios turísticos que presta Río Limpio	37
TABLA 4	Comparación entre los principales sitios de interés turístico de Río Limpio frente a la información del visitante en cada uno de los lugares	42
TABLA 5	Benchmarking de la oferta de los establecimientos turísticos de Río Limpio	46
TABLA 6	Oferta de los atractivos turísticos de Río Limpio que se ubicaron en el mapa de zonificación	47
TABLA 7	Benchmarking de los competidores más relevantes que tiene el PNNM en Río Limpio a nivel nacional	50
TABLA 8	Resumen de los objetivos estratégicos	81
TABLA 10	Ventas proyectadas para el primer año de las actividades turísticas que se ofrecen según la estacionalidad	90
TABLA 11	Detalle del presupuesto del material publicitario	91

ABREVIATURAS

ABC	American Bird Conservancy
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CBT	Caribbean Birding Trail
CCN	Centro Cuesta Nacional
CDCT	Consortio Dominicano de Competitividad Turística Inc.
CE	Comisión Europea
CEPF	Critical Ecosystem Partnership Fund
CICATUR	Centro Interamericano de Capacitación Turística
CNE	Comisión Nacional de Energía
CONFOTUR	Consejo Nacional de Fomento Turístico
CREAR	Centro Regional de Alternativas Rurales
CTS	Caribbean Tourist Services
FDT	Fondo para el Desarrollo de las Telecomunicaciones del INDOTEL
FED	Fondo Europeo de Desarrollo
FFF	Fundación Frontera Futuro
FMAM	Fondo para el Medio Ambiente Mundial
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
GRAN	Grupo de Desarrollo Rural Nacional
IAF	Inter American Foundation
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
INDOTEL	Instituto Dominicano de telecomunicaciones
MARENA	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
MITUR	Ministerio de Turismo
MOPC	Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones República Dominicana
OEA	Organización de Estados Americanos
OEA	Organización de Estados Americanos
ONE	Oficina Nacional de Estadísticas
PNNM	Parque Nacional Nalga de Maco
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PPS-SGP	Programa de Pequeños Subsidios
SEDDIEL	Servicio Dominicano de Desarrollo Integral y Ecoturístico Local
SOH	Sociedad Ornitológica de la Hispaniola
UASD	Universidad Autónoma de Santo Domingo
UE	Unión Europea
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

GLOSARIO

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT)

Turismo: el turismo comprende a las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Visitante: es toda aquella persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual por un periodo de tiempo inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

Existen dos clases de visitantes:

- **Turistas:** los cuales deben permanecer una o más noches en el lugar visitado.
- **Excursionistas:** que comprenden a aquellos que visitan un lugar sin pernoctar en él.

Segmento de mercado: grupo de consumidores que responden a unas características similares entre sí.

Para definir el entorno habitual, se considera turista a toda persona no residente en Río Limpio que realice turismo en la Comunidad y a toda persona residente que se desplace a una zona distinta.

Turismo naturaleza: puede ser entendido como “un segmento turístico con una demanda especial, que se caracteriza en promover actividades relacionadas con la naturaleza, en atractivos paisajes naturales poco intervenidos, preferiblemente en áreas protegidas”. Las actividades que se pueden realizar van desde observación de la flora y la fauna hasta el turismo de aventura pasando por la pesca y caza; fotografía; deportes, etc. Existen 3 clases de turismo de naturaleza:

- **Ecoturismo:** Turismo de base ecológica. Forma de turismo especializado en la naturaleza, centrado en actividades a pequeña escala con excursiones a zonas naturales; puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional. Concede atención especial al desarrollo respetuoso del medio y al grado de uso por los visitantes. Corresponde a un tipo de turismo que involucra un viaje hacia áreas naturales no contaminadas o relativamente poco alteradas con el propósito de estudiar, admirar y disfrutar del paisaje y sus plantas y animales salvajes, así como de la cultura local.
- **Turismo de aventura:** el Turismo de Aventura corresponde a “actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo”. Entre las actividades aludidas se encuentran por ejemplo: descenso de cursos de agua en balsas; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza; etc.

- **Agroturismo:** Es un segmento del turismo rural, con la peculiaridad de que se realiza “en explotaciones agrarias (Granjas o plantaciones) que complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitando por lo general, alojamientos, comidas y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

Turismo de negocios: El turismo de negocios o de congresos es aquel que se produce a causa de la realización de congresos, seminarios, ferias, etc. Los participantes además de asistir a los eventos programados para ellos, el resto del tiempo se comportan como cualquier turista al momento de utilizar los hoteles; restaurantes; comercios; y otros servicios urbanos.

Turismo humanitario: o vacaciones solidarias o volunturismo, intenta aprovechar el turismo para establecer una relación de solidaridad entre el turista y la población de acogida. Solidaridad que se puede llevar a cabo de una forma puntual, ligada siempre a vacaciones y ocio, y de una forma constante y comprometida ligada al desarrollo de un proyecto. Promueve una forma de viaje que además de apreciar los atractivos del país que se visita permite colaborar con el desarrollo de sus habitantes, llegando a sumergirse de lleno en la vida de los habitantes de los lugares visitados.

Esta clase de turismo se centra más que nada en países de clase tercermundistas de África, América y Asia. En cualquiera de estos casos ya se está marcando una diferencia con el solo hecho de visitar los lugares culturales más destacados de los pueblos ya que económicamente se está realizando algún apoyo, lo mismo se podría decir que en caso de adquirir cualquier clase de artesanías o productos típicos de la zona en cuestión. Aparte otra opción muy recurrente es el viaje a estos lugares para realizar algún trabajo caritativo que sirva de ayuda a los pobladores locales, o bien tal vez realizar algún apoyo económico.

Turismo Interno: Es el turismo realizado dentro de las fronteras nacionales de un país por los propios residentes de ese país. U otra zona, pero que no son su entorno habitual, por un período consecutivo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos

Turismo de observación de aves (aviturismo): Es una de las modalidades de ecoturismo y turismo especializado con mayor crecimiento en la actualidad. El aviturismo se ha definido como “la actividad de observar e identificar aves en sus hábitat naturales”.

Turismo Cultural: Se define como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

OTRAS DEFINICIONES:

Fenología: ciencia que estudia la relación entre los factores climáticos y los ciclos de los seres vivos.

Desestacionalizar: Eliminación en la concentración de la demanda turística en un destino.

Canyoning: o descenso de cañones es una actividad de aventura que consiste en descender el cauce de un río sin ayuda de botes u otras embarcaciones. A menudo son ríos poco caudalosos o que permiten hacer la mayor parte del recorrido a pie, con pequeños momentos de nado y numerosos saltos a pozas y descensos con cuerda.

Equipamiento: Suministro de equipo para desarrollar una actividad.

Cúa: o tacó es una ave endémica de la Hispaniola, que anida en algunos pueblos del sur, próximo a la frontera con Haití, considerada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) en peligro de desaparecer.

Trekking: Recorrido de rutas a pie, tienen lugar en montañas, montes, bosques, selvas, costas, desiertos, cavernas, cañones, ríos, y su duración puede variar de unas horas hasta varios días, combinándose con la acampada.

Workshops: En español: “Taller”. Foros profesional de contratación, donde la oferta y la demanda, representadas por los distintos agentes que toman parte, están cuidadosamente seleccionadas. Se busca crear un marco de trabajo para facilitar el intercambio comercial entre la oferta turística básica y los canales de distribución profesionales.

Fam trips: En español: “Viaje de familiarización”. Son viajes de trabajo enfocados a actores del turismo, “agencias de viajes”, para dar a conocer un producto o un destino en concreto, generalmente por gentileza de los propios mayoristas u oficinas de turismo, y en la gran mayoría de los casos, con la participación de oficinas receptoras, hoteleros y compañías aéreas.

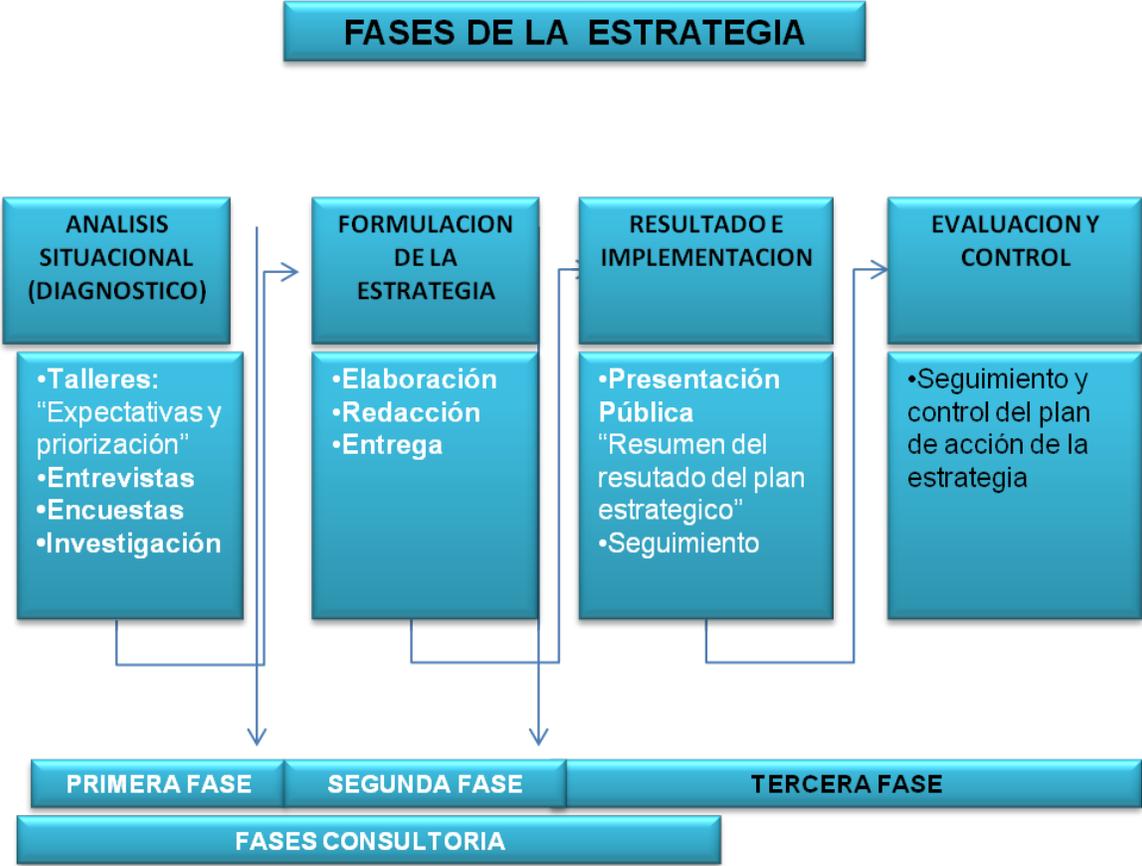
Press trips: En español: “Viaje de familiarización”. Son viajes donde asisten periodistas que representan a un medio de comunicación específico. Van para conocer el destino y posteriormente escribir un reportaje para el periódico, revista, radio o televisión que representa.

Blogger trips: Es un viaje que suelen organizar oficinas de promoción turística de un destino; a veces con apoyo de empresas privadas en el que se invita a un grupo de *bloggers* de viaje independientes bien posicionados en Internet y con participación activa en redes sociales. En algunos casos, estos bloggers también son periodistas de viaje con una larga trayectoria en el sector.

Media tours: Es la coordinación de visitas a programas de televisión y/o radio, con el objetivo de tratar o difundir un tema en especial, tomando en cuenta su público objetivo.

Marketing viral: es un término empleado para referirse a las técnicas de marketing que intentan explotar redes sociales y otros medios electrónicos para producir incrementos exponenciales en “reconocimiento de marca” mediante procesos de autor replicación viral análogos a la expansión de un virus informático. Se suele basar en el boca a boca mediante medios electrónicos; usa el efecto de “red social” creado por Internet y los modernos servicios de telefonía móvil para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente.

ESQUEMA METODOLÓGICO



RESUMEN EJECUTIVO

NOMBRE DE LA CONSULTORÍA

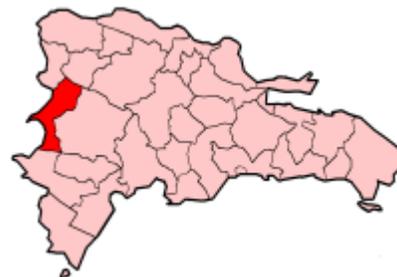
Desarrollo y aplicación de una estrategia de turismo de naturaleza participativa para el Parque Nacional Loma Nalga de Maco, área clave de biodiversidad.

OBJETIVO DEL PROYECTO

Salvaguardar y hacer conocer la biodiversidad del Parque Nacional Nalga de Maco y las zonas de amortiguamiento mediante una estrategia de ecoturismo con énfasis comunitario, desarrollando productos turísticos, capacitación y educación ambiental.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El Parque Nacional Nalga de Maco, Río Limpio (PNNM), es un área protegida situada en el Corredor de la Cordillera Central, en la República Dominicana y considerada uno de los corredores de conservación para inversión del CEPF (Critical Ecosystem Partnership Fund) en las islas del Caribe. Esta área además de ser clave, se encuentra cerca de la frontera con la República de Haití, en la Región Noroeste de la República Dominicana. El área del PNNM corresponde a dos provincias: Provincia Elías Piña y Provincia Santiago Rodríguez.



En el territorio del parque existen dos Municipios: Pedro Santana (Elías Piña) y Villa Los Almácigos (Santiago Rodríguez). El PNNM limita al norte y al noreste con el Municipio Villa Los Almácigos, al sur con parte del Municipio de Pedro Santana y al noroeste con el Distrito Municipal de Río Limpio y parte del Municipio de Restauración.

SOCIOS ESTRATEGICOS DE LA IMPLEMENTACIÓN

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales- Ministerio de Turismo- Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones- Ayuntamiento de Río Limpio- ABC (American Bird Conservancy)- FFF (Fundación Frontera Futuro)- Centro de Innovación Atabey- SOH (Sociedad Ornitológica de la Hispaniola)- SCSCB (Sociedad para la Conservación y Estudio de Aves del Caribe) | <ul style="list-style-type: none">- Actores locales- Artesanos- Asociaciones y agrupaciones turísticas- Microempresarios- Agencias de viajes especializadas- Empresas de marketing promocional |
|--|---|

DEBILIDADES ENCONTRADAS EN EL ÁREA AFECTADA

1. **Ámbito Ambiental:**

- Tumba y quema
- Deforestación
- Disminución del caudal hidrográfico
- Disminución de la cobertura boscosa
- Falta de conocimiento sobre la importancia de la Biodiversidad
- Captura de aves

2. **Ámbito Socio-económico:**

- Falta de medios de comunicación (internet, telefonía fija y móvil)
- Falta de infraestructuras de acueducto y alcantarillado
- Falta de electrificación y alumbrado público
- Déficit en educación (planteles, gestión, recursos, equipamientos, etc.)
- Falta de oportunidades de empleo en general y emigración de la población
- Elevado déficit de viviendas
- Deficiente infraestructura y medios de transporte terrestre

3. **Ámbito Turístico**

- Baja calidad en infraestructura ecoturística (caminos, senderos, etc.)
- Bajo nivel de aprovechamiento del potencial turístico de la zona
- Falta de calidad en la infraestructura de alojamiento
- Falta de diversificación en los proyectos
- Falta de equipamiento para realizar actividades turísticas (equipo básico de primeros auxilios, equipo para guías, etc.)
- Falta de concientización, educación, capacitación turística y ambiental
- Escasa señalización
- No existe información de ningún tipo para los visitantes
- Falta de monitoreo y control de la actividad ecoturística

BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

1. **Grupos destinatarios y aliados en conservación:**

- Microempresarios
- Guías turísticos
- Dueños de fincas
- Centros ecoturísticos
- Amas de casa rurales que ofrecen hospedaje
- Proyectos agro y ecoturísticos como actividad turística
- Artesanos

2. **Beneficiarios colaterales:**

- Comunidad de Río Limpio
- Población del Municipio de Pedro Santana, Provincia de Elías Piña
- Provincias y Municipios aledaños
- Población transfronteriza de la República de Haití

VENTAJA COMPETITIVA DEL PROYECTO

La ventaja competitiva que tienen el PNNM¹ y el municipio de Río Limpio es que es una zona importante para la conservación de aves (AICA), un área clave para la Biodiversidad (KBA) y con una ideología de cultivos orgánicos (ej.: CREAR, primera escuela de agricultura orgánica en el país).

El componente biológico más representativo de la zona es el Bosque Enano de Cocoloba Pauciflora y Podocarpus Hispaniolensis entre otras especies de Flora y Fauna como la cúa, el solenodonte, las ranas del género Eleutherodactylus y el Zorzal de Bicknelli.

RESULTADOS ESPERADOS

- Desarrollo del plan ecoturístico con un manejo sostenible y económicamente sustentable para el Parque Nacional Nalga de Maco.
- Incrementar el conocimiento de la biodiversidad local y nacional por medio de las artesanías realizadas por jóvenes del lugar.
- Preparar a Guías en interpretación de la Naturaleza.
- Promoción y marketing efectivo.
- Fortalecimiento y reconocimiento a escala local, regional, nacional e internacional del municipio de Río Limpio.
- Incremento significativo (en más de un 50%) de las visitas de turistas, nacionales e internacionales, para los segmentos de agroturismo y ecoturismo.
- Construcción y remodelación de la infraestructura hotelera.
- Construcción de infraestructuras adecuadas para albergar turistas en la zona (senderos, creación de rutas ecológicas y de aventura, centro ecoturístico, museo comunal, entre otros).
- Incremento del caudal de las aguas del Río Artibonito, a consecuencia de los avances en los programas y campañas de concientización, de reforestación y el manejo de suelos de sus cuencas y subcuencas.
- Diseño e implementación de un mecanismo de consulta y comunicación permanente entre la comunidad organizada (juntas de vecinos, grupos de productores, microempresarios, guías turísticos y demás actores locales), las organizaciones colaboradoras, las autoridades locales y las instituciones del Estado (Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, entre otras), para la identificación y solución de los problemas comunitarios.
- Mejora de la oferta turística actual y potencial de Río Limpio.

¹ PNNM. Parque Nacional Nalga de Maco

MERCADO OBJETIVO

Hombres y mujeres de nacionalidad dominicana que realizan turismo interno, y extranjeros de nacionalidades finlandesa, belga, suecos, americanos y otros, que realizan un turismo cultural y de ayuda humanitaria.

Este segmento de mercado se interesa en las actividades de campo y actividades ecoturísticas reconociendo la importancia de la conservación de la biodiversidad y de las especies en peligro de extinción, creando la necesidad de realizar programas y planes que incentiven el buen uso del área protegida.

ESTRATEGIA DEL PROYECTO

Integrar el plan de ecoturismo dentro de la marca destino Río Limpio, para la implementación, promoción y desarrollo turístico de la comunidad y del área protegida del Parque Nacional Nalga de Maco, como un modelo de gestión turística a nivel nacional e internacional, creando sinergia con las organizaciones e instituciones que realizan proyectos en la zona.

Se define la visión estratégica para cada uno de los sectores y se plantean 9 líneas de acción.

NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO - PLAN DE INVERSIÓN

La inversión en el desarrollo de ecoturismo puede generar una serie de beneficios como el ahorro económico para los actores locales (menores gastos en insumos y factores productivos, y mejor desempeño del personal), la protección de ecosistemas naturales que constituyen sus mayores atractivos, la conservación del patrimonio cultural y la contribución a una mayor estabilidad socioeconómica de las comunidades.

Las iniciativas ecoturísticas necesitan apoyo externo para su creación, consolidación, crecimiento, comercialización y desarrollo de competitividad; por lo tanto, las fuentes de financiación de este tipo de proyectos tienen un importante papel en el crecimiento empresarial del país, el mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones y el posicionamiento del sector ecoturístico en la República Dominicana.

TÉRMINO DE FINANCIACIÓN

No reembolsable o donaciones

Sujeto a otras condiciones o requerimientos, este tipo de financiación no requiere reembolso y no suele acarrear un muy bajo costo financiero (interés) para el proyecto.

NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO - PLAN DE INVERSIÓN

El capital de inversión para el proyecto se considera casi en su totalidad no reembolsable (recursos humanos o asistencia técnica y aportaciones en efectivo) como son las donaciones, ya sea de empresas privadas, públicas o no gubernamentales.

CONCEPTO	COSTO RD \$
INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS BÁSICOS DE RÍO LIMPIO PARA EL TURISMO	23,881,035
ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL DE RÍO LIMPIO	400,000
OFERTA TURÍSTICA ACTUAL Y POTENCIAL DE RÍO LIMPIO	707,500
CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS LOCALES DISPONIBLES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	1,048,500
INCORPORACIÓN A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DEL TURISMO	394,500
FOMENTO A LAS MICROEMPRESAS Y PROYECTOS TURÍSTICOS LOCALES	70,000
MARKETING CONJUNTO PARA RÍO LIMPIO	3,872,500
TOTAL PRESUPUESTO	RD\$ 30,374,035

DURACIÓN TOTAL DEL PROYECTO

5 AÑOS

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este documento es el resultado de un proceso de planificación participativa, de consulta y búsqueda de consenso con todos los miembros de la comunidad vinculados directa o indirectamente con el sector turístico, detectando necesidades para que la estrategia de ecoturismo sea una realidad, orientando a los responsables de las organización e instituciones involucradas a unirse y desarrollar productos eco y agroturísticos, programas de capacitación de guías y de educación ambiental con la comunidad, asegurar y conservar las especies en peligro de extinción y motivar a sus actores locales a mejorar la calidad de vida de la comunidad de Río Limpio.

Se detectaron 4 clases de turismo que se realizan en Río Limpio: *el agroturismo, el ecoturismo, turismo de negocios y turismo humanitario*, pero a su vez encontramos que se pueden realizar o aplicar otras dos clases de turismo que son parte del ecoturismo, debido a su variedad de actividades, descubriendo y abriendo otros segmentos de mercado interesantes para esta región, otorgando nuevas oportunidades de empleo como: turismo de aventura y turismo de observación de aves o aviturismo.

El desarrollo turístico o ecoturístico de Río Limpio, dependerá de la voluntad de sus actores; del buen trabajo en equipo, la formación de nuevos líderes, la creatividad e innovación, y de manera especial, el ser capaces de adaptarse a posibles cambios del entorno (demanda, clima, mercados, etc.). Con estos elementos será más fácil lograr tener destinos y productos de calidad, maduros, que perduren y sean reconocidos nacional e internacionalmente.

INTRODUCCIÓN

El presente documento presenta los lineamientos para el desarrollo del ecoturismo en el Parque Nacional Nalga de Maco/ Río Limpio necesarios para construir y fortalecer con visión a largo plazo esta actividad como estrategia de conservación, estableciendo las acciones estratégicas de acuerdo al diagnóstico de la situación actual y la proyección deseada de desarrollo para el destino.

Se concibe el ecoturismo como una estrategia de conservación y gestión que contribuye al manejo efectivo del sistema de las áreas protegidas, a la generación de beneficios sociales para las comunidades locales y las regiones relacionadas con Parques Nacionales. Igualmente, como un aporte significativo para la generación de alternativas productivas sostenibles para las poblaciones localizadas en las zonas de influencia de los parques nacionales, en la educación y sensibilización de todos los actores involucrados en la actividad frente a la importancia del patrimonio natural y cultural, además de aportar financieramente para que el proyecto cumpla con su misión.

El ecoturismo crece vertiginosamente ya que la demanda por parte de segmentos de mercado especializados es creciente dentro de los principales países emisores de turistas a nivel internacional. Ante este aumento, varios países se han dedicado a desarrollar estrategias específicas para el desarrollo y promoción del ecoturismo. Se pueden mencionar a México, Ecuador, Perú y Guatemala. República Dominicana cuenta también con su propia estrategia especializada de ecoturismo, producto de la colaboración entre el Ministerio de Turismo y la Agencia de Cooperación Internacional Japonesa (JICA), aunque aún no ha podido ser implementada.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el ecoturismo es una de las formas de hacer turismo que mayor crecimiento ha experimentado, girando esta cifra entre un 20 y un 34% desde los años 90².

Muchos turistas ahora se muestran interesados en combinar el placer de un viaje o experiencia con el aprendizaje acerca de la gastronomía, ecología, conocimiento del ambiente y del origen de aquello que consume, por eso el ecoturismo y el agroturismo es una oportunidad para la comunidad de Río Limpio, permitiendo que se produzca un desarrollo turístico sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible.

El objetivo de la estrategia de ecoturismo es que la comunidad se identifique con su patrimonio cultural y natural y se integren los grupos activos como: microempresarios, dueños de fincas, instituciones, mujeres de casas rurales que brindan un hospedaje más rústico y típico, guías turísticos que son representados por los jóvenes y grupos típicos musicales y artísticos; convirtiéndose así esta identidad en una herramienta indispensable para dar alguna solución a los

² Artículo Gestión & Competitividad por Lissette Gil /25 septiembre, 2012. Diario Turístico del Caribe y Latinoamérica. www.arecoa.com

problemas actuales como la pobreza y la baja calidad de vida enfrentando los desafíos futuros en materia de destinos turísticos, creando aspectos con los que la mayoría de la población se identifique y se sienta especial, adaptándose rápidamente a nuevos desarrollos y oportunidades.

De esta manera, para la realización del Plan Estratégico se establecieron programas, acciones y actividades en busca de fortalecer y posicionar al Parque Nacional Nalga de Maco en Río Limpio como destino ecoturístico, mediante programas de fortalecimiento para el ecoturismo que implementan el área de sostenibilidad y servicios ambientales, incluyendo estrategias como la elaboración y seguimiento del modelo de gestión turística “Marca destino Río Limpio” que se desarrolla en la actualidad, programa de ecoturismo comunitario, promoción, concesiones de servicios ecoturísticos, certificación en normas de turismo sostenible, entre otros, buscando el mejoramiento de la competitividad de la zona, la protección de los recursos naturales y culturales, y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

ANTECEDENTES

El Parque Nacional Nalga de Maco (Categoría II-IUCN), cuenta con una extensión territorial de unos 169.85 km². Fue declarado área protegida en el año 1995 mediante el Decreto 221-95 y ratificado por las Leyes 64-00 y 202-04.

Los principales rasgos biológicos del parque son: a) Bosque Enano de *Coccoloba pauciflora* y *Podocarpus hispaiolensis*, b) Bosque de *Sloanea ilicifolia* (chicharrón), c) Poblaciones de anfibios propios de montañas y en lista roja UICN (2011), d) Poblaciones de aves endémicas y aves en Lista Roja UICN (2007), e) Especies endémicas de artrópodos. Entre la biodiversidad de esta región podemos mencionar algunas especies endémicas y en peligro como son la Cúa (*Coccyzus ruficularis*), Zorzal Migratorio (*Catharus bicknelli*), Solenodonte (*Solenodon paradoxus*), la Rana de los Arroyos del norte (*Eleutherodactylus schimidti*), la Rana Martillo del Norte (*Eleutherodactylus auriculatoides*), entre otras.

El parque representa una profusa red de ríos, arroyos y cañadas pertenecientes a la cuenca del río Artibonito y a la Cuenca del Río Yaque del Norte, ocupando la primera el 85% del área total. La importancia del recurso hídrico constituyó uno de los motivos principales para la declaración del área como Parque Nacional.

El aumento de la presión humana, junto con el avance del cambio climático y la posibilidad de la desertificación en esta parte de la Isla, hace cada vez más inminente e importante la protección de estas fuentes de agua, tanto para el consumo humano como también para la vida silvestre y su hábitat.

Cabe destacar que el río Artibonito está ligado al 70% de la economía haitiana ya que es el proveedor de servicio ambiental hídrico: agua potable y agua de riego. La conservación de este recurso hídrico es una de las prioridades de diferentes gobiernos incluyendo a República Dominicana, Haití, Francia, Alemania, y otros países de la Comunidad Europea. Se ha invertido en los últimos años alrededor de 6 millones de dólares en proyectos de reforestación, manejo de suelos y fortalecimiento hacia las comunidades, entre otros apoyos. Sin embargo existe la necesidad de promover y crear alternativas económicas viables, sustentables y sobre todo compatibles con acciones de conservación del área protegida. El ecoturismo se presenta como la alternativa productiva idónea que puede proporcionar un valor económico a los servicios del ecosistema y reduce las amenazas a la biodiversidad.

La comunidad de Río Limpio, ubicada en la zona de amortiguamiento del PN, presenta una limitada infraestructura y facilidades para alojamiento y alimentación y carece de capacidad para recibir y gestionar el turismo ecológico. Además, la zona de Río Limpio permanece sin protección fuera del parque. Dentro de la comunidad vive una gran población trabajadora del país vecino, Haití. Estas personas, principalmente ligadas a la agricultura, desarrollan una importante tarea tanto para la

producción local y nacional pero también afectan a los recursos naturales de la zona. Los proyectos actuales están colaborando y entrenando a la población local para que se realicen buenas prácticas de cultivos. Esta actividad complementaría al proyecto presentado ya que varias familias haitianas podrían beneficiarse de la venta de sus productos y suplir la gastronomía vinculada a la actividad turística. Además podrían trabajar como guías para turistas de habla francesa como se estila en muchos lugares turísticos de la República Dominicana.

Este proyecto pretende establecer una estrategia de ecoturismo con énfasis comunitario para el del Parque Nacional Nalga de Maco y las zonas de amortiguamiento alrededor del mismo. Para lograr esto, La Sociedad Ornitológica de la Hispaniola (SOH) estará a cargo de esta gestión.

La Sociedad Ornitológica de la Hispaniola (SOH) es una organización medioambiental sin fines de lucro, dedicada a la conservación de especies en peligro y sus hábitats en la isla de La Hispaniola. La misión de SOH es conservar la fauna de La Hispaniola y sus hábitats por medio de investigaciones, educación de la comunidad y formación profesional. Se constituye legalmente por la orden ejecutiva a través del Decreto No 520, de la ley 122-05. Es una organización reconocida y acreditada por el Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales.

A partir de su creación, la SOH ha venido trabajando en el fortalecimiento de las capacidades del país en el sector ambiental, permitiéndoles a la fecha un posicionamiento nacional sobre el quehacer ambiental del país.

En términos institucionales, la SOH ha venido trabajando en la profesionalización de su organización, con el apoyo voluntario de los miembros de su directiva y otros colaboradores y empleados técnicos en temas puntuales y procedimentales de consolidación administrativa y/o funcional, así como con el soporte técnico y económico de la cooperación internacional, específicamente para el desarrollo de proyectos ambientales y ecoturísticos en y alrededor de las áreas protegidas.

1 PRIMERA ETAPA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO / RÍO LIMPIO

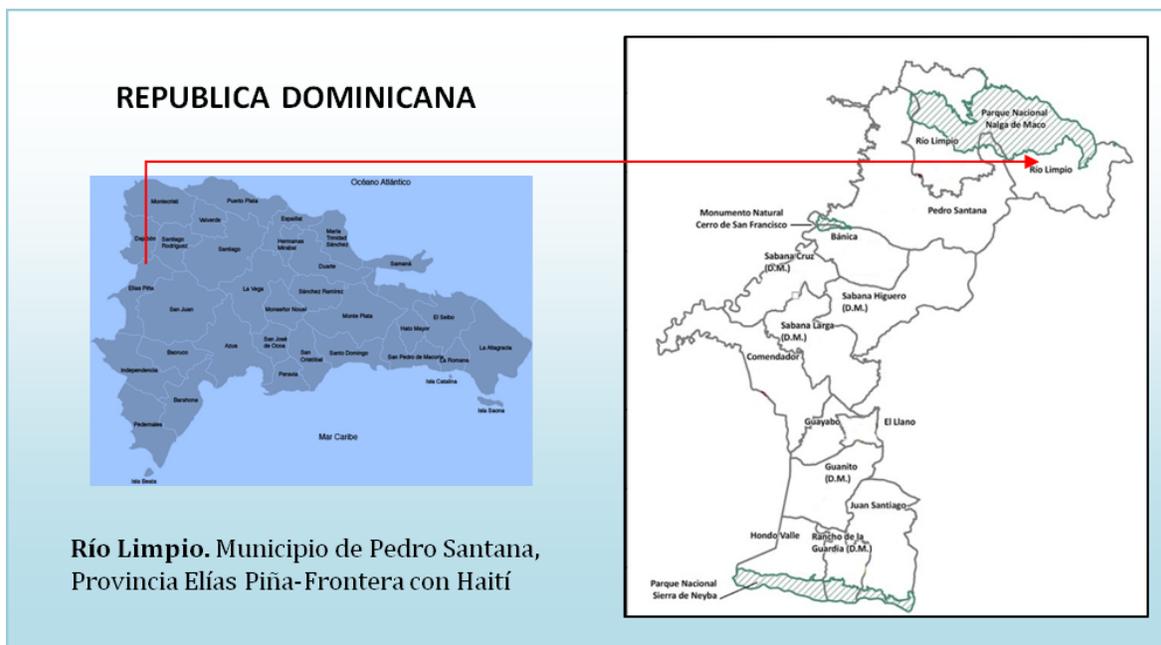
1.1 IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL

1.1.1 Ubicación

Río Limpio está ubicado en el Municipio de Pedro Santana, Provincia Elías Piña, frontera con Haití, en la República Dominicana. Está a 800 metros sobre el nivel del mar y su temperatura promedio es de 24.7°C. El clima predominante es tropical templado, húmedo de altura, con lluvias abundantes durante casi todo el año y temperaturas que fluctúan entre los 11 y 16 grados centígrados. A mayor elevación menor es la temperatura, y es fría durante la noche en la cima. Pueden soplar fuertes vientos durante varios días.

Limita al norte con el municipio de Los Almácigos, provincia Santiago Rodríguez; al sur con el municipio al que pertenece; y al oeste con Restauración, provincia Dajabón. Forma parte de la región de El Valle y cuenta con una superficie de 1,396.89 Km², siendo la décima cuarta en tamaño de toda la República.

1.1.2 Mapa de Río Limpio



1.1.3 Socio-economía³

Río Limpio con sus 791 hogares (3800 habitantes) es el Distrito Municipal más pobre en todo el país, con un 90,4% (714 de 791) hogares pobres, y 76,7% de hogares (606 de 791) en pobreza extrema. Se estima que en Río Limpio un 10% de los habitantes tienen un trabajo formal, la mayoría de los cuales constituyen empleos públicos.

La población urbana en Río Limpio es de 1,513 habitantes⁴ y unas 200 familias haitianas que viven de manera semipermanente, es decir, viven durante los periodos de siembra de habichuelas y se van cuando cosechan y venden. Unas 50 familias haitianas viven de manera permanente. La mayoría de los haitianos que viven en Río Limpio hablan español.

Por el tema de la legalidad, los haitianos que se encuentran en Río Limpio no participan activamente en ningún grupo organizado, a excepción en la Iglesia Misionera. Solo una persona es residente legal y trabaja con temas de derechos humanos (con Solidaridad Fronteriza) y alfabetización de niños.

La base de sustento es la agricultura, con baja producción y productividad. Se estima que el ingreso promedio de los agricultores es menos de RD\$25,000 anual (US\$611⁵), con 45% de los hogares con un ingreso por debajo de RD\$10,000 anual (US\$244). Los sueldos de las empleomanías privadas están extremadamente bajos. Los pocos empleos que se ofrecen en el municipio son trabajo doméstico, servicio y administración, que oscilan entre RD\$2,000 y RD\$3,500 mensuales (US\$48 a US\$97), encontrándose el sueldo mínimo en la tercera escala, de \$5,158 a \$6,035, según el comité nacional de salarios. Una de las consecuencias de estos bajos ingresos en las familias, es la desnutrición crónica (28,5% de la población de Río Limpio está desnutrida, especialmente niños y jóvenes) y un negativo desarrollo físico y mental. La alimentación está muy limitada; el cultivo de hortalizas y variedades de frutas es prácticamente inexistente. También la adquisición de carne y leche es muy escasa. La Salud Pública ofrece solamente servicios muy básicos.

1.1.4 Educación

Aunque el Municipio de Río Limpio ofrece un sistema escolar hasta el nivel de bachillerato, hay un gran déficit en el nivel de educación de la población. En el año 2008 se perdió un 35% de clases por cierre de la escuela. De la población de Río Limpio de 5 años y más, solo un 41% está alfabetizado. De 5 a 20 años solo un 47% sabe leer y escribir, un 28% de estos jóvenes nunca asistieron a una escuela. Es decir que aunque un 72% de los jóvenes asistieron a una escuela, solo el 47% sabe leer y escribir. Solo 48% de la población logra una educación arriba del nivel primario. Este panorama es muy complejo en la mayoría de la población para poder integrarse a la red de trabajo formal o tener la capacidad de superación y de mejorar los ingresos en su hogar, por lo que la agricultura tradicional queda casi como única alternativa.

³ Fundación Frontera. Futuro y Censo de Uso de la Tierra en el Parque Nacional Loma de Nalga de Maco, Procesamiento y Análisis Estadístico, Saulo A. De Jesús B. Santo Domingo, Oficina Nacional de Estadísticas, 2008, Perfil Elías Piña: "Perfil Socio-demográfico Provincial"

⁴ Censo 2010, Oficina Nacional de Estadísticas ONE, página web: one.gob.do

⁵ Cambio promedio 1 dólar=RD 40,91, Mayo 2013, página Banreservas: www.banreservas.com

1.1.5 Comunicación y transporte

En cuanto a la comunicación y el transporte, Río Limpio solo cuenta con una carretera de 36 Km, de los cuales 22 Kms no están asfaltados y se encuentran en muy mal estado. Hay fuertes inclinaciones, lodo y zanjas que limitan el acceso, especialmente en tiempos de lluvia. Loma de Cabrera es el pueblo más cercano.

La comunicación telefónica es prácticamente nula, no hay líneas telefónicas ni señal para celulares. Esta situación es un gran impedimento para una efectiva integración social y económica con el resto del país y a su vez para el desarrollo del turismo.

1.1.6 Energía eléctrica

La energía eléctrica es uno de los servicios más deficientes, en sentido general, las comunidades carecen de este servicio, supliéndose de energía de paneles solares y plantas eléctricas para poder ver la televisión o escuchar la radio. La refrigeración de los productos de consumo se valen de neveras de gas propano y plantas eléctricas para refrigeradores convencionales.

La comunidad de Río Limpio cuenta con el tendido eléctrico, pero no está conectado a la red nacional y no dispone de generadores que permitan recibir el servicio en los hogares. La mayoría de las casas como se mencionó anteriormente utilizan paneles solares.

1.1.7 Emigración de la población

Más de un 90% de hogares tienen sus hijos mayores de 18 años viviendo fuera del Municipio, quienes envían dinero a sus familias para poder sobrevivir.

1.1.8 Instituciones y organizaciones de Río Limpio

- Centro Regional de Estudio de Alternativas Rurales (CREAR), desde 1982
- Proyecto Piso Verde, Organismo de Finca Biodinámica, desde 1998
- SEDDIEL (antiguo GARL: Grupo Antroposófico), desde 1985
- Arte Rivera. Taller artesanal, desde 1993
- Cooperativa de Productores Orgánicos
- Grupo de Trabajo Comunitario (GTC)
- Cooperativa de Ahorros y Crédito de Servicios Múltiples, Zona Verde, Río Limpio
- Asociación de Caficultores San José del Valle
- Fundación Frontera Futuro (FFF)
- Centro Madres Solteras en Progreso

- Centro Tecnológico Comunitario
- Iglesia Evangélica
- Comité de Desarrollo Integral de Río Limpio

1.1.9 Problemática/situación actual

Río Limpio cuenta con un atractivo turístico diferencial y sustentable que es el “Parque Nacional Nalga de Maco”. Ubicado cerca de la frontera con Haití, es una área protegida de **278 kilómetros cuadrados** que sirve de refugio a una rica biodiversidad: siete especies de anfibios (la mayoría en peligro de extinción), dos mamíferos (el solenodonte y la hutía) y aves endémicas en peligro de extinción como la cúa, la cotorra y el perico, entre otras. La agricultura tradicional de tumba y quema forma parte del sustento de la mayoría de las familias, las cuales viven en condiciones de extrema pobreza, donde hay pocas alternativas de ingresos o empleomanía. Hay un gran déficit en la red de la educación y el acceso a instituciones de salud. La comunicación y el transporte resultan en un estancamiento del desarrollo comunitario.

En el Parque Nacional Loma Nalga de Maco, se ubican unos 488 propietarios o usuarios de terrenos que poseen en total **685⁶** parcelas. Los propietarios de las parcelas son en su gran mayoría hombres, con 632 registrados (95.93%).

La gran cantidad de los terrenos ocupados en el parque, están sometidos a un significativo nivel de uso, de las 685 parcelas reportadas, 539 indican la agricultura como uso principal de la tierra, seguida por la ganadería (169 parcelas), y en menor proporción por actividades agroforestales. Estas parcelas cubren una superficie de 194,017 tareas que equivalen a 12.126 hectáreas⁷ de las cuales 30,284 (15.6%) están en los usos citados y 113,645 tareas (58,57%) están parcialmente utilizadas.

Las actividades agrícolas se concentran en seis cultivos principales: habichuelas, café, guandules, maíz, arroz y víveres de manchas. En proporciones menores se cultiva yuca, batata y rublos hortícolas. Río Limpio se conoce a nivel nacional como el lugar de origen y primer centro de desarrollo de la agricultura orgánica y biodinámica de la República Dominicana, principalmente por la producción y exportación del café orgánico.

La problemática que presentan los pequeños productores en estas comunidades es que desarrollan una producción artesanal individual, de baja escala en términos de volumen por unidad productiva, agravando su situación con la entrega de la cosecha a intermediarios que obtienen los márgenes de rentabilidad, dejando a las comunidades sin circulante, evitando así que los productores se capitalicen y que por lo tanto se acentúen los flujos migratorios hacia las ciudades, profundizando aún más el círculo de la pobreza.

De otro lado, la cobertura boscosa, la cual garantiza la conservación de suelos y alimentación de las cuencas hidrográficas, está extremadamente disminuida por la práctica de tumba y quema. Esto se

⁶ Proyecto Cambio uso del suelo. Programa del Promaren. Proyecto dirigido por Fundación Frontera Futuro.

⁷ Según datos presentados en el censo de uso de la tierra en el Parque Nacional Nalga de Maco 2008 (MARENA Y GTZ)

manifiesta dentro del perímetro del parque y en las zonas montañosas circundantes. El resultado es la disminución y desaparición del caudal de las cañadas y de la cuenca del Río Artibonito, erosión y pérdida de fertilidad de los suelos, desertificación y disminución de las lluvias, cesación de cañadas y disminución del caudal hidrográfico. Adicionalmente están siendo afectadas la flora y la fauna específicamente por el uso de herbicidas y fertilizantes en la región. Por estas razones, la productividad agrícola en los últimos 15 años se ha reducido a gran escala. La producción de café, anteriormente era de 80 libras por tarea y hoy en día es de 20 libras por tarea. Antes 1 cajón de habichuela sembrada (12 libras) daba 20 cajones en la cosecha (240 libras) hoy en día produce 3 cajones (promedio).

Las especies nativas y endémicas están fuertemente disminuidas por el abuso de la caza y la pesca. Ejemplos de aves como la cúa, el cuervo, la golondrina verde, la cotorra, la cotorra de sierra y el perico están en peligro de extinción. Los casos más relevantes son la jaiba, con más de un 90% reducida, y el dajau, que ya no existe⁸.

De la cuenca del Río Artibonito, que nace en Nalga de Maco, se benefician y dependen 3.0 millones de personas: 2.5 millones corresponden a Haití y unas 500 mil a República Dominicana, transformando este caudal en una cuenca internacional. Además, ésta es la principal fuente de abastecimiento del acueducto de Puerto Príncipe y la única presa hidroeléctrica que tiene Haití. La protección y preservación de la cuenca del río Artibonito es una mano de solidaridad del país a la República de Haití, y en ese contexto esta área protegida no es solo un recurso local, sino global, de gran responsabilidad, que se debe proteger para bienestar universal.⁹

Para contrarrestar esta problemática, la Fundación Frontera Futuro (FFF) inició en el año 2009 un proyecto de cambio de uso de suelo, en acuerdo con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a través del programa del PROMAREN (Programa Manejo Sostenible de los Recursos Naturales).

Este proyecto pretende generar el cambio del uso del suelo insostenible en el Parque Nacional Loma Nalga de Maco, creando herramientas como los invernaderos, seguido de la producción de café orgánico, para que los pobladores puedan apropiarse de nuevos y sostenibles modelos de producción, con el propósito de producir más y mejores alimentos sin destruir los recursos naturales de la cuenca hidrográfica. Con este proyecto se busca la conservación de los recursos hídricos y el aumento de la capa boscosa, en esta área mencionada, generando impactos positivos para el medio ambiente.

Además, generar un cambio de actitud en los habitantes a través de la educación en el Centro Regional de Alternativas Rurales (CREAR) con la finalidad de fortalecer la función del parque nacional en la preservación de la cuenca hidrográfica que alimenta el Río Artibonito.

Actualmente el proyecto cuenta con 15 invernaderos localizados cerca al vivero y el invernadero piloto en el CREAR. Todos con producción de tomate, lechuga, pimiento morrón, pepino, melón, ají cubaneta, café y musáceas para manejo de suelo. La comercialización de las hortalizas se realiza a

⁸ Según datos del Proyecto Cambio Uso del suelo en la cuenta alta del Río Artibonito. FFF

⁹ (Revista Habla/edición No.1) Fundación Frontera Futuro

través del Centro Cuesta Nacional (CCN) con igual apoyo de la Cooperación Alemana (GTZ), ubicando los productos en un stand de productos orgánicos bajo la marca Río Limpio, habiendo sembrado 691,000 plantas de especies como: Pinos, Guama, Corazón de Paloma y Mara, entre otros, para la reforestación.

Este proyecto inició en el 2012 su segunda etapa de implementación con los siguientes objetivos:

- Realizar Cogestión de áreas protegidas y de uso especial que integra diferentes actores locales. Se ejecuta en áreas protegidas y zonas de uso especial manejo de la Cuenca del Río Artibonito.
- Promover la mejor conservación del suelo y de los recursos hídricos. El proyecto abarca la reforestación de áreas críticas de importancia para la producción y conservación hídrica.
- Pretender mejorar los ingresos de las familias rurales a través del uso sostenible de los recursos naturales: ingresos alternativos como la producción en invernaderos, la siembra para forestación y el ecoturismo.

1.2 ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Con el fin de prevenir y minimizar los impactos ambientales sobre los recursos naturales y culturales se elaboran o actualizan los estudios de capacidad de carga, se otorgan permisos con obligaciones para los operadores y visitantes y se reglamentan las actividades.

Ley No. 36-92 que constituye la Provincia Elías Piña, la cual estará integrada por los Municipios de Comendador, Bánica, El Llano, Hondo Valle y Pedro Santana¹⁰.

EL CONGRESO NACIONAL En Nombre de la República

LEY No. 36-92 CONSIDERANDO: Que mediante la Ley 5220 de fecha 21-9-59, sobre División Territorial de la República, varias secciones fueron fusionadas y refundidas en una.

CONSIDERANDO: Que desde el año 1959 a la fecha, en el país se ha experimentado un extraordinario crecimiento poblacional;

CONSIDERANDO: Que a ese crecimiento demográfico le ha seguido cierto desarrollo económico, cultural, educativo, político y social;

CONSIDERANDO: Que al amparo de este contexto en la Provincia de Elías Piña han nacido las nuevas demarcaciones territoriales de los Municipios de El Llano, Hondo Valle y el Distrito Municipal de Juan Santiago, en tanto comunidades como Río Limpio y otras impulsan y ensanchan su desarrollo;

¹⁰ Datos obtenidos de la página web: http://daduye.com/leyes/ley36-92_contituye_la_provincia_elias_pina.html

CONSIDERANDO: Que ese desarrollo ha traído consigo exigencias naturales que para atenderlas es necesario actualizar el ordenamiento jurídico, a fin de readecuarlo a las demandas del nuevo orden socio-político de la Provincia;

CONSIDERANDO: Que la Sección de Río Limpio en la demarcación territorial del Municipio de Pedro Santana, Provincia Elías Piña, por su gran producción agrícola, debido a los excelentes recursos naturales de que está dotada de manera privilegiada, ha alcanzado un nivel de desarrollo que la sitúa muy por encima de las demás zonas aledañas;

CONSIDERANDO: Que la Sección de Río Limpio cuenta con escuela primaria, liceo secundario, con clínica rural, oficina del Instituto Agrario Dominicano, una Agencia Agrícola y de Café, mercado público, dotación militar, campo deportivo y otros centros de sano esparcimiento, y donde en el pasado período 1986-90 fueron construidas 150 viviendas unifamiliares, calles y un acueducto por gravedad.

PÁRRAFO I: El Distrito Municipal de Río Limpio estará integrado por la Sección y Villa del mismo nombre como sede y lo completarán las Secciones de:

1. La Sierrecita
2. Billiguín, compuesta por los Parajes de Majagualito, Caramaná, Los Corocitos, Rincón, Botocillos, La Peña, El Jengibre, La Horqueta, La Atravesada y Billiguín.

1.3 REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

En la República Dominicana el marco legal para cualquier proyecto rural o ecoturístico debe ser reglamentado y cumplir con las leyes del Ministerio de Turismo y el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales para llevarse a cabo.

Las bases legales del Sector turismo son las siguientes:

- El sector turístico se encuentra regulado por la Ley Orgánica de Turismo Número 541, del 31 de Diciembre de 1969, modificada por la Ley Número 84 del 26 de Diciembre de 1979¹¹. Esta ley constituye conjuntamente con los reglamentos emitidos para cada sección de dicho sector el instrumento legal que regula la actividad turística del país.
- El Ministerio de Turismo, constituye la institución gubernamental encargada de fomentar, promover, coordinar y evaluar las actividades turísticas del país, de conformidad con los objetivos, metas y políticas nacionales que determine el Poder Ejecutivo.
- Uno de las principales funciones del Ministerio de Turismo consiste en organizar, fomentar y promover la inversión estatal y privada en el campo del turismo, así como el desarrollo turístico de la República.

¹¹ Documento del Ministerio de Turismo - República Dominicana http://dpp-sectur.gov.do/uploads/BASE_LEGAL/RESOLUCIONES/RES_2012_002.pdf

- Asimismo, se encarga de determinar y supervisar los polos turísticos; el diseño y la construcción de infraestructuras; dirigir las campañas de promoción, crear oficinas de promoción turística (OPT) a nivel nacional como internacional.
- El Ministerio de Medio Ambiente al igual que el Ministerio de Turismo evalúa el nivel de afectación al medio ambiente y a los recursos naturales del proyecto, estableciendo la categorización final en base a la actividad de mayor impacto y criterios técnicos que así lo justifiquen.
- La ley 202 de 2004. Ley sectorial de áreas protegidas en su PÁRRAFO III¹².- y sus correspondientes artículos, contempla lo siguiente:
 - Es función obligatoria del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales realizar evaluaciones y monitoreo como acciones permanentes que permitan obtener adecuada información biológica, ecológica y cultural de las áreas protegidas, especialmente como un instrumento para la preparación y actualización de los respectivos planes de manejo.
 - ARTÍCULO 20.- En la administración y manejo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales debe tener en cuenta, además de sus fines de conservación, la utilización de estas áreas naturales para el desarrollo del turismo y el ecoturismo como una forma de acrecentar el valor económico y social de las mismas y contribuir al desarrollo económico del país.
 - ARTÍCULO 21.- El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, normará, regulará y controlará la construcción y operación de cualquier estructura necesaria para facilitar las actividades de turismo ecológico dentro de los espacios del Sistema Nacional de Áreas Protegidas en coordinación con la Secretaría de Estado de Turismo.
 - ARTÍCULO 22.- Todos los ciudadanos tienen derecho a visitar las áreas protegidas siempre que se acojan a las disposiciones generales y las especificaciones establecidas en cada unidad de conservación por El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
 - ARTÍCULO 23.- La Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales queda facultada para establecer cuotas por el derecho a realizar actividades comerciales dentro de las zonas de uso público que sean designadas en las áreas protegidas, y los montos de las mismas serán considerados como contribuciones para la protección del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.
 - ARTÍCULO 24.- Cualquier convenio existente previo a la promulgación de la presente ley en el que se involucre una o más áreas protegidas deberá ser revisado y ratificado por las partes en un plazo no mayor de 180 días a partir de la promulgación de la misma.

¹²

Documento de la UNESCO

http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/dominicanrepublic/repdom_areasprotegidas_spaorof.pdf

1.4 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Para el diagnóstico turístico se utilizó la metodología CICATUR/OEA (1983)¹³. Establece parámetro a considerar para llegar a inventario del patrimonio turístico, divide los atractivos en naturales y artificiales y luego establece clases y jerarquías, que son muy útiles a la hora de diseñar productos turísticos, centrados en el reconocimiento en terreno y selección de los recursos.

La clasificación propuesta por CICATUR para entender correctamente la tabla 1 es la siguiente¹⁴:

- **Atractivos**

- **Atractivos naturales**

- Incluye: montañas, planicies, volcanes, playas, arrecifes, lagos, ríos, caídas de agua, grutas y cavernas; sitios de pesca y caza, observación de flora y fauna, parques nacionales, termas, etc.

- **Atractivos artificiales**

- Museos y manifestaciones culturales: sitios históricos y arqueológicos, museos, obras de arte, ciudades o pueblos construidos con sistemas o estilos propios.
 - Folklore: Manifestaciones religiosas y populares, ferias y mercados, música, danzas, artesanías, grupos étnicos, gastronomía típica.
 - Realizaciones técnicas y científicas: Explotaciones agropecuarias, mineras e industriales, obras de ingeniería como puentes y represas y centros de investigación científica.
 - Acontecimientos programados: Incluye distintas actividades organizadas donde el turista puede participar como actor o espectador, por ejemplo: de música, teatro, deporte, fiestas religiosas o profanas, ferias populares y exposiciones, vida nocturna, carnavales, rodeos, congresos, etc.
 - Algunos autores también contemplan una tercera categoría, que son los atractivos humanos, que incluyen elementos intangibles como la hospitalidad, limpieza, buena presentación, calidad de los servicios, precios adecuados, identidad cultural, etc.

- **Clasificación por clases**

- Las clases se definen según un análisis que se hace de todos los atractivos que se encuentran en un destino turístico determinado y pueden ser centrales o complementarios:

¹³ Antigua Centro Interamericano de Capacitación Turística, asociado a la Organización de Estados Americanos (OEA).

¹⁴ Referencia de la tabla para el inventario turístico. CICATUR-OEA. Pág. Web: <http://es.slideshare.net/EvelinRomina/cicatur-oea>

- **Central:** Cuando el atractivo es el que atrae el mercado, por sobre todos los demás, y hay una tendencia de los clientes a ocupar mayor tiempo en el sitio donde ese se encuentra.
- **Complementario:** es aquel que contribuye a completar un día de actividades en un destino turístico pero no es el atractivo principal.

- **Categorización por jerarquías**

Las jerarquías se denominan, de mayor a menor, jerarquía 3, jerarquía 2, jerarquía 1. Los atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, se consideran inferiores al umbral mínimo, pudiendo denominarse de jerarquía 0. Los criterios de evaluación son:

- **Jerarquía 3:** Atractivo excepcional y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
- **Jerarquía 2:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **Jerarquía 1:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubieren llegado a su zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales.
- **Jerarquía 0:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elemento que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos.

TABLA 1
Atractivos turísticos naturales y artificiales con su respectiva
clasificación de CICATUR

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	CLASE	JERARQUÍA	ANÁLISIS DEL ATRACTIVO
Loma Nalga de Maco	Natural	Parque Nacional	Central	3	<p>Área protegida de 278 kilómetros cuadrados que sirve de refugio a una rica biodiversidad: siete especies de anfibios, solenodontes y aves endémicas en peligro de extinción.</p> <p>El parque reúne condiciones apropiadas para el esparcimiento y el contacto con la naturaleza, incluyendo la observación de aves. La exuberancia de sus bosques de montaña, las temperaturas agradables y el contacto con la cultura local.</p>
Cuenca del Río Artibonito	Natural	Río	Central	3	<p>La Cuenca del río Artibonito, nace en el pico Nalga de Maco, tiene una extensión de 9,013 Km² corre primero hacia el Sur y luego se desvía hacia el Oeste. Desemboca en el golfo de Leogane. Tiene cuatro afluentes importantes y tres de ellos nace también en tierra dominicana, penetra en Haití y representa uno de los ríos más importantes para dicho país.</p>
Río Bonito	Natural	Río	Central	1	<p>Se encuentra dentro del Parque Nacional Nalga de Maco, cuenta con una cascada que tiene una caída de aprox. 50 mts aguas son frías.</p>
Cueva La Cidra	Natural	Cueva	Complementario	1	<p>Cueva La Cidra¹⁵: localizada en el Parque Nacional Nalga de Maco en el extremo occidental de la Cordillera Central. El arte rupestre constituye un valioso aporte a los estudios del Arte Parietal dominicano y del Caribe. En 1998 se publicó la existencia de treinta y tres pictografías de color blanco en la entrada. Los lugareños usan la Cueva de la Cidra como iglesia y el motivo es una Estalagmita que tienen vestida y a la cual hacen ofrendas en nombre de la Virgen de la Altagracia, refieren que suelen realizar toques de palos y es visitada, por personas de las zonas aledañas como: Naranjillo, Santiago Rodríguez, San Juan de la Maguana, Bánica, Elías Piña entre otras.</p>

¹⁵ Datos obtenidos de la Pág. Web: <http://riolim.blogspot.com/>

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	CLASE	JERARQUÍA	ANÁLISIS DEL ATRACTIVO
Finca demostrativa Piso Verde	Artificial	Realizaciones técnicas y científicas	Complementario	1	Demostración de técnicas de agricultura orgánica/biodinámica para aplicar en las fincas o predios, con el fin de aumentar la productividad de los sistemas de producción, disminuyendo los costos, sin deteriorar el medio ambiente.
Obras de arte en madera	Artificial	Artesanías y arte	Complementario	1	Artesanías hechas en madera muerta, figuras de anfibios, pictografías y arte taíno, por nativos de la región.
Grupos musicales y culturales	Artificial	Música y danza	Complementario	1	Grupos musicales de: palos, música típica (bachata), música de cuerda, toque de bambúes Haitianos y grupo cultural de jóvenes de la región con bailes típicos.
Alimentación	Artificial	Gastronomía típica	Complementario	2	La gastronomía típica de Río Limpio es a base de sus productos orgánicos, como lo son: el sancocho que es una sopa espesa que contiene carnes, yuca, ahuyama, plátano y papa, también café orgánico y chocolate con jengibre, entre otras especialidades.
Invernaderos	Artificial	Realizaciones técnicas y científicas	Complementario	1	<p>Proyecto con cultivos orgánicos que pretende generar el cambio del uso del suelo insostenible en el Parque Nacional Loma Nalga de Maco, para acabar con la quema y tala del parque, ofreciendo la oportunidad a los beneficiarios el cambio de esta actividad por un invernadero para su familia como su propio negocio produciendo: lechuga, tomates, ajíes, pimientos y pepinos, entre otros.</p> <p>Proyecto en acuerdo con El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Fundación Frontera Futuro a través del programa del PROMAREN (programa manejo sostenible de los recursos naturales) y el apoyo de la Cooperación Alemana.</p>

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	CLASE	JERARQUÍA	ANÁLISIS DEL ATRACTIVO
Vivero	Artificial	Realizaciones técnicas y científicas	Complementario	1	<p>Cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plantas de café que pertenecen a la asociación de productores de café de Río Limpio y la Cooperativa de productores de café del valle. -Pino Caribe para la reforestación de la zona, por la asociación de pinos de Restauración (zona aledaña). Este Vivero pertenece al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales administrado por la Fundación Frontera Futuro.
CREAR	Artificial	Centro científicos y técnicos	Central	2	<p>CREAR es el “Centro Regional de Estudios de Alternativas Rurales”. Ofrece a la comunidad de Río Limpio y a las comunidades aledañas, carreras técnicas en agricultura orgánica, esto hace que la comunidad tenga más personas especializadas en este tema que es la mayor actividad que se realiza.</p>
La comunidad	Humanos	Hospitalidad	Complementario	1	<p>Río Limpio permitirá como experiencia única brindar al turista en contacto con la naturaleza y la cultura en una comunidad hospitalaria y acogedora, ofreciendo la oportunidad de conocer sus actividades productivas y sus productos orgánicos, con buen servicio y precios adecuados.</p>

TABLA 2
Resumen de los rasgos singulares en términos bio- físico y cultural
del Parque Nacional Nalga de Maco

RASGO	IMPORTANCIA/SINGULARIDAD
Nacimiento o cabecera del río Artibonito	El Artibonito representa el río más extenso de la isla Hispaniola, adquiere un carácter binacional. Tanto para Haití como para la República Dominicana, el río Artibonito tiene una importancia vital, para el desarrollo de la agricultura y proyectos de energía.
Nacimiento o cabecera del río Joca	Constituye unos de los afluentes más importantes del río Artibonito.
Nacimiento de afluentes del río Guayubín	Las aguas del río Guayubín alimentan al río Yaque del Norte, este último se suma importancia para la economía de la República Dominicana.
Bosque Enano de <i>Coccoloba pauciflora</i> y <i>Podocarpus hispaiolensis</i>	El bosque enano de <i>Coccoloba pauciflora</i> y <i>Podocarpus hispaiolensis</i> es un tipo de bosque nublado, y ha sido descrito únicamente para la Loma Nalga de Maco. Alcanza una altura de hasta 5 metros y se desarrolla en sustrato un tanto rocoso, ambiente con alta humedad en el aire y con gran incidencia de vientos y alta nubosidad.
Bosque de <i>Sloanea ilicifolia</i> (chicharrón),	Este tipo es una variante de bosque latifoliado húmedo. Ocupa áreas relativamente bajas (600 a 1500 msnm) de Loma Nalga de Maco, teniendo como especie arbórea predominante la <i>Sloanea ilicifolia</i> (chicharrón), la cual es endémica de la Isla Hispaniola y con distribución poco frecuente en República Dominicana (Liogier, 1974 en SEA/DVS, 1992).
Poblaciones de anfibios propios de montañas	El parque sirve de albergue a poblaciones de anfibios de ambientes de montaña. Los anfibios como grupo son importantes como indicador de calidad ambiental y como grupo de animales bajo mayor grado de amenaza a nivel global por los impactos del proyectado cambio climático.
Poblaciones de aves endémicas y aves en Lista Roja UICN (2007)	El parque es hábitat importante para “22 de las 31” especies endémicas que se encuentran en la isla Hispaniola. De las 26 especies de aves de la Isla Hispaniola que figuran en la lista roja de UICN (2007) en el área del parque se encuentran 10 especies (Brocca, 2008).
Especies endémicas de Artrópodos.	Se registran cinco especies de artrópodos que hasta ahora son conocidas exclusivamente de la Loma Nalga de Maco. Tres son luciérnagas del género <i>Heterophotinus</i> (Lampyridae), Otra es un saltamontes del género <i>Antillacris</i> (Episactidae) que habita el bosque nublado a elevaciones mayores de 1,200 msnm. La quinta especie es una mariposa del género <i>Calisto</i> (Nymphalidae) sólo colectada una vez en la cima (1990 msnm) de Loma Nalga de Maco (Pérez-Gelabert, Sardi-Medrano & Bastardo, 2008).
Complejo de cavernas La Cidra-Florentino.	Contienen un alto valor en términos de pictografías y de sitio sagrado de adoración a la Virgen de la Altagracia por parte de los moradores a nivel regional y local.

1.5 PRODUCTOS DE RÍO LIMPIO

1.5.1 El Café Orgánico

Café Pedro Jacobo Pérez

Cuenta con medios de procesamiento para el producto de tipo casero así como la tostadora, el molino y empaque manual. El objetivo es ofrecer mejores precios y mejor calidad, apoyar la producción orgánica en Río Limpio, crear empleos y contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad. El producto es orgánico certificado por *Suelo y Salud Dominicana*¹⁶. Su comercialización es local (Río Limpio, Loma de Cabrera y Dajabón).

1.5.2 Cooperativa de Productores Orgánicos Valle de Río Limpio

Cooperativa que otorga financiamiento, ahorro, apoyo a la producción y comercialización de productos orgánicos, proceso de beneficiado húmedo y secado del café. La distribución y venta de café es en porciones de media libra y una libra, en fardos de 12 y 24 paquetes y por unidad. Su comercialización es local (Río Limpio y Loma de Cabrera). Los Productos tienen certificado orgánico por *Suelo y Salud Dominicana*.

1.5.3 Arroz Canilla Orgánico

Factoría y Venta de Arroz Marcelo Guzmán

Pequeña factoría tipo casero con capacidad para la producción de arroz de Río Limpio, procesan y venden en envases de 1, 10, 25, 50 y 125 libras, el producto es producido orgánicamente. Su comercialización es local.

1.5.4 Artesanía

Arte Mora

Trabajan diferentes tipos de maderas muertas especialmente aquellas que dan obras de arte preciosas como nuez, guayacán, caoba, café, piñón, cabirma, cedro, acacia, naranja, etc. Las artes son variadas, tanto en madera como pinturas, No imitan y solo se guía a la creatividad y a los recursos del entorno. Su comercialización se hace a nivel nacional (Bávaro) e internacional (Canadá).

Artesanías y Manualidades Guzmán

Fabricación y venta de artesanía con semillas de plantas, piel, cuernos de vaca, jícara de coco, higüero y madera, libros bordados a mano y sacos de jenuén con bordados en tela. Su comercialización es local.

¹⁶ SUOLO E SALUTE. Certificadora de productos orgánicos de origen Italiano, legalmente establecida en República Dominicana. Ver mas <http://www.agricultura.gob.do>

1.5.5 Dulces de Naranja

Doña Iluminada

Preparación de dulces con fabricación casera, utilizando productos del bosque y de plantaciones de fincas de naranja. Las naranjas agrias una vez están convertidas en una especie de masa, son envueltas en hojas de yaguas de palma, cocido en leña y lavado natural. Ofrecen el producto para su venta en porciones o cantidades desde media libra en adelante o en almíbar. Su comercialización es local.

1.5.6 Hortalizas Orgánicas

Invernaderos

(Proyecto Cambio uso de suelo-Programa del PROMAREN (Programa Manejo Sostenible de los Recursos Naturales de Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales) en acuerdo con la Fundación Frontera Futuro y Cooperación Alemana GTZ. El objetivo principal es hacer posible que agricultores que utilizan los terrenos del parque con tala y quema, se transformen en productores de hortalizas de invernadero, productores de café orgánico, creen fincas forestales y se fortalezca el ecoturismo, permitiendo de esta manera la creación de nuevos empleos que mejoran el ingreso de las familias involucradas (hay 113 agricultores ubicados dentro del PNNM¹⁷ en la zona de Río Limpio, el proyecto beneficia a 21 familias). Actualmente se cuenta con un área total de 7,512 mts², distribuidos en invernaderos de 900 mts² y de 528 mts² para las 21 familias, y un invernadero piloto en el CREAM. La producción es totalmente orgánica y su distribución es a nivel local (Río Limpio) y en la ciudad de Santo Domingo (Supermercado Nacional y Bravo). Los Productos son certificados por *IMO Caribe S.A*¹⁸.

1.6 SERVICIOS DE RÍO LIMPIO

1.6.1 Servicios de Guías Ecoturísticos de Río Limpio

Ofrecen servicios ecoturísticos, aprovechando la belleza escénica paisajística, rasgos culturales, balneario en ríos y cascada, cabalgatas tanto al vivero forestal existente en Río Limpio y caminatas a las montañas del Parque Nacional Nalga de Maco, noches culturales (fiestas típicas, bachata, perico ripiao y toque de palos) en la comunidad de Río Limpio.

¹⁷ Parque Nacional Loma Nalga de Maco

¹⁸ El Instituto de Marketecology (OMI) Caribe. Certificadora Suiza de productos orgánicos, ecológicos y socialmente responsable, legalmente establecida en República Dominicana. Ver mas <http://www.imo.ch/>

1.6.2 Plaza Central Los Guineos

Venta de servicios: gastronomía, bebidas y jugos naturales como el famoso mabí criollo¹⁹, bar discoteca. En el negocio cuenta adicionalmente con dos mesas de billar, un área de peluquería y un área de perfumería.

1.6.3 Centro Ecoturístico Nalga de Maco²⁰

Centro de hospedaje que integra un restaurante con capacidad de 100 personas, servicios de cabañas y dormitorio con capacidad para 33 personas y área para casas de campaña, energía eléctrica solar y planta de emergencia, comidas criollas con productos orgánicos de la región.

1.6.4 Finca Piso Verde

Recorrido dirigido por el Agrónomo con conocimientos en agricultura Orgánica/Biodinámica²¹, Aquilino Franco Rodríguez conocido en Río Limpio como “KELLY” su filosofía de la agricultura biodinámica se relaciona con los criterios productivos, la homeopatía y la astrología. Produce café orgánico biodinámico –Certificado por *IMO Caribe S.A* y comercializado por *GRAN*²² – El café es distribuido a nivel nacional por el Centro Cuesta Nacional CCN.

1.6.5 CREAR²³

Centro Regional de Estudios de Alternativas Rurales

Primera iniciativa para la producción orgánica en el país. Se remonta a 1982, cuando se estableció una primera parcela de demostración en Río Limpio, en la Loma de Cabrera, que sentó las bases para el Centro Regional de Estudios de Alternativas Rurales (CREAR). En este primer período, muchos técnicos recibieron su introducción en la agricultura orgánica. Este fue el preámbulo de un proceso que ha ido involucrando a un mayor número de actores y cosechando éxitos, muestra de la creatividad que han ido demostrando los productores dominicanos para ganarse un mercado que con la agricultura convencional, no les permitía ser competitivos.

El CREAR le ofrece a la comunidad de Río Limpio carreras técnicas en agricultura, esto hace que la comunidad tenga más personas especializadas en este tema, que es la mayor actividad de la zona.

¹⁹ El mabí es una bebida a base de corteza de árbol consumida ampliamente en el Caribe. Se conoce como mabí en República Dominicana, mabí en Puerto Rico, mabí en Haití. Ver mas <http://es.wikipedia.org/wiki/Mab%C3%AD>

²⁰ Fue fundado en el año 2004 por el Centro Antropofísico de Río Limpio (GARL) y el Servicio Dominicano de Desarrollo Integral y Ecoturístico Local (Seddiel)

²¹ Principios de la Agricultura orgánica. Datos obtenidos de la pág. web: www.espores.org. Agricultura

²² Grupo de Desarrollo Rural Nacional (GRAN) Capacitación, préstamos a los agricultores. Comercialización y certificación de productos orgánicos. De origen Sueco. Ver mas <http://www.grancafe.org.do/>

²³ CREAR. Primera escuela de agronomía orgánica técnico profesional del país establecida. Datos obtenidos de la pág. web: www.fotdr.org/site/DominicanRepublic/Dominicano

Se realizan visitas a grupos de estudiantes nacionales y extranjeros que llegan a Río Limpio para conocer sobre de la agricultura orgánica y sus procesos.

1.6.6 Centro Verde²⁴

Pequeño centro de hospedaje que cuenta con 4 cabañas con capacidad para 16 personas y un restaurante. Funciona como lugar de entretenimiento para familias locales y como centro ecológico para visitantes. Su objetivo es desarrollar un turismo que combina el ecoturismo y el turismo humanitario (turismo solidario o volunturismo), ayudar a la comunidad en proyectos para el centro y el pueblo como: construcción de viviendas para la comunidad, construcción de cabañas en el centro, taller de artesanías, capacitaciones y actividades a microempresarios.

1.6.7 Casas Rurales

Casa de familia que ofrece alojamiento de una habitación en su propia casa, con servicio de alimentación. El visitante vive una experiencia de compartir con los miembros de la casa y conocer más de su cultura.

²⁴ Ver página Web: www.riolimpio.info

TABLA 3
Lista de precios de los servicios turísticos que presta Río Limpio

TARIFAS RD\$	GRUPO MIN 5				GRUPO MIN 10				GRUPO MIN 20				GRUPO MIN 30			
ACTIVIDADES ECOTURISTICAS	ENCARGADO	GUÍA	Precio x persona	TOTAL GRUPO	ENCARGADO	GUÍA	Precio x persona	TOTAL GRUPO	ENCARGADO	GUÍA	Precio x persona	TOTAL GRUPO	ENCARGADO	GUÍA	Precio x persona	TOTAL GRUPO
FINCA PISO VERDE Distancia: 3km	300	50	350	1750	150	35	185	1850	75	25	100	2000	50	25	75	2250
EL CREAR Distancia: 500	50	50	100	500	45	35	80	800	25	25	50	1000	25	25	50	1500
EL VIVERO Distancia: 1.5 Km	50	50	100	500	45	35	80	800	25	25	50	1000	25	25	50	1500
PROYECTO PROMAREN (Invernadero) Distancia: 2 Km	50	50	100	500	45	35	80	800	25	25	50	1000	25	25	50	1500
VISITA A LA CASCADA RÍO BONITO Distancia: 3 km		100	100	500		80	80	800		50	50	1000		50	50	1500
VISITA AL PICO DEL PARQUE NALGA DE MACO Distancia: 8 Km		100	100	500		80	80	800		50	50	1000		50	50	1500
VISITA AL RÍO MARANJO Distancia: 9 Km		100	100	500		80	80	800		50	50	1000		50	50	1500
CABALGATAS POR EL PUEBLO		100	100	500		80	80	800		50	50	1000		50	50	1500

GRUPO TÍPICO BACHATERO	2500		500	2500	2500		250	2500	2500		125	2500	2500		84	2520
GRUPO ARTÍSTICO DE JÓVENES									1500		75	1500	1500		50	1500
GRUPO SANTO POPA													1500		50	1500
ALQUILER DE CABALLOS (10)	250	100	350	1750	250	80	330	3300								

SERVICIO DE ALOJAMIENTO		
CENTRO ECOTURÍSTICO NALGA DE MACO	CENTRO VERDE	CASA RURAL
<p>CABAÑA # 1 = \$ 450 x noche Capacidad: 3 personas</p> <p>CABAÑA # 2 = \$ 450 x noche Capacidad: 3 personas</p> <p>CABAÑA # 3 Centro = \$ 500 x noche Capacidad: 8 personas - 4 habitaciones c/u con baño - 2 personas por habitación</p> <p>CABAÑA # 4 Última = \$ 200 x noche Capacidad: 14 personas - 5 habitaciones 2 baños para compartir - 3 personas x habitación</p> <p>ALIMENTACIÓN DESAYUNO: \$140 ALMUERZO: \$160 CENA: \$140 <i>*bebidas que no incluye el menú</i></p>	<p>4 CABAÑAS Cada cabaña con capacidad para 4 personas Capacidad total: 16 Personas = \$500 x noche</p> <p>ALIMENTACIÓN DESAYUNO: \$ 140 ALMUERZO: \$ 160 CENA: \$140</p> <p>*BEBIDAS QUE NO INCLUYE EL MENÚ: -Cerveza -Agua -Refresco -Jugos</p>	<p>5 CASAS RURALES Cada casa con 1 habitación para 1 o 2 personas Capacidad total: 5 a 10 personas</p> <p>HABITACIÓN Precio/ persona= \$ 450 x noche Precio/ pareja= \$ 650 x noche</p> <p>ALIMENTACIÓN DESAYUNO: \$ 140 ALMUERZO: \$ 160 CENA: \$140</p>

1.7 DEMANDA ACTUAL DE RÍO LIMPIO Y SU SEGMENTACIÓN SEGÚN DIFERENTES CRITERIOS

Para la caracterización de la demanda se realizó un estudio de mercado que permitió determinar las características y necesidades de la demanda de visitantes en Río Limpio para, de esta manera, desarrollar la estrategia de ecoturismo.

El estudio de mercado analiza la situación existente y especialmente las perspectivas de desarrollo del área de turismo de naturaleza.

El objetivo central es generar una fuente de información sobre el estado actual del turismo de naturaleza (ecoturismo, agroturismo y turismo de aventura) en la región de Río Limpio, con el fin de facilitar la toma de decisiones de forma estratégica.

1.7.1 Metodología²⁵

Se utilizaron fuentes de información directa e indirecta con la finalidad de obtener los requerimientos y necesidades de la demanda que visita a Río Limpio para determinar la estrategia.

- **Estudio cualitativo:** permite comprender en profundidad el tema que se investiga: motivaciones y frenos respecto a un producto o servicio, actitudes, percepciones, estilos de vida, comportamientos, proyecciones. Se obtienen datos secundarios; aquellos datos que ya existen, que están publicados o el investigador tiene acceso a ellos.
- **Investigación Exploratoria:** cuyo rasgo más característico es partir de datos ya existentes que pueden provenir de distintas fuentes como entrevistas a expertos, examen y contraste de situaciones análogas, etc. Su finalidad básica es el descubrimiento de ideas y conocimientos, identificando los problemas y variables de mayor relevancia.

1.7.2 Fuentes directas

1.7.2.1 Entrevista a expertos

Se suelen utilizar de carácter exploratorio, antes de realizar otras entrevistas cualitativas. “Experto” como tipo de individuo que es conocedor del público. Se puede realizar vía telefónica, correo electrónico y personal.

En esta entrevista a expertos se utilizaron las 3 técnicas (telefónica, correo electrónico y personal). Se entrevistaron en Río Limpio a las personas encargadas de los sitios de hospedaje (Centro Ecoturístico Nalga de Maco y Centro Verde), lugares de interés que visita el turista (el CREAM y Finca Piso Verde) y personas que influyen en la comunidad y en Santo Domingo, el Centro de Innovación Atabey, que realizó el proyecto de marca destino de Río Limpio y a su

²⁵ Asesoría por parte del Cubano Guillermo Milán. Estadístico Matemático. Santo Domingo. RD

vez promociona y vende su paquete turístico a nivel nacional. Estas entrevistas pretenden recolectar información preliminar de la situación actual del sector turismo en la región de Río Limpio.

A través de la investigación exploratoria se visitaron distintos alojamientos y sitios de interés turísticos en Río Limpio (Centro Ecoturístico Nalga de Maco, Centro Verde, el CREAM y Finca Piso Verde) realizando un *benchmarking*²⁶ de los servicios que se prestan al turista. Además, se conoció un poco más a través de publicaciones y entrevistas, logrando así disponer de información del sector turismo tanto a nivel nacional como de la zona.

Con la entrevista a Expertos se identificó el perfil del visitante y el segmento de mercado que visita el lugar, facilitando la estrategia de ecoturismo acorde.

1.7.2.2 Información recolectada

Entrevista a Expertos en in situ: Río Limpio²⁷

- Centro Ecoturístico Nalga de Maco
Entrevistado: Pedro Ventura, administrador
- Centro Verde
Entrevistado: Juan Antonio Tejada (“Chicho”), administrador
- Finca Piso Verde
Entrevistado: Aquilino “Kelly” Franco, propietario
- CREAM
Entrevistado: Francisco Guzmán, director
- GTZ Cooperación Alemana
Entrevistado: Fátima Franco, encargada de proyectos
- Bar “Los guineos”
Entrevistado: “César” Senón de Tejada, propietario y asistente del síndico de Río Limpio
- Ministerio Medio Ambiente y Recursos Naturales
Entrevistado: Ovispo “Juanito” de la Rosa, administrador del Parque Nalga de Maco

1.7.2.3 Expertos en Santo Domingo

- Asesor de la Presidencia de República Dominicana
Entrevistado: Domingo Contreras.

²⁶ Ver definición <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n14/n14a12.pdf>. Pág. 168

²⁷ Ver definición de los sitios en la página 19

1.7.2.4 Información que se aplico en la entrevista

- Perfil del turista
- Medios de comunicación por la que el turista se entera del lugar
- Características del viaje del turista
- Nivel de satisfacción del turista
- Experiencia del viaje

1.7.3 Fuentes indirectas

- Internet
- Artículos y revistas especializadas
- Publicación en periódicos nacionales
- Folletos
- Informes

1.7.4 Resultados de la investigación

1.7.4.1 Análisis de la demanda

Al obtener la información a través de las entrevistas a expertos, el análisis de resultados se llevo a cabo seleccionando los datos para después presentarlos en la siguiente tabla comparativa que clasificó y contrastó cada uno de los hechos encontrados en los hospedajes y mayores sitios de interés en Río Limpio.

TABLA 4

Comparación entre los principales sitios de interés turístico de Río Limpio frente a la información del visitante en cada uno de los lugares

INFORMACIÓN DEL VISITANTE	EXPERTOS			
	CENTRO ECOTURÍSTICO “NALGA DE MACO” (HOSPEDAJE)	CENTRO VERDE (HOSPEDAJE)	CREAR (SITIO TURÍSTICO)	FINCA “PISO VERDE” (SITIO TURÍSTICO)
PERFIL DEL VISITANTE	Hombres y mujeres entre 24 y 50 años en su mayoría Dominicanos que trabajan en proyectos con la comunidad como: (Visión Mundial, Desarrollo Fronterizo, La FAO) y grupos de familias o amigos que realizan turismo interno. Hay un segmento pequeño de visitantes extranjeros americanos jóvenes que son grupos de estudiantes universitarios de Desarrollo Rural o Agronomía que realizan intercambio de estudio como el programa CIEE que tiene la PUCMM (Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra) de Santiago- RD.	Hombres y mujeres entre 50 a 60 años, pensionados finlandeses, belgas y suecos que viajan en pareja o en grupo que salen de vacaciones cuando la temperatura es fría en su país. También hay un segmento pequeño de estudiantes de los alumnos de 12 grado de la escuela Waldorf ²⁸ de Oulu, Finlandia, que realizan intercambio de trabajo humanitario. Y grupos de estudiantes y profesores de la UASD que realizan ecoturismo.	Hombres y mujeres de 18 a 60 años, estudiantes que realizan intercambios y personas que se interesan por la agricultura orgánica. Esta escuela recibe a los visitantes tanto del Centro Ecoturístico como del Centro Verde.	Hombres y mujeres de 18 a 60 años, estudiantes y personas que se interesan por la agricultura orgánica biodinámica. Esta finca realiza un tour para conocer los componentes de una finca biodinámica. Recibe a los visitantes tanto del Centro Ecoturístico como del Centro Verde.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Internet: – www.riolimpio.com.do – www.ecoguiadominicana.com/ – Centro de Innovación Atabey (ONG Dominicana) – Vallas publicitarias de la promoción de Río Limpio colocadas en Santo Domingo DN. – Documental de Río Limpio	Internet: – www.riolimpio.info (Finlandia) – Río de pasos ry ²⁹ (ONG Finlandesa) – www.riolimpio.com.do	Internet: – www.fao.org – www.fotdr.org/site/DominicanRepublic – www.riolimpio.com.do	Internet: – www.riolimpio.com.do

²⁸ Introducción a la pedagogía de la Escuela Waldorf - Salud y Música. Datos obtenidos de la pág. Web: www.saludymusica.org/download/pedagogia_waldorf.pdf

²⁹ <http://www.riolimpio.info/vacacion-de-motana/patrocinio/>

INFORMACIÓN DEL VISITANTE	EXPERTOS			
	CENTRO ECOTURÍSTICO “NALGA DE MACO” (HOSPEDAJE)	CENTRO VERDE (HOSPEDAJE)	CREAR (SITIO TURÍSTICO)	FINCA “PISO VERDE” (SITIO TURÍSTICO)
CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE	<p>La mayoría de visitantes viajan por motivo de realización de proyectos de ONGs, voluntariados y para aprender practicas en el campo. En segundo lugar están los visitantes que buscan otra alternativa de turismo diferente al de sol y playa como es el ecoturismo y el agroturismo. Estos visitantes pernoctan de 2 a 3 días. Viajan en vehículo propio y gastan un promedio de RD\$1,000 x día.</p>	<p>La mayoría de los visitantes viajan por ir de vacaciones pero a su vez quieren realizar un intercambio cultural y una ayuda humanitaria. Se le ofrece al visitante extranjero un paquete turístico que incluye 1 día en Santo Domingo, 3 días en Puerto Plata o Samaná y 7 días en Río Limpio. Es un paquete completo donde el visitante conoce parte de la cultura dominicana, realiza turismo de sol y playa, ecoturismo y turismo humanitario. Estos visitantes, tanto nacional como extranjero, pernoctan de 5 a 8 días. Viajan en avión desde su destino de origen hasta Santo Domingo y dentro del país viajan en transporte público hasta Loma de Cabrera, luego, una persona con su carro particular o camión de la comunidad va a recogerlos. Este visitante gasta en Río Limpio un promedio de RD\$1,200 x día.</p>	<p>Los visitantes realizan un recorrido de 2 horas por todo el lugar donde podrán apreciar un invernadero de laboratorio y un área de producción orgánica para ver el proceso de las hortalizas y compost orgánico. Esta clase de visita forma parte del agroturismo. El precio de la visita va incluido en los paquetes turísticos que ofrecen cada uno de los hospedajes.</p>	<p>Los visitantes realizarán un recorrido de 2 horas donde podrán conocer el concepto de una finca de agricultura biodinámica. Esta clase de visita forma parte del agroturismo. El precio de la visita va incluido en los paquetes turísticos que ofrecen cada uno de los hospedajes.</p>

INFORMACIÓN DEL VISITANTE	EXPERTOS			
	CENTRO ECOTURÍSTICO “NALGA DE MACO” (HOSPEDAJE)	CENTRO VERDE (HOSPEDAJE)	CREAR (SITIO TURÍSTICO)	FINCA “PISO VERDE” (SITIO TURÍSTICO)
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE	<p>El visitante queda impactado por la vista de la loma del Parque Nacional Nalga de Maco, al mismo tiempo que los recorridos que se realizan a los atractivos turísticos.</p> <p>El servicio al cliente que presta es bueno pero no hay un personal que este atendiendo todo el día en el <i>Centro Ecoturístico</i>.</p> <p>A la infraestructura le falta mantenimiento.</p>	<p>El visitante hace un intercambio cultural por medio de Centro Verde / Finlandia apoyando a la educación y hobbies de los niños y jóvenes el aprendizaje de manualidades con madera, el seguimiento de la música tradicional, el estudio del inglés, la siembra de frutales y el uso de frutas. En los últimos años se ha renovado varias casas de la gente más necesitada. A su vez realiza una visita a los atractivos turísticos de Río Limpio.</p>	<p>El visitante realiza practicas de campo en el primer centro de estudios de agricultura orgánica en el país, de igual modo hace un intercambio con los estudiantes de este centro de estudios.</p>	<p>El visitante aprende y conoce otra clase de desarrollar la agricultura orgánica y ver otra alternativa para implementar una finca productiva.</p>
EXPERIENCIA DEL VIAJE	<p>El visitante queda satisfecho con la el precio y calidad de su gastronomía, La limpieza, la hospitalidad, su intercambio cultural.</p> <p>El visitante dice poder recomendar el destino.</p>	<p>El visitante queda con la satisfacción de haber ayudado a una comunidad pobre y haber realizado un intercambio cultural con esta comunidad que brinda tanta hospitalidad.</p>	<p>El visitante realiza un intercambio de conocimientos y aprendizaje sobre el desarrollo de la agricultura orgánica.</p>	<p>El visitante realiza un intercambio de conocimientos y aprendizaje sobre la definición de lo que es la agricultura orgánica biodinámica</p>

1.7.4.2 Segmento del mercado

De acuerdo al análisis que arrojo esta tabla comparativa realizada a hombres y mujeres de nacionalidad dominicana que realizan proyectos en la zona y visitantes que realizan un turismo interno, siendo estos los expertos del segmento del mercado más representativos.

Por otro lado se encontró otro segmento de mercado que son extranjeros de nacionalidad finlandesa, belga, suecos y americanos que realizan un intercambio cultural y de ayuda humanitaria.

Con este estudio de mercado se concluye que en Río Limpio ese encuentra gran variedad de segmentos del mercado, por lo tanto las opiniones y respuestas difieren una de otra. Esto lleva a la conclusión que la República Dominicana está tomando fuerza frente a otros tipos de turismo, no únicamente al turismo de sol y playa tanto a nivel nacional como internacional, ofreciendo al visitante una nueva alternativa de viajar a lugares remotos para conocer y aprender las prácticas en el campo, brindando una experiencia no solo al visitante que va a

vacacionar, si no al visitante que va a trabajar en el lugar, a hacer pasantías, voluntariados y trabajos con ONGs. Se resalta la importancia a la relación precio y calidad en sus productos y/o servicios, personal que atiende instalaciones y limpieza, siendo estas las características de promoción más fuerte que puede tener un lugar a parte de los medio publicitarios que es la misma reputación o impresión que el lugar brinde al turista.

Se encontraron 4 clases de turismo que se realizan en este momento en Río Limpio: *el agroturismo, el ecoturismo, el turismo de negocios y el turismo humanitario*, pero a su vez encontramos que se pueden realizar o aplicar otras dos clases de turismo que son parte del ecoturismo, debido a su variedad de actividades descubriendo y abriendo otros segmentos de mercado interesantes para esta región, otorgando nuevas oportunidades de empleo, como el turismo de aventura y el turismo de observación de aves o aviturismo.

1.7.4.3 *Análisis de la oferta*

Para el análisis de la oferta se desarrolló un *benchmarking* de los servicios que se prestan al visitante.

En el análisis de la oferta se tomó en cuenta establecimientos turísticos con los que cuenta Río Limpio: dos centros de ecoturismo, un centro de estudios de agricultura orgánica y una finca agroturística.

Los dos centros ecoturísticos brindan servicio de alojamiento y alimentación y cuenta con solo un atractivo turístico natural. El centro de estudios de agricultura orgánica brinda visita tanto a los turistas que se hospedan en los centros ecoturísticos como a grupos de estudiantes que visitan el lugar con el fin de realizar sus prácticas de agronomía, y cuenta con un restaurante pero no con una infraestructura para el alojamiento.

El mercado objetivo de los establecimientos turísticos es visitado principalmente por extranjeros que van a hacer sus prácticas y pasantías de estudio en agronomía.

La época propicia para visitar a Río Limpio es de febrero a marzo y de octubre a diciembre, debido a que en los otros meses es la temporada de mayores precipitaciones.

También se analizó que el flujo de visitantes al año es relativamente poco, por lo que da a entender que se debe enfocar en este punto para incrementar el número de visitas, promocionando de manera efectiva este destino.

TABLA 5

Benchmarking de la oferta de los establecimientos turísticos de Río Limpio

NOMBRE DEL NEGOCIO	UBICACIÓN	ÉPOCA PROPICIA DE VISITA	No DE VISITANTES	MERCADO OBJETIVO	DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA	ATRATIVOS TURÍSTICOS	PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO	PRECIO	HORARIO	MEDIOS PUBLICITARIOS
CREAR (Centro Regional de Estudios Alternativos Rurales)	Río Limpio	Febrero a marzo y octubre a diciembre	150 visitantes al año	Nacional y extranjero europeo y americano	– 5 aulas, restaurante, invernadero de laboratorio, área de producción orgánica	– Campo de producción, invernadero y compost orgánicos	– Hortalizas y compost orgánicos – No hay teléfono ni internet – Visita únicamente	No disponible	RD\$800 grupo de 10 personas	De 9 de la mañana a 4 de la tarde Lunes a domingo	Internet – www.fao.org – www.fotdr.org/site/DominicanRepublic – www.riolimpio.com.do
Finca Piso Verde	Río Limpio	Febrero a marzo y octubre a diciembre	150 visitantes al año	Nacional y extranjero europeo y americano	– Una casa en construcción – Vivero – Cultivos de hortalizas orgánico, – Cultivos frutales – Cultivo de pino caribe – Área de reproducción de semillas, – Área pecuaria	– Senderos – Biodiversidad, ecología y belleza de la finca – Bosque – Riachuelo – Plantaciones cultivadas y silvestres	– Café Bio- Orgánico Gourmet – Descripción de la finca	No disponible	RD\$1,500 grupo de 10 personas	De 8 de la mañana a 4 de la tarde	Página web Río Limpio y www.riolimpio.info
Centro Ecoturístico Nalga de Maco	Río Limpio	Febrero a marzo y octubre a diciembre	150 visitantes al año	Nacional y extranjero europeo y americano	– 4 cabañas con vista a la loma, Restaurante, Coliseo para seminarios, conferencia y eventos	– Vista de las cabañas hacia la loma	– Servicio de alojamiento, alimentación y guías turísticos – No hay teléfono ni internet	33 personas	RD\$1,100 por persona 1 noche y 1 día con 3 comidas	De 8 de la mañana a 12 del mediodía Lunes a domingo	Página web Río Limpio
Centro Verde	Río Limpio	Febrero a marzo y octubre a diciembre	100 visitantes al año	Nacional y extranjero (finlandés, sueco y Belga)	– 4 cabañas, restaurant	– Vista a la loma, spa rústico al aire libre, baños rústicos	– Alojamiento, alimentación y guía turístico, actividades de ayuda humanitaria	14 personas	RD\$1,100 por persona 1 noche y 1 día con 3 comidas	De 8 de la mañana a 9 de la noche Lunes a domingo	Página web Río Limpio y www.riolimpio.info

1.7.4.4 Zonificación de los sitios turísticos

De acuerdo con la tabla 1 de los atractivos naturales y artificiales, el siguiente mapa muestra la ubicación de los sitios turísticos de Río Limpio:

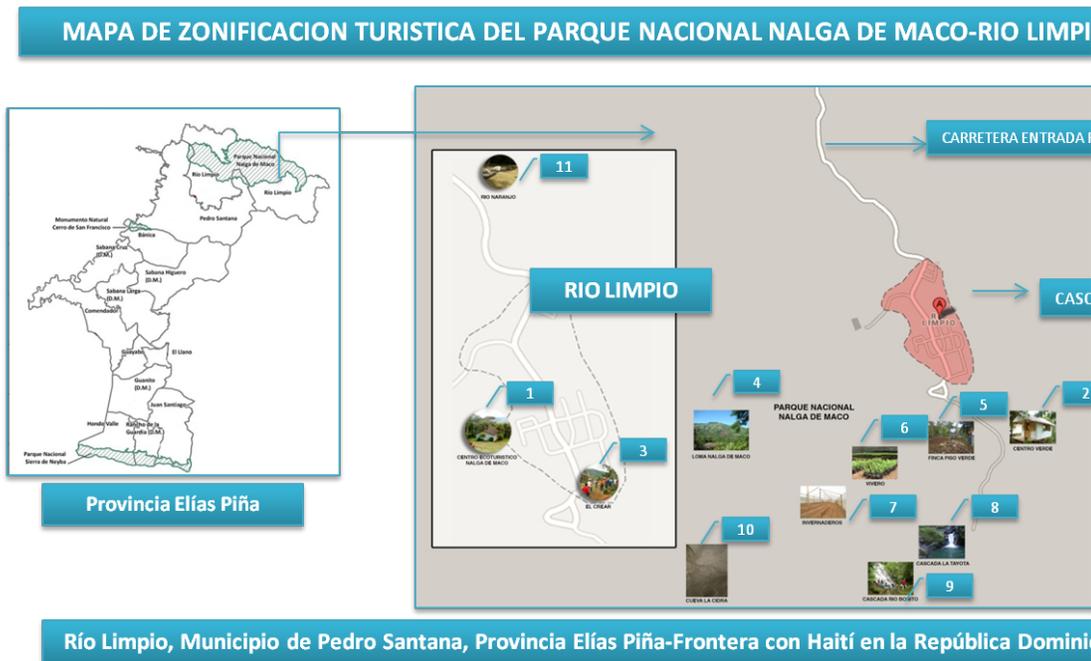


TABLA 6

Oferta de los atractivos turísticos de Río Limpio que se ubicaron en el mapa de zonificación

OFERTA TURÍSTICA		CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA
ALOJAMIENTO	1. CENTRO ECOTURÍSTICO NALGA DE MACO	El complejo ecoturístico cuenta con 4 cabañas para 33 personas y un restaurante con capacidad para 50 personas. Ofrece un menú de productos orgánicos de la región.
	2. CENTRO VERDE Distancia: 2 km	El Complejo turístico que cuenta con 4 cabañas para 16 personas y un restaurante. Ofrece un menú típico con productos orgánicos de la región.
ATRACTIVO TURÍSTICO Distancia: punto de referencia el Centro Ecoturístico Nalga de Maco	3. EL CREAR Distancia: 500 mts	En el Centro Regional de Estudios de Alternativas Rurales se realiza una charla dando una explicación de los cultivos y los compost Orgánicos.
	4. LOMA NALGA DE MACO Distancia: 8 km	El parque reúne condiciones apropiadas para el esparcimiento y la observación de aves; se realiza una charla acerca de la agricultura Biodinámica, tanto del Café como de otros cultivos y un recorrido por la finca.
	5. FINCA PISO VERDE Distancia: 3 km	En la Finca Piso verde se da una charla acerca de la agricultura Biodinámica, tanto del Café como de otros cultivos y un recorrido por la finca.

OFERTA TURÍSTICA	CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA
<p>6. EL VIVERO Distancia: 1.5 km</p>	En el Vivero se podrá observar y ayudar con los procesos para plantar especies como pino Caribe, café, frutas y hortalizas.
<p>7. LOS INVERNADEROS Distancia: 2 km</p>	En los invernaderos se podrá observar los cultivos orgánicos que realizan los beneficiarios de este proyectos dirigido por la <i>Fundación Frontera Futuro y GTZ</i> con el programa del PROMAREN, la cual pretende generar el cambio del uso del suelo insostenible en el Parque Nacional Loma Nalga de Maco.
<p>8. CASCADA LA TAYOTA Distancia: 4 km</p>	En esta pequeña cascada se encuentra camino a la cascada Río Bonito se podrá dar un baño con sus aguas cristalinas y frías.
<p>9. CASCADA RIO BONITO Distancia: 3 km</p>	Se encuentra en el Río Bonito, sus aguas son frías y observara la cascada con una caída de 50 mts aproximadamente.
<p>10. CUEVA LA CIDRA Distancia: 22 km</p>	Esta cueva se encuentra dentro del Parque Nacional Nalga de Maco. En su interior se encontrará una pictografía de un pájaro carpintero que coincide con el mito y las leyendas suramericanas que versan sobre el origen de las mujeres. Es un recorrido de 2 días, pero su camino no está del todo habilitado.
<p>11. RIO NARANJO Distancia: 9 km</p>	Este río se encuentra a 20 minutos de la entrada al casco urbano de Río Limpio; se podrá disfrutar de un baño en aguas cristalinas.
<p>SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS</p>	<p>GRUPOS TÍPICOS CULTURALES DE LA REGIÓN Estos grupos ofrecen una noche bailable y artística con diferentes ritmos de la región (palos, música típica, música de cuerda, toque de bambúes <i>haitianos</i>).</p> <p>ALQUILER DE CABALLOS Se ofrece el alquiler de caballos domésticos para realizar cabalgatas por las llanuras y senderos alrededor de la comunidad.</p> <p>BAR BILLAR DISCOTECA “LOS GUINEOS” Este negocio consiste en la venta de servicios de BAR DISCOTECA. Cuenta con gastronomía, bebidas alcohólicas y jugos naturales como el famoso mabí criollo. El negocio posee dos mesas de billar, un área de peluquería y otra de perfumería.</p> <p>VENTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y ARTESANALES Se realiza una exposición de productos orgánicos y artesanales hechos en la zona.</p>

1.7.4.5 Estacionalidad

En esta actividad existe una estacionalidad muy marcada, centrándose las ventas en los meses de febrero, marzo, octubre y diciembre, por lo que deben desarrollarse estrategias con el objetivo de generar ingresos durante la época de invierno (baja temporada). Estas acciones se pueden enfocar en actividades culturales que sean atractivas para el visitante, o la observación y estudio de la fenología³⁰ de las aves, la fauna y la flora que existe en la zona.

³⁰ Fenología: ciencia que estudia la relación entre los factores climáticos y los ciclos de los seres vivos.

1.8 ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES DE RÍO LIMPIO PARA LOS DIFERENTES PRODUCTOS/MERCADO EXISTENTES

En la localidad de Río Limpio la mayoría de productos y servicios que la comunidad consume y utiliza provienen de otras localidades cercanas como Loma de Cabrera y Dajabón, con productos de la canasta familiar (habichuela, pan, arroz, aceite, salsas, pollo, huevo, salami etc.) y diferentes servicios como de ferretería y servicios médicos, así como la venta de ropa que proviene de Moca que se realiza cada miércoles.³¹

La realidad es que los productos de Río Limpio son consumidos en su mayoría por los turistas, o se utilizan para la comercialización como las hortalizas orgánicas, pero vemos que la misma comunidad no aprovecha ni se beneficia de su misma producción para el consumo personal. Solo los que cuentan con un huerto o son beneficiarios de un invernadero lo hacen, pero no ven la oportunidad, el valor, ni hay el asesoramiento para que la comunidad tenga su propio mercado tanto de productos como de sus servicios.

Se realizó un Benchmarking de los competidores que tiene El PNNM en Río Limpio; destinos ecoturísticos principales que cumplen con características similares. El análisis arrojó que Río Limpio cuenta con muchas ventajas competitivas con respecto a los demás destinos. La principal ventaja es contar con el PNNM. La misma comunidad debe explotar este atractivo natural implícito en la zona para atraer al visitante, y dar valores agregados como son la hospitalidad de la comunidad.

³¹ Fuente: Microempresario y Empleado del Ayuntamiento de Río Limpio. Senón de Jesús Tejada

TABLA 7

Benchmarking de los competidores más relevantes que tiene el PNNM en Río Limpio a nivel nacional

TIPO DE ATRACTIVO ³²	PROVINCIA	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	ATRACTIVOS	CAPACIDAD DE HOSPEDAJE
PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO Río Limpio Distrito municipal	Elías Piña	– Hospedaje, senderos y excursiones	Localizado en el extremo occidental de la cordillera Central. La Loma Nalga de Maco pertenece al municipio de Pedro Santana, provincia Elías Piña y está ubicada al Norte. Su extensión territorial es de 280 kilómetros cuadrados.	Este parque se destaca por la exuberancia de la naturaleza, y la observación de aves y sus agradables temperaturas. – Se encuentran especies en peligro de extinción como la cúa – Gastronomía orgánica	Las comunidades periféricas al área protegida son de tipo rural y en general carecen de servicios básicos. Sin embargo, la comunidad de Río Limpio brinda oportunidades limitadas para servicios de alojamiento y alimentación. Dispone de 2 complejos ecológicos: – Centro Ecoturístico: 4 cabañas con capacidad para 33 visitantes. – Centro Verde: 5 cabañas con capacidad para 16 personas.
SERENO DE LA MONTAÑA Complejo Ecoturístico	Moca	– Hospedaje, excursiones – Camping – Kayak	Está ubicado a 35 kilómetros del municipio de Moca, Provincia Espaillat, donde existen los balnearios más espectaculares del río Jamao y la típica comunidad Los Bueyes.	– Área exclusiva para camping – 3 balnearios: Agua Mansa, Barranca Blanca y La Playita – Sendero de la gloria	El Complejo está construido según la arquitectura tradicional de la zona, dispone de dos albergues de cinco habitaciones cada uno, con baño privado y un balcón con vista a la montaña, con capacidad para alojarse 52 personas.
SONIDO DEL YAQUE Complejo Ecoturístico	Jarabacoa	– Hospedaje, y excursiones	Este proyecto comunitario está situado al borde del río Yaque Norte, dando su nombre al lugar por su hermoso y fuerte sonido energizante.	– Gastronomía orgánica – Puente colgante sobre el Río Yaque – Cuenta con su propia hidroeléctrica – Cuenta con un sistema de saneamiento de aguas residuales – Fogatas y presentaciones de música típica – Recorrido por la comunidad para conocer fincas productivas e invernaderos	Cuenta con 13 habitaciones divididas en 6 cabinas separadas. Cada habitación tiene su propio cuarto de baño con agua caliente, impulsado por la energía hidroeléctrica del río Yaque.

TIPO DE ATRACTIVO ³²	PROVINCIA	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	ATRATIVOS	CAPACIDAD DE HOSPEDAJE
CACHOTE Aldea Barahona	Bahoruco Oriental	<ul style="list-style-type: none"> – Hospedaje, camping, senderos, – Canyoning³³ en el cañón del Río Cortico – Observación de aves – Eventos culturales – Turismo científico o investigaciones (botánicas, herpetológicas, entomológicas, ornitológicas, geológicas) 	Fundada por Francisco Asmar, es una aldea de unas 30 familias, que contrasta con la vida citadina y común que la humanidad lleva. El Cachote es el lugar de nacimiento de los ríos Cortico y Nazito, los cuales suplen de agua a un canal que riega alrededor de 75,000 tareas en Enriquillo y Oviedo.	<ul style="list-style-type: none"> – Monumento Natural Padre Miguel Fuerte: Área protegida el cual Su creación se basa en un estudio de la flora, fauna y socio economía del Bahoruco Oriental, conducida por el antiguo Departamento de Vida Silvestre, el cual detectó una importancia ecológica muy alta por su gran diversidad biológica – Centro de visitantes Canto del Jilguero: primer centro ecoturístico de la zona, manejado por la microempresa ecoturística de Cachote 	– Centro de visitantes “Canto del Jilguero”. Ubicado en el interior del bosque nublado. Alojamiento en tres cabañas (total 25 personas). Área de camping (20 tiendas de campaña). Cuenta con un restaurante típico.
RIO BLANCO BONA Complejo Ecoturístico	Blanco, Bona	<ul style="list-style-type: none"> – Hospedaje, senderos y excursiones 	El complejo Ecoturístico Río Blanco nace como un equilibrio económico y ambiental para estos campesinos dedicados a la agricultura de subsistencia, formando así la Federación de Campesinos Hacia el Progreso, organización creada en 1992 con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las familias campesinas así como la recuperación ambiental de la Cuenca Alto Yuna-Blanco.	<p>Se caracteriza por sus altas montañas, de las cuales se alimentan numerosos ríos y arroyos, con saltos y balnearios naturales. Debido a su altura mantiene un clima promedio de 21°C.</p> <p>La flora de la zona la constituyen densos bosques de ébano verde, manaclas, yagrumos, palmas, amapolas, y pinos, donde se hospedan especies endémicas, tales como la jutía, cuervos, cotorras, cuatro ojos y barracolí, entre otros.</p>	Con capacidad para 36 personas. Consiste en una cabaña dotada de 9 habitaciones equipadas con un camarote tamaño twin y una cama queen size, baño con ducha y bañera, con facilidad de agua caliente.

³³ Canyoning. Ver pag web: <http://www.jarabacoaadventure.com/canyoning.html>

TIPO DE ATRACTIVO ³²	PROVINCIA	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	ATRATIVOS	CAPACIDAD DE HOSPEDAJE
PARQUE NACIONAL SIERRA DE BAHORUCO Pedernales	Pedernales	- Excursiones y observación de fauna	<p>El Parque ocupa 806 Km² de la sierra e incluye territorios de las provincias de Independencia, Barahona y Pedernales. La Sierra de Bahoruco se extiende hacia territorio haitiano, donde se conoce con el nombre de <i>Massif de la Selle</i>.</p>	<p>La fauna asociada a la diferente vegetación de la sierra es muy diversa: 21 tipos de anfibios. 96 especies de reptiles y 17 mamíferos, destacando el gran endemismo de aves en el área.</p> <p>La Sierra de Bahoruco provee de agua las principales áreas pobladas de la región.</p>	<p>Hay varias opciones para elegir al visitar Pedernales. Entre los hoteles ecológicos, hostales y lugares para acampar se encuentran:</p> <p>Hotel Villas del Mar: Cuenta con 19 confortables habitaciones, sencillas y dobles, todas cuentan con abanico de techo y aire acondicionado. Disponible televisión con cable y una fantástica vista panorámica. Disfrute de internet inalámbrico (WiFi) dentro y fuera de su habitación.</p> <p>Hostal Doña Chava: Cuenta con 18 confortables habitaciones repartidas entre sencillas, dobles y triples. Ubicada en un ambiente familiar, Algunas de sus habitaciones cuentan con aire acondicionado y televisión; y todas con abanico de techo</p> <p>– Zonas para acampar:</p> <p>Playa de Cabo Rojo La Cueva Bahía de Las Águilas Centro de Visitantes del Hoyo de Pelempito Río Mulito.</p>

1.9 EVALUACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA QUE DIRIGE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE RÍO LIMPIO Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS DIFERENTES AGENTES PÚBLICOS, PRIVADOS Y REPRESENTATIVOS DE LA SOCIEDAD CIVIL

El Centro de Innovación Atabey creó en el año 2009, como modelo de gestión turística, la marca destino Río Limpio, estrategia de marca-lugar para tener una identidad, un nombre y una reputación, la cual contribuirá a Río Limpio en su imagen, infraestructura y atractivos naturales, promoviendo de esta manera el desarrollo cultural y sostenible de la comunidad, donde uno de sus principales objetivos es atraer a nacionales y extranjeros para que realicen un turismo atractivo, diferencial y sustentable. Este lanzamiento se realizó tanto en Río Limpio como en la ciudad de Santo Domingo D.N.



Marca Río Limpio:

La Marca Río Limpio es una marca integral donde actúa como un paraguas que intenta abarcar, coordinar y potenciar a otras sub-marcas y distintos ámbitos del municipio como el agroturismo y el ecoturismo. Este proyecto fue apoyado en el 2010 por la USAID/DSTA, ATAS DOMINICANA Y DOMINICAN TREASURES, logrando diferentes actividades y capacitaciones de formación de guías turístico de la Región y capacitación de manipulación de alimentos para el personal del restaurante del Centro Ecoturístico y las amas de casa rurales. Este programa no se concluyó debido a los cambios internos que ha tenido el proyecto de DOMINICAN TREASURES en estos últimos años.

La consolidación de la marca “Río Limpio” en la percepción mental de los habitantes se está logrando poco a poco con el seguimiento que el CI-Atabey realiza a partir de la aplicación de actividades de posicionamiento como son:

- Desarrollo de productos bandera como: las hortalizas, que se están distribuyendo en los supermercados Nacional y Bravo de la ciudad de Santo Domingo y las artesanías y manualidades que se venden en el pueblo llevan la marca.
- Uso de símbolos visuales en la región como avisos para los colmados, para el complejo ecoturístico y para identificar otros lugares de interés de la región.
- Realización cada año del “Festival de la Cultura Río Limpio”, una fiesta comunitaria de historia y tradición que ha creado una estimulación comercial, social, cultural y artística para la comunidad a cambio de un tiempo grato que incluye diversión y entretenimiento tanto para los visitantes como los participantes.
- Uso de símbolos visuales como vallas publicitarias en la ciudad de Santo Domingo y promoción en medios masivos y su página web (www.riolimpio.com.do) para atraer turistas del país que quieren realizar un turismo diferente al de playa.

- Se integraron grupos activos como microempresarios, dueños de fincas, mujeres de casas rurales que brindan un hospedaje más rústicos y típicos, guías turísticos que son representados por los jóvenes y grupos típicos musicales y artísticos.

Por otro lado, Centro Verde, es el segundo centro ecoturístico que se encuentra en Río Limpio, funciona desde el año 2010. Sus dueños son dominicanos de la comunidad y un finlandés, este último encontró en Río Limpio un pequeño pueblo acogedor con atractivos naturales y gente que necesitaba ayuda humanitaria.

Su promoción es a través de su página web en Finlandia y con Río DE PASOS ry” ONG Finlandesa. El grupo en Finlandia está trabajando desde 1990 y está incorporada formalmente desde 2005. La ONG quiere apoyar el desarrollo en general, pero especialmente a los niños y jóvenes en varias formas. Por ejemplo: 1) Con patrocinio tradicional, como compra de uniformes y equipos escolares. 2) Con apoyo a creación y producción de artesanías y artes, dando posibilidades de desarrollo humano y creación de microempresas, entre otras. De este modo el visitante extranjero que traen a Río Limpio es para realizar tanto agroturismo como ecoturismo y acciones humanitarias.

De acuerdo a esta información de la gestión turística, se tomó como base el desarrollo del **primer taller** realizado en Río Limpio a un grupo de la comunidad, el sábado 23 de febrero de 2015 en el **CREAR (Centro Regional de Estudios Alternativos Rurales)**, su duración fue de 9:00 a.m. a 3:00 p.m. El propósito del mismo fue informar a estas personas que conforman los grupos activos de la comunidad, líderes de organizaciones e instituciones sobre este proyecto, con el objetivo de encontrar opiniones y problemas a las condiciones que son necesarias en el desarrollo de la estrategia de ecoturismo para el Parque Nalga de Maco. Este Taller fue coordinado por la Sociedad Ornitológica de la Hispaniola y financiado por el El Fondo de Alianzas para Ecosistemas Críticos (The Critical Ecosystem Partnership Fund) CEPF.

Participantes del taller:

- Jorge Brocca. Sociedad Ornitológica de la Hispaniola
- César Abril. Sociedad Ornitológica de la Hispaniola
- Rocardis Contreras. Guía Turístico
- Yeny Esther Ventura. Estudiante UASD
- Hiyo Sánchez Ramírez. Estudiante CREAR
- Ronald Wladimir. Estudiante de CREAR
- Juan Tomás Arno. Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
- Rudelvi Valenzuela. Estudiante de CREAR
- Lucio Toribio Guzmán. Beneficiario invernadero
- Bethania Alcántara. Estudiante de CREAR
- Gregoria Guzmán. Artesana

- Santo Espinal. Ayuntamiento Río Limpio
- Senón de Jesús Tejada. Ayuntamiento Río Limpio y empresario de la zona
- Fátima Franco. GTZ
- Ovispo de la Rosa. Administrador del PNNM – Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
- Pedro Ventura. SEDDIEL (Centro Ecoturístico Nalga de Maco)
- Emmanuel Ventura. Artista (Grupo de bachata)
- Marcelo Guzmán. Cooperativa de café del valle
- Ramón Emilio Valenzuela. CREAM
- Laura Tejada. Estudiante
- Máximo Tejada Pérez. Alcalde (representante máximo del gobierno local) de Río Limpio

Otros líderes comunitarios que participaron fuera del taller:

- Aquilino Franco. Finca Piso Verde
- Francisco Guzmán. Comité de Desarrollo de Río Limpio
- Leonidas Guzmán. Cooperativa Zona Verde
- María Valentina Toribio. Centro de Madres
- Plácida Mercedes Peralta. Iglesia Evangélica
- José Ignacio Guzmán. CTC Río Limpio
- Rivera Mora Guzmán. Taller de madera “Arte Mora”
- David Javier Valenzuela. Asociación San José
- Dignara Espinal. Grupo Comunitario

En el taller se realizó un trabajo en grupo y se aplicó un cuestionario para ver la percepción de los participantes acerca de los problemas encontrados en la preparación/ejecución de proyectos de ecoturismo en Río Limpio llegando a la conclusión de los siguientes puntos en común:

Percepción de los participantes en cuanto a la comunidad:

- **Comunicación:** es un factor clave que necesita la comunidad, como telefonía fija, internet y señal de celular, tanto a nivel personal como a nivel empresarial.
- **Carretera:** Falta de pavimento tanto la entrada al pueblo desde el km 14 como en el mismo pueblo, al no contar con una carretera en condiciones, hace que se estanque la comercialización del producto ecoturístico.
- **Energía eléctrica:** solo cuenta con paneles solares y en la noche utilizan inversores. El pueblo no cuenta con iluminación en general.

- Con respecto a los **atractivos naturales**, la zona no cuentan con una infraestructura ecoturística para cada uno de los senderos, ni con un equipamiento adecuado para realizar las diferentes actividades turísticas.
- **El Centro Ecoturístico Nalga de Maco:** falta mantenimiento y atención al cliente, y recibe más visitantes nacionales que extranjeros.
- **El Centro Verde:** cuenta con una buena administración y atención al cliente. Recibe la mayoría de visitantes extranjeros (Europa y Norteamérica) para realizar ecoturismo y ayuda humanitaria.
- En cuanto a la **ejecución de proyectos ecoturísticos actuales**, están todos de acuerdo en que se realicen capacitaciones enfocadas en la concientización de la tumba y quema, en la educación ambiental, control y educación de los haitianos que viven en el pueblo para generar armonía y cuidado del medio ambiente y así no haya deforestación en el PNNM.

Percepción de los participantes en cuanto al visitante:

- Los participantes creen que el motivo principal del turista que llega a Río Limpio es la de disiparse por el fin de semana, ya sea por: vacaciones, ecoturismo y agroturismo especialmente porque la región cuenta con los atractivos naturales para realizar este tipo de actividades.
- Les gustaría seguir desarrollando el ecoturismo, pero adicionalmente se muestra el interés de que se dé en la zona otra clase de turismo como es el de aventura.
- Encuentran que la cascada de Río Bonito es la más visitada, pero a su vez cuentan con otro atractivo natural que se puede ofrecer como es la Cascada la Tayota que se encuentra ubicada en el Río Bonito a 4 Km del Centro Ecoturístico Nalga de Maco.
- Indican que al visitante no le gusta la carretera para llegar al pueblo, por sus malas condiciones.

1.10 VÍAS DE FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN DISPONIBLES PARA LA GESTIÓN Y PROYECCIÓN FUTURA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Estas fuentes de financiamiento estarán disponibles en cada caso para asumir todo o parte de los costos de implementación ya sea en dinero o en asistencias técnicas de los diferentes temas con personal especializado de las instituciones.

Financiamiento a nivel nacional:

1.10.1 Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de la República Dominicana

En el artículo 29 de la Ley 202 de 2004, Ley Sectorial de Áreas Protegidas contempla que para la protección y administración del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales deberá diseñar mecanismos de financiamiento que le permitan ejercer sus mandatos, sus funciones, sus objetivos y los objetivos de la presente ley con agilidad y eficacia. Dichos mecanismos incluirán transferencias de fondos por la Presidencia de la República, o por cualquier persona física o jurídica, donaciones de personas físicas o jurídicas, canjes de deuda externa por naturaleza, pago por servicios ambientales, los fondos propios que generen las áreas protegidas, incluyendo las tarifas de ingreso, timbres y sellos especiales que se establezcan por otros medios legales y administrativos, y el pago por las actividades que se realicen dentro de las áreas protegidas. Los recursos que ingresen por estos conceptos deberán ser utilizados en la protección y desarrollo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas que se establece en la presente ley.

En el Párrafo I de la ley 202 de 2004 de Ley Sectorial de áreas protegidas contempla que: El Estado, los beneficiarios directos y los usuarios de los servicios ambientales generados por las áreas protegidas deberán pagar por los mismos. El procedimiento para la captación y distribución de los recursos generados por este concepto, será establecido en un reglamento elaborado especialmente para estos fines priorizando los destinos de mantenimiento de las áreas protegidas y las necesidades de las comunidades periféricas y las provincias donde éstas se encuentren.

Medio Ambiente ofrece becas para bachilleres por medio de ***La Escuela Nacional de Medio Ambiente, en Jarabacoa***, a través del Proyecto de Reingeniería del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, imparten tres capacitaciones enfocadas en el desarrollo del turismo sostenible en la República Dominicana, donde un equipo de técnicos recibe entrenamiento en tres módulos referentes al “Turismo Sostenible como herramienta para la Conservación de la Biodiversidad”, “Entrenamiento en planificación, diseño, elaboración y montaje de señalizaciones en Áreas Protegidas”, y “La interpretación como herramienta para la Conservación de la Biodiversidad en las Áreas Naturales Protegidas.

Los cursos son impartidos por expertos y especialistas del Centro Nacional de Áreas Protegidas de Cuba y cuenta con el financiamiento de Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF), con el apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

La beca incluye alojamiento, alimentación y matrícula. La convocatoria está abierta para jóvenes bachilleres menores de 25 años con vocación al manejo sostenible de los recursos naturales y capacidad de adaptación, para cursar el programa educativo Técnico Superior en Medio Ambiente y Recursos Naturales.

La oferta académica tiene una duración de dos años y medios, durante los cuales los estudiantes estarán internos en la Escuela Nacional de Medio Ambiente y Recursos Naturales, ubicada en Piedra Blanca, Jarabacoa, donde adquirirán formación académica en gestión ambiental, suelos y aguas, áreas protegidas y recursos forestales.

1.10.2 Ministerio de Turismo de la República Dominicana

El Ministerio de Turismo (MITUR) creada mediante la Ley No. 541, del 31 de diciembre de 1969, modificada por la Ley No. 84, del 26 de diciembre de 1979, es el órgano del Estado Dominicano rector de la regulación y funcionamiento de la actividad turística en las diferentes áreas declaradas de interés turístico; y como tal, es la responsable de la elaboración de las políticas públicas de éste sector a fin del aprovechamiento y maximización de las potencialidades de cada destino turístico, conforme a la directrices y políticas de desarrollo nacional.

El Departamento de Planeación y Proyectos (DPP) es la dependencia del Ministerio de Turismo que vela por el uso racional del territorio con vocación turística en función del marco normativo vigente, estructurado en tres ejes de acción. Un primer eje de **planificación territorial**, enfocado hacia la ordenación territorial turística, la formulación de planes normativos, estratégicos y la elaboración de planes de infraestructura. Un segundo eje de **tramitación de proyectos**, enfocado hacia la revisión, orientación y no objeción de uso de suelo de proyectos turísticos privados a construirse en los polos turísticos actuales y emergentes. Y un tercer eje, en donde el DPP funge como **Oficina Técnica del Consejo Nacional de Fomento Turístico (CONFOTUR)**, cuya finalidad es la de dar cumplimiento a la Ley 158-01 de Fomento al Desarrollo de Nuevos Polos Turísticos.

1.10.3 Cooperativa de Ahorros, Créditos y Servicios Múltiples zona verde

Río Limpio por ser una comunidad pequeña, con solo 1.503 habitantes aproximadamente en la zona urbana solo hay una entidad financiera que realiza préstamos tanto a persona natural, como a microempresarios, con una tasa de interés: 2% mensual= 24% anual /Garantías solicitadas: Solidaria, hipotecaria y prendería /Tiempo en que ofrecen los créditos: Depende del tipo de crédito.

1.10.4 El Consorcio Dominicano de Competitividad Turística Inc. (CDCT)

Entidad sin fines de lucro que agrupa a los Clústeres Turísticos de la República Dominicana y otras instituciones vinculadas para fomentar la competitividad y sostenibilidad del turismo, mediante alianzas público-privadas, impactando positivamente en el retorno económico, en la protección ambiental y en la inclusión de las comunidades al principal sector de la economía dominicana.

El CDCT propicia la inversión, la generación de empleos y la creación de un clima de negocios adecuado en los diferentes destinos de la República Dominicana. Además, aborda temas transversales y políticas para favorecer el desarrollo del turismo sostenible del país, así como la representación de sus miembros ante entidades del poder ejecutivo, legislativo, otros actores del sector privado y los organismos de cooperación. El CDCT maneja un proyecto que se llama DOMINICAN TREASURES es una marca que representa a los productos y servicios turísticos dominicanos que cumplen con estándares de calidad y sostenibilidad, basados en los criterios globales de turismo sostenible. Es un sello de confianza que garantiza a los clientes tener experiencias en proyectos únicos que practican la responsabilidad social y ambiental en sus negocios, ofreciendo servicios de alto nivel de calidad y atención personalizada.

El CDCT invierte en la promoción del turismo sostenible y la competitividad del sector turístico dominicano a nivel nacional, mediante los 10 clústeres turísticos del país. Fomenta las alianzas estratégicas y ofrece servicios técnicos a los asociados y en las áreas de desarrollo del turismo sostenible.

1.10.5 Programa de Pequeños Subsidios (PPS-SGP)

El Programa de Pequeños Subsidios (PPS-SGP) es una iniciativa del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM) destinada a apoyar con fondos no reembolsables y acompañamiento técnico administrativo a las organizaciones de la sociedad civil en el desarrollo de acciones comunitarias a favor del medio ambiente global y a generar bienestar de la gente a nivel local. El PPS fue establecido como resultado de la Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en el año 1992. Es implementado a nivel global por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en nombre de las agencias implementadoras del FMAM y ejecutado por la Oficina de las Naciones Unidas de Soporte a Proyectos (UNOPS).

El enfoque de trabajo del PPS se sustenta en el principio de que los problemas ambientales mundiales pueden ser enfrentados adecuadamente en la medida en que las propias comunidades se involucran en su solución; y que, con pequeñas cantidades de recursos económicos, los grupos locales pueden realizar actividades que causarán un impacto significativo en el mejoramiento de su calidad de vida y en el medio ambiente.

Estos aportes modestos representan la posibilidad de cambio a nivel local, a través de su replicación y la incidencia en la generación de cambios a nivel político para contrarrestar los problemas ambientales globales.

Las áreas temáticas son: proyectos comunitarios, destinados al **manejo y conservación de la biodiversidad** (Gestión de áreas protegidas, ecoturismo, conservación de la vida silvestre, apicultura, manejo sostenible de bosque, restauración de especies endémicas, corredores biológicos, entre otros); **reducción de la degradación de tierras** (agricultura sostenible, manejo de cuenca, reforestación, agroforestería, producción orgánica, reforestación); **uso de fuentes de energía renovable** (solar, hidroeléctrica, eólica, producción de biogas); **protección de fuentes acuíferas de importancia internacional**; y **reducción de contaminantes orgánicos persistentes**.

El monto que se solicite en la propuesta no debe exceder al equivalente a 50 mil dólares y el proyecto debe tener una duración máxima de dos (2) años

Financiamiento a nivel internacional:

1.10.6 Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Atiende solicitudes de préstamo y de cooperación técnica para financiar estudios y proyectos de inversión que contribuyan al desarrollo del turismo en los países miembros respondiendo a uno o más de los siguientes objetivos:

- Atraer al turismo internacional y promover el turismo nacional mejorando así la situación de balanza de pagos de los países y la elevación del nivel de los ingresos locales.
- Desarrollar principalmente áreas que posean atractivos turísticos y que se encuentren económicamente poco desarrolladas; Abrir nuevas oportunidades de empleo, principalmente en las áreas de atracción turística.
- Crear nuevas oportunidades de empleo, particularmente en áreas de atracción turística.
- Contribuir a la integración regional latinoamericana.

El Banco podrá colaborar en el financiamiento de las obras y trabajos de infraestructura que contempla el proyecto, así como en las inversiones que se requieren para ampliar la base productiva local. Se observarán en estos casos las directrices contenidas en las políticas de financiamiento correspondientes a cada sector incluido.

Se concederá apoyo financiero y técnico para aquellos proyectos de desarrollo turístico que comprendan un complejo de acciones o de subproyectos coordinados entre sí, de acuerdo a un plan físico y a un programa integrado de inversiones.

Esta modalidad operativa se justifica cuando el propósito del proyecto es desarrollar un área de atracción turística, o varias áreas geográficas complementarias como en el caso de los circuitos turísticos, pudiendo estas áreas complementarias estar localizadas en uno o más países. Sea que los proyectos de desarrollo turístico comprendan la creación de nuevas actividades o la ampliación, habilitación y mejoramiento de actividades existentes, podrán formularse para ser ejecutados de una sola vez, o como parte de un programa de más largo

alcance para ser ejecutado en etapas sucesivas o, en coordinación con proyectos complementarios.

En los proyectos se cuidará que tanto los turistas como el resto de la comunidad tengan acceso a las áreas de recreación y, a las obras y servicios básicos.

Todo proyecto, en especial los de desarrollo turístico, deben considerar el impacto de las inversiones sobre el medio ambiente. Es esencial que se tome en cuenta la necesidad de mantener un equilibrio ecológico adecuado, evitando el deterioro del medio natural y humano. Es un objetivo fundamental la conservación, recuperación y/o embellecimiento del medio.

1.10.7 Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)

Apoya el crecimiento económico y la reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe a través del fomento a la inversión privada y la promoción el desarrollo del sector privado. Específicamente, el FOMIN desarrolla, financia y ejecuta modelos de negocio innovadores que benefician a hogares pobres y de bajos ingresos, empresarios y otros socios de los sectores privado, público y sin fines de lucro. De igual manera, el FOMIN evalúa el impacto de sus intervenciones y las lecciones aprendidas.

El FOMIN es un laboratorio de pruebas pioneras respecto a diversos enfoques de mercado para el desarrollo, y un agente de cambio que busca ampliar su alcance y profundizar el impacto de sus intervenciones más exitosas.

- Reduciendo las barreras de la pobreza
- Herramientas financieras personalizadas
- Con socios en el terreno
- Resultados e impacto
- Compartiendo conocimiento
- Un agente de cambio a través del impacto sistémico
- Liderazgo en una región en evolución

El FOMIN ha financiado diversos montos entre menos de US\$100.000 –para pequeños proyectos–y más de US\$2 millones para un proyecto. El promedio para un proyecto de financiamiento no reembolsable del FOMIN suele ser de US\$1,5 millones.

El FOMIN provee financiamiento en forma de donaciones, préstamos, garantías, capital y cuasi-capital, o cualquier combinación de los mismos, así como servicios de asesoramiento, siempre que mantenga su carácter esencial de concesión de subvenciones. En promedio, 65 % de los recursos del FOMIN se han desplegado en forma de donaciones de asistencia técnica no reembolsable, y el 35% se han utilizado para conceder préstamos o inversiones. Con el fin de maximizar su impacto, se centra en los problemas de desarrollo en el que puedan obtener un mayor impacto. Para cada problema de desarrollo, se establece un objetivo ambicioso, pero

alcanzable, e identifica la combinación de proyectos y actividades que tienen más probabilidades de obtener los resultados deseados.

1.10.8 Inter American Foundation (IAF)

Es una entidad independiente del gobierno de los Estados Unidos, que otorga donaciones para programas de autoayuda innovadores, participativos y sostenibles, en América Latina y el Caribe. La IAF financia principalmente alianzas entre organizaciones de base y sin fines de lucro, empresas y gobiernos locales, dirigidas a mejorar la calidad de vida de la población pobre y a fortalecer la participación, la responsabilidad y las prácticas democráticas. Para contribuir a una mejor comprensión del proceso de desarrollo, la IAF también comparte sus experiencias y los conocimientos de ellas derivado. Apoya con subvenciones a ONG y organizaciones comunitarias que ofrecen soluciones innovadoras a problemas de desarrollo sostenible en el campo agropecuario y urbano empresarial.

La Fundación privilegia a organizaciones que no hayan recibido ayuda reciente de agencias gubernamentales americanas, así como aplicaciones estratégicas que formen alianzas con instituciones del sector público y privado.

1.10.9 Delegación de la Unión Europea en la República Dominicana (UE)

La UE mantiene relaciones diplomáticas con prácticamente todos los países del mundo. Desarrolla asociaciones estratégicas con actores internacionales clave, tiene un profundo compromiso con potencias emergentes de todo el mundo y ha firmado acuerdos bilaterales de asociación con numerosos países vecinos. En el extranjero, la UE está representada por una red de 141 delegaciones, que desempeñan funciones similares a las de las embajadas

El apoyo que la Comisión Europea (CE) aporta a la República Dominicana a través del 10^º Fondo Europeo de Desarrollo (FED) consiste en acciones de apoyo de carácter sectorial a reformas económicas y gubernamentales, así como apoyo presupuestario de carácter general enfocado a cumplir Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) tales como el alivio de la pobreza, la salud o la educación.

Así mismo, la labor de la Unión Europea (UE) también abarca una gran variedad de temas de extraordinaria importancia, como desarrollo democrático, derechos humanos, derechos de los trabajadores y medio ambiente.

La dotación total que la Comisión Europea ha asignado para llevar a cabo estos proyectos en la República Dominicana asciende a 194,3 millones de euros.

2 SEGUNDA ETAPA: DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO/RÍO LIMPIO

2.1 ANÁLISIS FODA

Para conocer el estado de la situación del PNNM en Río Limpio, a nivel interno y externo (entorno), se realiza el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

El análisis interno nos permitió identificar aquellos temas de diagnóstico, o puntos críticos, de los cuales depende la evolución futura del destino turístico, (Fortalezas y Debilidades).

El análisis externo nos permitió visualizar el posicionamiento del destino en el marco de sus interacciones de colaboración y competencia (Oportunidades y Amenazas). Ello implicó la identificación, evaluación de las tendencias y hechos externos con el destino.

2.2 MATRIZ FODA PARA RÍO LIMPIO

DEBILIDADES ³⁴	AMENAZAS ³⁵
<ul style="list-style-type: none"> – Falta de acondicionamiento de los atractivos turísticos. – Bajo nivel de aprovechamiento del potencial turístico la zona. – Deficiencia en infraestructura en carreteras, caminos secundarios y en algunos de los proyectos. – Falta de calidad en la infraestructura de alojamiento. – Falta de diversificación en los proyectos. – Deficiencias de transporte público en el territorio. – Falta de organización y deseos por parte de cierto sector de la población. – Inseguridad por parte de algunas personas de la comunidad, para seguir en esta actividad turística. – No se cuenta con medios de comunicación suficientes para que un tour operador promocióne un proyecto ecoturístico, como telefonía fija, internet, señal de celular. – Falta de energía eléctrica para el pueblo, solo cuentan con energía solar. – Baja calidad en infraestructura ecoturística (caminos, senderos, etc.). – No hay equipamiento³⁶ para realizar actividades turísticas en la zona como equipo básico de primeros auxilios y equipo para acampar – Falta de concientización, educación y capacitación turística y ambiental. – Existe escasa señalización en: la carretera, la comunidad y en los servicios. – No existe información de ningún tipo a los visitantes. – Falta de monitoreo y control de la actividad ecoturística. 	<ul style="list-style-type: none"> – Falta de apoyo del gobierno local para invertir en servicios básicos en la comunidad. – La deforestación de la Loma Nalga de Maco es una amenaza para el medio ambiente y la sostenibilidad de la región. – Poca información sobre el agroturismo y el ecoturismo en el país. – Poca conciencia por parte de los visitantes – Falta de Cultura Ecológica de la comunidad – Las condiciones climáticas afectan el turismo debido a que es una zona montañosa y con lluvias durante casi todo el año. – Dificultad para el financiamiento de productos turísticos y poca accesibilidad a créditos. – Riesgo de deterioro de los recursos naturales por un mal manejo. – Inexistencia de experiencia de turismo en la zona. – Crecimiento de la exigencia en la calidad de los servicios turísticos. – El turismo actual podría convertirse en masivo y por lo tanto de alto impacto a la biodiversidad e imagen de la comunidad

³⁴ DEBILIDADES: Razones, circunstancias reales o percibidas por las cuales la zona no funciona bien (no se orienta a la visión) y los clientes no se sienten contentos, satisfechos.

³⁵ AMENAZAS: Aspectos desfavorables en el contexto, que puedan afectar negativamente en el desarrollo del destino hacia la visión.

³⁶ EQUIPAMIENTO: Suministro de equipo para desarrollar una actividad.

FORTALEZAS ³⁷	OPORTUNIDADES ³⁸
<ul style="list-style-type: none"> – Gran conocimiento del manejo de la agricultura orgánica. – Gran capacidad de producción orgánica – Promoción en medios masivos en la capital (Santo Domingo) como vallas publicitarias y documental que se pasa por el canal 4 nacional. – Extensa variedad de recursos y atractivos naturales. – Características geográficas y ambientales aptas para el ecoturismo. – Su mayor atractivo es el PNNM – Destino no masificado. – Amplio potencial para diversificación turística. – Variedad de especies endémicas tanto de fauna como flora. – Gente cálida y agradable dispuesta a servir y colaborar con el turista. – Infraestructura de hospedaje en zonas eco turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Alternativa de turismo diferente a la de sol y playa que existe en la República Dominicana. – Mercado nuevo por explotar tanto nacional como internacional. – La ubicación en la frontera hace que el destino sea interesante para que lleguen visitantes extranjeros que quieran realizar estudios o realizar proyectos debido a su parque Nacional Nalga de Maco. – El mercado extranjero como el Europeo tiene mucho interés en esta clase de comunidades, para vivir la experiencia, hacer sus prácticas de agronomía, realizar sus rurales o simplemente vivir el día a día con las familias. – Promoción turística de organizaciones no gubernamentales que se interesan por destacar los destinos turísticos sostenibles a nivel nacional e internacional. – Demanda de turismo rural en crecimiento a nivel de país e internacional. – El Ingreso de turistas extranjeros al país es alta. – Disponibilidad de tierras para explotación turística. – Amplia diversidad de flora y fauna. – Cada vez hay más ecoturistas y visitantes más conscientes. – La gente se interesa más en nuevas actividades especializadas (observación de aves, deportes extremos, ayuda humanitaria etc.)

³⁷ FORTALEZAS: Las principales ventajas, capacidades y recursos, en los cuales se puede apoyar para llegar a concretar la visión. Lo que puede servir

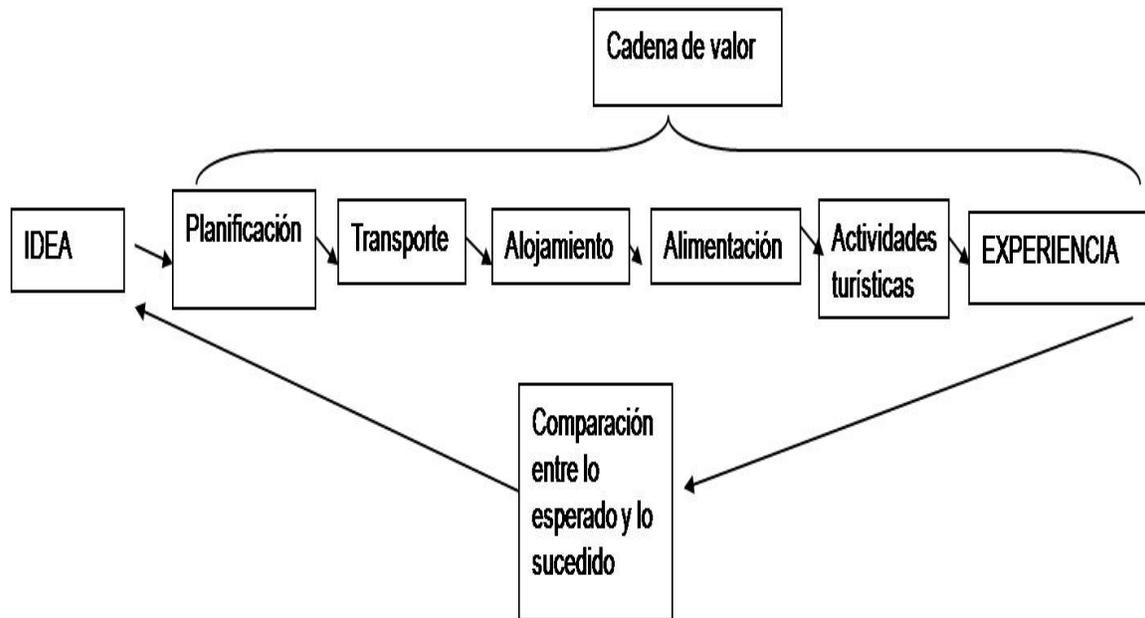
³⁸ OPORTUNIDADES: Circunstancias externas favorables que el destino puede aprovechar para avanzar hacia la visión

2.3 CADENA DE VALOR (VENTAJAS COMPETITIVAS)

2.3.1 La Cadena de Valor en Turismo

Involucra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista. Es todo lo que le pasa al turista desde que empieza a planificar su viaje hasta que regresa a casa.

La cadena de valor es un término acuñado por el economista Michael Porter³⁹, este concepto es aplicable a todos los sectores empresariales aunque su creación fue basada inspirada en empresas que trabajan con bienes materiales. Esta cadena de valor⁴⁰ define términos como la maquinaria, el almacenaje y el embalaje. Este término aplicado al sector turístico sirve para describir de forma lineal todo el proceso desde que el turista planifica su viaje hasta que vuelve a su hogar.



Se ha creído interesante añadir a la cadena de valor dos conceptos importantes. El primero es la idea, estado anterior a la planificación, y el segundo la comparación entre la experiencia y la idea, mediante esta surge la sensación o percepción de la calidad de los servicios y productos consumidos.

³⁹ <http://www.hbs.edu/faculty/Pages>

⁴⁰ http://www.valuebasedmanagement.net/methods_porter_value_chain.html

Posteriormente el concepto lineal de la cadena de valor evoluciona a un estado donde todos los actores que participan en el destino están interrelacionados.

Por tanto, la creación de valor en el sector turístico debe basarse en la conjunción de actividades diversas en un único sistema, con la consiguiente consecución de sinergias que se produce, lo cual hace necesario el análisis del mismo en su conjunto.

Así pues, la cadena de valor o sistema de valor del sector turístico no es más que el conjunto de actividades interrelacionadas que se desarrollan en el mismo y que añaden valor a la experiencia turística.

El modelo de la cadena de valor, explicativo del proceso de la generación de valor en las empresas, distingue dos grandes grupos de actividades en éstas: las actividades básicas, que tienen que ver directamente con la creación de valor -logística de entrada, operaciones, logística de salida, marketing y servicio al cliente-, y las actividades de apoyo, que sirven para que las primeras puedan coordinarse, administrarse, compartir información, etc. - infraestructura, recursos humanos, I+D y abastecimiento-. Todas estas actividades deben estar coordinadas, pues la generación de valor va a depender tanto de la eficiencia y eficacia con la que se desempeñen las mismas como de la coordinación que exista entre éstas.

Las actividades primarias se identifican con aquellas actividades que agregan valor a la experiencia turística al entrar en contacto directo con los consumidores y configurarse, de esta forma, en actividades imprescindibles en toda experiencia. Entre ellas destacamos:

1. Los servicios de transporte: actividad importante en la industria turística, pues se ocupa de acercar los turistas a los lugares visitados.
2. Los servicios en el sitio: referidos a las actividades que demandan los turistas en los lugares visitados, tales como alquiler de coche, atracciones, alojamiento, restauración, etc.
3. La confección de paquetes al por mayor: actividad realizada por los operadores turísticos.
4. El marketing y venta: dentro de esta actividad se sitúan las actividades de promoción y comercialización de los destinos.
5. La distribución al detalle: desarrollada por las agencias de viajes
6. El servicio al cliente y postventa: de tal forma que estas actividades va a aumentar la calidad de la experiencia turística.

Vemos que en la cadena de valor que encontramos en Río Limpio, es muy débil, debido a que no hay una sinergia entre la comunidad y el desarrollo turístico que la zona puede llegar a tener. Esto se debe a factores claves como la falta de medios de comunicación, el transporte público y las vías de acceso para llegar a la zona, sobre todo la falta de personal que se dedique exclusivamente a este negocio, ya que la agricultura para ellos es la base del sustento, dedican el mayor tiempo a esta actividad sin tener en cuenta que el turismo se puede convertir en parte importante de la economía de la zona.

A nivel externo, la promoción de la zona se realiza básicamente por internet y a través de los medios masivos; vallas publicitarias en la ciudad de Santo Domingo y un documental de televisión que se transmite en el canal nacional. A nivel internacional, el Centro Verde de Finlandia promociona en Finlandia y Bélgica y ofrece un turismo humanitario (solidario o volunturismo) y ecoturístico.

El transporte y el alojamiento son una parte esencial en la cadena de valor y definitivamente una parte débil que encontramos en la zona. El visitante a nivel nacional solo puede llegar en vehículo propio o alquilado (preferiblemente de tracción 4x4). El extranjero que llega a la zona, deben hacerlo en transporte público hasta Loma de Cabrera que es el municipio más cercado (1 hora aprox.) donde luego una persona de la comunidad que cuente con vehículo grande, pueda recogerlos.

La ventaja competitiva que el PNNM⁴¹ en Río Limpio tiene es que es una zona con una filosofía orgánica, donde el visitante tanto nacional como extranjero vive una experiencia única, aprende y amplía sus conocimientos, a su vez que se encuentran especies endémicas de flora y fauna, estos son factores claves para el desarrollo turístico de la zona.

2.4 DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD

Cuando Porter en 1990 propuso su modelo del Diamante de Competitividad se enfocó al sector industrial. Sin embargo su utilización para analizar la competitividad de destinos turísticos cada vez es más frecuente. Normalmente lo utilizó también en los diferentes cursos sobre Gestión y Competitividad como parte del desarrollo de una metodología de diagnóstico más integral de destinos turísticos maduros.

El modelo parte de la premisa que la competitividad es el resultado de una combinación de factores que propician la capacidad de innovación y la integración de los agentes del destino. Tener recursos turísticos abundantes es una condición necesaria pero no suficiente para ser competitivos. Este es el caso de Río Limpio. En el modelo juegan un papel importante otros factores presentes en el destino, tales como su el liderazgo que ejerce el sector público, la competitividad de los propios factores productivos y empresas del sector, la calidad de la demanda turística y la sinergia que se produce entre todos los agentes para lograr un nivel de calidad superior en el desempeño colectivo.

2.4.1 Elementos clave que analiza el modelo

2.4.1.1 Condiciones de los factores

Porter diferencia entre factores básicos y avanzados. En este vértice del diamante figura la masa crítica indispensable para desarrollar competitivamente en el desarrollo ecoturístico.

⁴¹ PNNM. Parque Nacional Nalga de Maco

Los Recursos Humanos, incluida la hospitalidad y participación en la actividad turística de la comunidad, los recursos naturales, la climatología, la localización, los recursos culturales e históricos, los recursos técnicos como accesibilidad, infraestructuras, sistemas sanitarios, sistemas de transportes, y otros deben ser evaluados.

Aquí cabe destacar que para alcanzar la fase de desarrollo como factores avanzados para el desarrollo de la estrategia, es necesaria la innovación permanente para que los recursos heredados, especialmente los naturales, sean el punto de partida para elaborar una adecuada estrategia de diferenciación y no que se exploten como simples ventajas comparativas.

2.4.1.2 Condiciones de la demanda

Una demanda nacional e internacional exigente y cualificada promueve el perfeccionamiento de los productos y servicios, que se localizan en Río Limpio. Para que Río Limpio sea competitivo es necesario alcanzar una masa crítica de turistas y visitantes que generen el input que mueva los negocios. Pero la cantidad no es tampoco condición suficiente. Es imprescindible atraer a los turistas más exigentes que obliguen a que todos los agentes o grupos activos de la comunidad a que sientan la necesidad de innovar para satisfacerles. Aquí es la calidad nuevamente la que genera competitividad.

2.4.1.3 Condiciones de las industrias conexas y de apoyo

En la medida que la actividad ecoturísticas de Río Limpio sea un elemento multiplicador de todos los sectores económicos del territorio se alcanzará mayor valor añadido en la constelación de valor. Es necesario promover relaciones entre todos los actores de la comunidad y las empresas turísticas, instituciones y organizaciones para favorecer la integración de los proveedores como, microempresarios, las organizaciones públicas, El CREAR, Finca Piso Verde y los Centros Ecoturísticos (Nalga de Maco y Centro Verde) y los distribuidores, como tour operadores, ONGs e instituciones para trabajar de conjunto en la creación de valor para turistas y la propia población local.

2.4.1.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

Porter hace referencia a dos aspectos que inciden en la competitividad de los destinos turísticos: como Río Limpio, el “efecto empresa” y el “efecto industria”. El efecto empresa busca evaluar hasta qué punto la gestión de las empresas turísticas localizadas en el destino (en este caso serían los 2 Centros Ecoturísticos) individualmente son competitivas.

Por otro lado el efecto industria evalúa la intensidad de la competencia. Una fuerte rivalidad entre las empresas turísticas del sector estimula la competitividad del destino. Aquí se entiende la rivalidad por ser quien mejor satisfaga a sus clientes para lo que hay que innovar constantemente y no el piratero de clientes y la guerra de precios.

Aquí lo vemos claro con el Centro Ecoturístico Nalga de Maco, no hay una competencia directa con Centro Verde, el Centro Verde tiene su propio segmento de mercado y su propio tour operador y realiza actividades que se diferencia de las que realiza el visitante que llega al Centro Ecoturístico Nalga de Maco, pero si debe ponerse en condiciones de cambiar algunos aspectos, como el del servicio al cliente, innovar en su menú, reestructuración de la infraestructura y realización de actividades dentro del Centro.

2.4.1.5 El papel del Gobierno

En Río Limpio se explotan recursos públicos. La comunidad tiene sus propias necesidades y hábitos de vida. La política turística que trace la Administración Pública será decisiva en generar ventajas competitivas de carácter sostenible en el desarrollo turístico. Es más, a nivel local, los ayuntamientos y otras instituciones públicas deben ejercer su liderazgo para que cristalice la necesaria estructuración de Río Limpio y en el desarrollo del plan ecoturístico.

2.4.1.6 La causalidad

La actividad turística está fuertemente influenciada por acontecimientos que escapan al control humano y que inciden directamente en la demanda. Desde catástrofes naturales hasta un acontecimiento que haga notorio a Río Limpio, sin relación directa con el turismo, pueden decidir la caída de la demanda o que se convierta en un lugar de moda. No obstante es posible construir escenarios de futuro que nos preparen ante las contingencias adversas o que propicien hacer famoso el destino como parte de su estrategia de marketing.

2.5 CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO

El ciclo de vida de los destinos turísticos está íntimamente ligado al desarrollo de productos.

En el sistema turístico todo está interrelacionado, y todos los elementos deben trabajar al mismo ritmo y en óptimas condiciones para funcionar.

Sobre el ciclo de vida de los destinos turísticos, existen muchos autores que han dedicado documentos, investigaciones y bibliografía técnica especializada para explicar cuáles son las etapas de crecimiento de un destino turístico.

Tomando como referencia a algunos autores, investigaciones, se define las etapas de crecimiento realmente claves que nos indique en qué nivel de desarrollo se encuentra un destino, pero además como estas etapas se pueden aplicar también a un producto en específico.

Desde que se inician las actividades turísticas en un espacio geográfico ya está empezando el ciclo de vida del destino turístico y por tanto de los productos que se encuentran dentro de este. Existen autores, que han analizado y trabajado este tema, sin embargo un hallazgo interesante, es que

muchos de ellos han basado su planteamiento en la teoría del ciclo de vida de Butler⁴² (1980), una teoría presentada hace mas de 15 años pero que sigue vigente y esto porque el proceso de desarrollo de un destino siempre es el mismo, así pasen los años. Este autor considera a los destinos como elementos vivientes y por tanto que se mueven de la misma manera que el ciclo de vida de los animales y/o plantas pero llevándolo al campo de los destinos turísticos los destinos muestran este ciclo en función de la cantidad de visitantes, la cual crece al inicio, permanece igual durante su desarrollo, se estanca y finalmente decrece, dejando de ser un destino o un lugar atractivo.

Cualquier cosa que se mueve parece tener vida, y en este caso es el flujo de turistas que marca de alguna manera, según el autor, la etapa en la que se encuentra un destino.

El ciclo de vida de los destinos o productos turísticos es el proceso de desarrollo por el cual va transitando un destino o producto, en un periodo de tiempo. Las etapas de desarrollo más comunes y que se pueden aplicar a cualquier lugar sea rural, natural, arqueológico, cultural, etc. Son:

1. Exploración o desarrollo (llamado también etapa de inicio o introducción)
2. Crecimiento
3. Madurez (para otros de consolidación)
4. Declive (o llamado también de estancamiento, deterioro)

2.5.1 Exploración o desarrollo

Se caracteriza por la llegada de pocos turistas al lugar, donde existen muy pocos servicios, el lugar es casi inaccesible, se comienza a invertir en infraestructura.

Es el momento en que irrumpen los turistas a un sitio casi virgen ya sea por una carretera, un nuevo descubrimiento, etc.

2.5.2 Crecimiento

Es difícil definir la frontera entre esta etapa y la anterior, en esta etapa llegan más turistas, aquí aparecen nuevos competidores, negocios, más servicios, mejora el acceso, el atractivo principal se habilita para el turista.

2.5.3 Madurez

Es cuando los productos y servicios son suficientes para atender la demanda, ha habido una progresión en el aumento de visitantes, todo el sistema turístico va al ritmo de la demanda, el atractivo principal esta posicionado en la mente del cliente. Es cuando difícilmente se puede

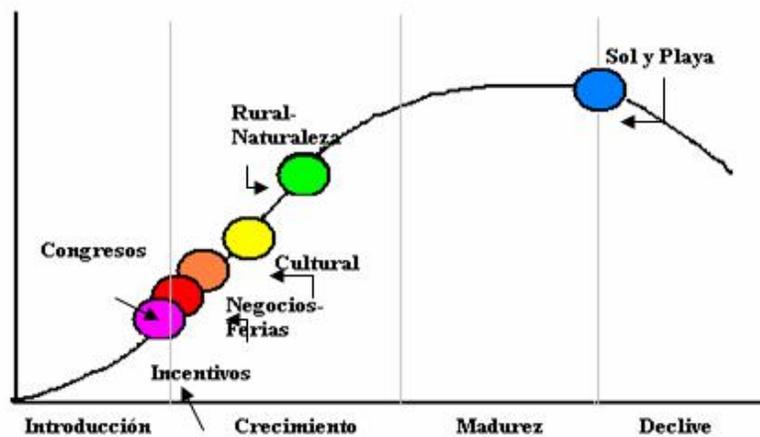
⁴² Análisis de la utilidad del ciclo de vida de destinos turísticos. Datos obtenidos pág. Web: <http://www.eumed.net/eve/resum/07-07/dma.htm>

crecer más en número de turistas, cuando comienzan las tensiones en la economía turística, un solo mercado para muchas empresas.

2.5.4 Declive

Disminución de turistas, disminución de las ventas, productos turísticos deteriorados y gastados, ausencia de nuevas actividades, nuevos productos, baja calidad en los servicios.

La idea es no llegar a esta etapa de declive y lograr rejuvenecer y redefinir el destino, para que luego se inicie un nuevo ciclo de vida.



En el caso de Río Limpio, se encuentra en etapa de desarrollo y se ha quedado en esta etapa por años recibiendo solo 20 o 30 visitantes al mes, con pocos servicios, y con recurso fuerte en atractivos naturales, sin embargo los actores locales se quejan de esta situación pero no van a la acción y realizan un análisis interno, no se detienen a estudiar que está sucediendo. Esta situación se puede deber a varios factores, primero no valoran sus propios recursos naturales y no ven que tienen un gran potencial que explotar en su propia región, segundo no se ha producido ningún cambio en la oferta, no existen actividades complementarias, nuevos servicios, o simplemente no se ha mejorado la carretera de acceso al sitio por años y esto es un gran desmotivante para la comunidad. Río Limpio se ha quedado en la etapa de desarrollo, se elaboran planes, diagnósticos, estudios, por parte de ONGs e instituciones, pero no hay acciones concretas que avizoren pasar de la etapa de desarrollo a la etapa de crecimiento, está en una etapa de estancamiento.

Si bien la llegada de turistas es el indicador más importante para definir las etapas, también es importante gestionar el flujo de turistas y ello se define en el plan de desarrollo: Se quieren turistas de cantidad y de bajo poder adquisitivo o se quiere pocos turistas pero de calidad que tengan un gusto especial por algún tipo de producto, por ejemplo turismo humanitario (solidario o volunturismo) o turismo de observación de aves.

Río Limpio también concentra su mayor flujo turístico en 4 o 5 días en diferentes meses del año, como son de febrero a abril y de octubre a noviembre, no ha madurado aun como destino compacto con un flujo constante durante todo el año, está en etapa de desarrollo.

Río Limpio para poder pasar de la etapa de desarrollo a la etapa de crecimiento debe arriesgar, analizar, estudiar mercados, innovar y proponerse con acciones concretas y cambios radicales en su oferta, sino siempre se quedara en la primera etapa es decisión e impulso. Río Limpio debe seguir promocionándose masivamente en lugares más cercanos como Puerto Plata, Santiago de los Caballeros, al igual que en las zonas aledañas como: Loma de Cabrera, Dajabón, Mao, Santiago Rodríguez como también por medio del Ministerio de Turismo internacionalmente. Debe trabajarse también en posicionar otros productos y servicios en otras épocas del año que le permitan crecer, aprovechando que es una región con un parque Nacional como el PNNM, posee manifestaciones culturales muy ricas, una zona que tiene posibilidades de desarrollar turismo de aventura, aviturismo y fortalecer el turismo humanitario, el ecoturismo y el agroturismo y donde se encuentra la primera escuela de agricultura orgánica en el país.

2.6 POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

La posición competitiva de Río Limpio depende de los segmentos de mercado relevantes. Cada segmento busca diferentes experiencias. Río Limpio puede ser competitivo en comparación con otro destino ecoturístico con un tipo de experiencia diferencial, Río Limpio puede ser irrelevante si se compara con otros destinos ecoturísticos que ofrecen otro tipo de experiencias. Dado esto, un destino debe entender la segmentación de su mercado en el momento de definir su posicionamiento.

2.6.1 Segmento Rural y Naturaleza

A pesar del notable crecimiento en los últimos años de este tipo de turismo, Río Limpio se ha posicionado a nivel nacional con ventajas competitivas en cuanto a destinos ecoturísticos y agroturístico, contando con un atractivo turístico diferencial y sustentable que es el “Parque Nacional Nalga de Maco” y una comunidad con una filosofía orgánica única en el país.

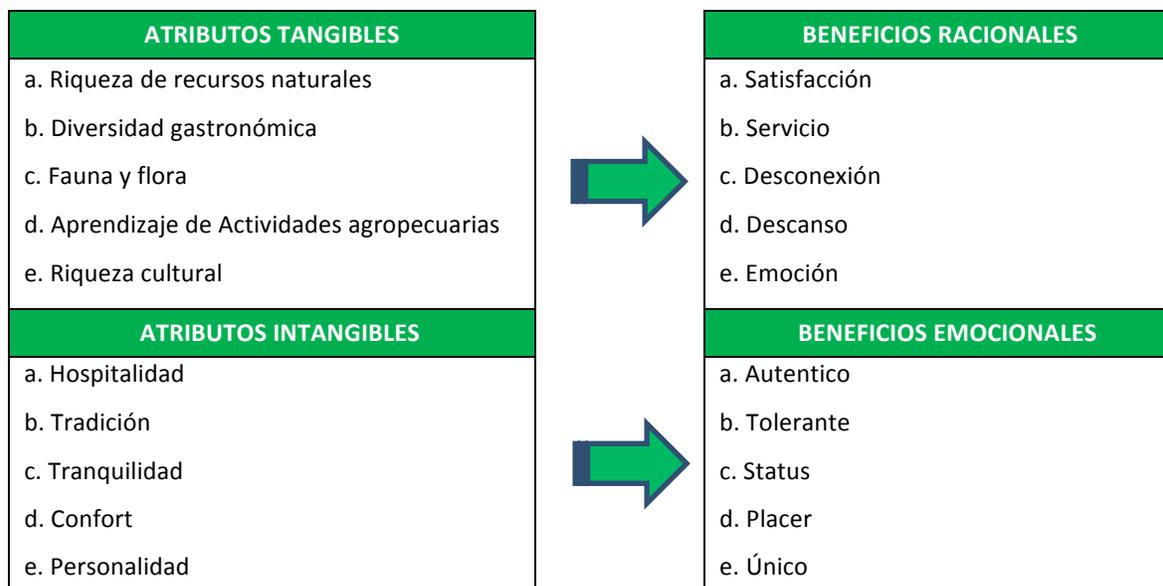
2.6.2 Segmento humanitario

La posición relativa de Río Limpio en cuanto a este segmento dentro del panorama dominicano y las expectativas de crecimiento para este tipo de turismo sitúa a esta comunidad en un escenario positivo debido a sus características y atributos.

Hoy en día el ser humano debe contribuir tanto con el medio ambiente como ayudar a comunidades de bajos recursos. Por este motivo las vacaciones al extranjero conocidas como “turismo humanitario”, “vacaciones solidarias” o “volunturismo”, han aumentado en los últimos años: un 20%, según la Organización Mundial del Turismo (OMT). En este segmento

Río Limpio no tiene competencia directa frente a otros proyectos ecoturísticos que se ofrecen en el país y es una gran ventaja competitiva que hay que aprovechar.

Tabla de atributos y beneficios de Río Limpio



3 TERCERA ETAPA: PROYECCIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE PARA EL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO/ RÍO LIMPIO -PLAN ESTRATÉGICO DE ECOTURISMO

3.1 PLAN ESTRATÉGICO DE ECOTURISMO

La planeación estratégica es el proceso por el cual los miembros guías de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo.

La planeación estratégica en la particularidad del turismo puede definirse como planeación eminentemente participativa que tiene por objetivo particular mejorar la competitividad de un destino y como general, el que estos beneficios se trasladen a toda la sociedad, cuyo objetivo principal de este proyecto es la estrategia de ecoturismo.

3.1.1 Importancia para el sector turístico

Los miembros de la industria turística son valiosos para el ecoturismo por diferentes razones:

- Entienden las tendencias y las modas de viaje. Conocen el modo en el que actúan y quieren los visitantes.
- Influyen en los visitantes alentando el buen comportamiento y limitando los impactos negativos de las áreas protegidas.
- Desempeñan un papel clave en la promoción del ecoturismo, sus miembros saben cómo llegar a los visitantes por medio de publicaciones, internet, medios de comunicación y otros modos de promoción proporcionando así un lazo entre los consumidores y el destino turístico.

3.1.2 Sostenibilidad

- Todas las acciones deben ser sostenibles ecológica, social y económicamente para el territorio y su población local.
- Se debe tener en cuenta cuestiones como: la capacidad de carga y otros factores para que el turismo en el destino impacte lo menos posible.
- Es importante crear estrategias sostenibles para evitar futuros problemas en el destino como la masificación y deterioro del mismo.
- La preservación de sus recursos y la complicidad de la población local en los planes de estrategias son fundamentales para el éxito de la planificación del desarrollo del turismo en el destino

La creciente demanda del turismo basado en la naturaleza ha despertado el interés de los visitantes ya que se sienten atraídos por los destinos naturales esto está probablemente relacionado con el interés mundial que ha tomado el medio ambiente. A medida que la gente oye sobre la fragilidad del ambiente, se vuelve más consciente acerca de los asuntos ecológicos y llevan a cabo acciones específicas para la conservación. Quieren aprender de primera mano sobre las especies en peligro de extinción y sus hábitats amenazados.

Los visitantes ecoturistas conscientes y sensibilizados constituyen un segmento creciente del mercado que busca una interacción sensible con las comunidades anfitrionas como un modo de contribuir al desarrollo local sustentable.

3.2 MISIÓN

Ofrecer servicios de turismo alternativo y sostenible, contando con un atractivo turístico diferencial y sustentable que es el “Parque Nacional Nalga de Maco” y la zona de amortiguamiento donde los actores locales se involucren y comparta con los visitantes su historia, cultura, y entorno, dando oportunidad a la generación de nuevos empleos con el propósito de contribuir con el desarrollo local de Río Limpio.

3.3 VISIÓN

En el 2017 Río Limpio será un destino reconocido en la República Dominicana por su imagen, infraestructura y servicios ecoturísticos y agroturístico de calidad, involucrando a los actores locales a participar en acciones dirigidas hacia la conservación medioambiental incrementando el respeto por la biodiversidad, los atractivos naturales, culturales y las áreas protegidas.

3.4 OBJETIVO GENERAL

Establecer un plan estratégico de ecoturismo con énfasis comunitario para el Parque Nacional Nalga de Maco y las zonas de amortiguamiento alrededor del mismo, desarrollando productos eco y agro-turísticos, programas de capacitación de guías y programas de educación ambiental con las comunidades y propietarios de tierras.

3.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover el desarrollo local por medio de estrategias que impulsen el ecoturismo en el Parque Nacional Nalga de Maco / Río Limpio considerándolos área natural protegida.

- Asegurar la protección de las especies en peligro de extinción, especialmente la cúa que es un ave endémica de La Hispaniola.
- Promoción del buen manejo de los Recursos Hídricos, Forestales y de los suelos.
- Diversificar la oferta turística de Río Limpio.
- Desarrollar y consolidar productos/servicios ligados a los atractivos y recursos genuinos del lugar.
- Generar productos y servicios con mayor valor añadido, de calidad y acordes a los distintos segmentos de la demanda.
- Mejorar la estructura, paisaje urbano y los servicios básicos que ofrece la zona.
- Aumentar cualitativa y sostenidamente la demanda.
- Desestacionalizar⁴³ el destino, repartir más uniformemente la demanda turística en el tiempo.
- Incrementar la estadía y el gasto de los visitantes en la zona.
- Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la calidad de la visita a los lugares turísticos y la experiencia.
- Mejorar la accesibilidad, conectividad y comunicaciones dentro de Río Limpio hacia fuera.
- Incrementar la capacitación de los recursos humanos.
- Incentivas e involucrar a los actores locales en la gestión turística.
- Concientizar y educar a la comunidad sobre la importancia de los recursos naturales y el medio ambiente.

3.6 ESTRATEGIA COMPETITIVA

Integrar el plan de ecoturismo dentro de la marca destino Río Limpio como estrategia ecoturístico para la implementación, promoción y desarrollo turístico de la comunidad y del área protegida del Parque Nacional Nalga de Maco como un modelo de gestión turística a nivel nacional e internacional, creando así una sinergia con las organizaciones e instituciones que realizan proyectos en la zona.

Para el desarrollo de esta estrategia competitiva se deben realizar los siguientes objetivos estratégicos:

⁴³ Desestacionalizar: Eliminación en la concentración de la demanda turística en un destino

3.7 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

3.7.1 Mejorar las infraestructuras y servicios básicos de Río Limpio para el turismo

Necesidad de mejoras en infraestructuras y servicios básicos que ofrece Río Limpio y zonas aledañas para la operación turística, relacionados con: red vial –apertura, mejoramiento, mantenimiento, vialidad invernal, transporte público, señalización, alojamiento, rehabilitación de senderos ecoturísticos, y otros servicios públicos: energía eléctrica, residuos, telecomunicaciones, etc., que tengan en cuenta las necesidades actuales y futuras, para satisfacer la demanda al respecto, vinculada tanto la comunidad como a los visitantes que recibe y recibirá.

Programas:

- Mejora de la conectividad terrestre
- Mejora de la infraestructura para la realización de la actividad turística
- Mejora de otros servicios básicos públicos
- Cabaña de primeros auxilios

3.7.2 Mejorar del ordenamiento urbano y territorial de Río Limpio

La imagen de un destino turístico en los visitantes está fuertemente vinculada a la imagen que la ciudad y el resto de las zonas aledañas y lo que el entorno visitable transmiten, por lo que se hace relevante identificar qué actuaciones en planificación y ordenamiento del espacio urbano, suburbano y rural son necesarias para mejora del destino turístico.

Programa:

- Planeamiento urbano

3.7.3 Mejorar la oferta turística actual y potencial de Río limpio

Actuaciones para mejorar integralmente la oferta turística del destino, que habrán de promover la calidad, mejora, modernización y diversificación de lo ya existente, y el desarrollo de nueva oferta de productos y servicios, identificando las tipologías de proyectos y emprendimientos turísticos a fomentar en el destino, de acuerdo con las tendencias de la demanda. Todo ello para aumentar cualitativa y mantener la demanda, mejorar la calidad de la visita, su valor añadido, incrementar el gasto de los visitantes en el destino, prolongar la estadía, favoreciendo la inclusión de actores locales en los proyectos, así como la diversificación y la diferenciación y complementariedad de la oferta frente a los demás destinos que ofrecen productos y servicios similares a nivel nacional e internacionales.

Contendrá las actuaciones necesarias para el desarrollo y consolidación de los productos y servicios de Río Limpio seleccionados para trabajar sobre ellos preferentemente. Esta selección de productos/servicios se ha realizado en función de las aptitudes y actitudes locales (vocación y recursos y atractivos presentes), las tendencias de la demanda (orientación al mercado) y las ventajas, comparativas y competitivas, que poseen y/o que se pueden potenciar respecto a otros proyectos ecoturísticos a nivel nacional.

Programas:

- *Desarrollo del Turismo ecológico (ecoturismo) y observación de aves (aviturismo)*
- *Desarrollo del Turismo de aventura*
- *Desarrollo del Turismo humanitario, solidario o volunturismo*
- *Desarrollo del Turismo rural (agroturismo)*
- *Desarrollo del Turismo cultural*
- *Desarrollo del Turismo de negocios*
- *Seguridad del visitante y actuación frente a emergencias*
- *Mejora del servicio al cliente del centro ecoturístico Nalga de Maco*
- *Capacitación de los servicios esenciales que ofrecen los actores locales*

3.7.4 Mejorar la calidad de los recursos humanos locales disponibles para el desarrollo turístico

Se refiere a mejorar la receptividad y hospitalidad de toda la comunidad local hacia el visitante y turista, así como a mejorar la calidad de los recursos humanos que prestan o prestarán los servicios turísticos, resolviendo las necesidades de formación en turismo de la población, en todos los niveles educativos y subsectores turísticos, y fomentando una mayor participación del sector privado -microempresarios y empleados- en las acciones formativas de capacitación.

Programas:

- Sistema educativo
- Sector público
- Sector privado
- Guías y guarda parques

3.7.5 Incorporar a la comunidad a través del turismo

Concientización turística de la comunidad de que Río Limpio, mostrándoles y haciéndoles entender que este es un destino esencialmente turístico, aporta beneficios a la comunidad y a cada uno de sus miembros, creando ventajas directas y/o indirectas para todos.

Identificación de proyectos recreativos específicamente para el residente, así como de otros que favorezcan la integración de sectores poblacionales desarraigados o más desfavorecidos en la actividad turística, mejorando las condiciones de vida de la comunidad local y las zonas aledañas y la percepción que la comunidad tiene de la actividad turística.

Programa:

- Concientización turística

3.7.6 Preservar los recursos turísticos de Río Limpio

Necesidad de actuaciones que garanticen la preservación de los recursos naturales y culturales locales, principales activos turísticos de Río Limpio y sobre los que se sustenta la actividad del sector, de modo que no sean degradados y siga siendo posible su uso en el futuro.

Programas:

- Sensibilización ambiental de la población
- Medio ambiente
- Áreas protegidas

3.7.7 Fortalecer el rol turístico del sector público local

Coordinación entre las diferentes dependencias de la Municipalidad que inciden, directa o indirectamente, en el turismo, y de éstas con el resto de organismos con respectivas competencias a nivel provincial, regional y nacional, mejorando los servicios en turismo que ofrece el municipio de Río Limpio.

Programas:

- Coordinación entre organismos públicos relacionados con el turismo
- Información turística

3.7.8 Incentivar a los actores locales a integrarse al turismo local

Coordinación y concertación a los actores locales de sector turístico de Río Limpio –redes empresariales– y promoción y ayuda al desarrollo y competitividad de los proyectos turísticos locales de Río Limpio.

Programa:

- Fomento a las microempresas y proyectos turísticos locales

3.7.9 Realizar marketing conjunto para Río Limpio

Identificación de actuaciones para la estructuración y realización de marketing turístico conjunto del destino. Se trata de alinear a toda la actividad turística, pública y privada, en un marketing coordinado de los diversos productos en los respectivos mercados que, siendo adicional a los actuales esfuerzos individuales de los diversos actores locales, sirva de “paraguas”, supere, fortalezca, apoye y haga más efectivos a éstos. De este modo la estrategia de marca destino, será parte esencial para el desarrollo del plan de marketing turístico.

Programas:

- Registro de visitantes a Río Limpio
- Imagen del destino
- Promoción turística
- Comercialización turística

TABLA 8

Resumen de los objetivos estratégicos

Están enumerados del 1 al 9 para una mejor identificación en la siguiente tabla 9 del plan de acción para la estrategia de ecoturismo

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ACCIÓN O PROYECTO
1. Mejorar las infraestructuras y servicios básicos de Río Limpio para el turismo	1.1 Mejora de la conectividad terrestre 1.2 Mejora de la infraestructura para la realización de la actividad turística 1.3 Mejora de otros servicios básicos públicos 1.4 Cabaña de primeros auxilios
2. Mejorar del ordenamiento urbano y territorial de Río Limpio	2.1 <i>Planeamiento urbano</i>
3. Mejorar la oferta turística actual y potencial de Río limpio	3.1 <i>Desarrollo del Turismo ecológico (ecoturismo) y observación de aves (aviturismo)</i> 3.2 <i>Desarrollo del Turismo de aventura</i> 3.3 <i>Desarrollo del Turismo humanitario, solidario o volunturismo</i> 3.4 <i>Desarrollo del Turismo rural (agroturismo)</i> 3.5 <i>Desarrollo del Turismo cultural</i> 3.6 <i>Desarrollo del Turismo de negocios</i> 3.7 <i>Seguridad del visitante y actuación frente a emergencias</i> 3.8 <i>Mejora del servicio al cliente del centro ecoturístico Nalga de Maco</i> 3.9 <i>Capacitación de los servicios esenciales que ofrecen los actores locales</i>
4. Mejorar la calidad de los recursos humanos locales disponibles para el desarrollo turístico	4.1 <i>Sistema educativo</i> 4.2 <i>Sector público</i> 4.3 <i>Sector privado</i> 4.4 <i>Guías y guarda parques</i>
5. Incorporar a la comunidad a través del turismo	5.1 <i>Concientización turística</i>
6. Preservar los recursos turísticos de Río Limpio	6.1 <i>Sensibilización ambiental de la población</i> 6.2 <i>Medio ambiente</i> 6.3 <i>Áreas protegidas</i>
7. Fortalecer el rol turístico del sector público local	7.1 <i>Coordinación entre organismos públicos relacionados con el turismo</i> 7.2 <i>Información turística</i>
8. Incentivar a los actores locales a integrarse al turismo local	8.1 <i>Fomento a las microempresas y proyectos turísticos locales</i>
9. Realizar marketing conjunto para Río Limpio	9.1 <i>Registro de visitantes a Río Limpio</i> 9.2 <i>Imagen del destino</i> 9.3 <i>Promoción turística</i> 9.4 <i>Comercialización turística</i>

3.8 PLAN DE ACCIÓN PARA LA ESTRATEGIA DE ECOTURISMO

3.8.1 ¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE?

El plan de acción es el conjunto de programas y proyectos o acciones en relación a la estrategia de ecoturismo que se habrán de acometer en Río Limpio en el plazo temporal 2015-2020 para su desarrollo turístico exitoso en el marco de la competitividad y sustentabilidad.

De esta manera, el Plan de Acción aplica y concreta el modelo de desarrollo turístico, para Río Limpio, en lineamientos estratégicos y programas que incluyen las acciones y programas necesarios, en materia turística y/o relacionada, que permitirán pasar al destino de la situación actual, sin intervención estratégicamente dirigida, a una nueva en la que se habrán cumplido las principales metas de esta Estrategia de ecoturismo sustentable de Río Limpio.

Este Plan de Acción contiene, la siguiente información esencial para posteriormente poder iniciar su implementación:

- Proyecto o acción
- Responsables
- Presupuesto
- Fuentes de financiación
- Prioridad
- Fase temporal

3.8.2 Proyecto o acción

Es la identificación y descripción del tema o asunto en qué consiste el proyecto o acción.

El detalle del contenido de cada uno de ellos se ha realizado en base a la información primaria recabada y secundaria existente, la información aportada en el taller y en consultas a representantes del sector privado y público. El listado de acciones y proyectos ha sido consultado y valorado por la comunidad local.

La implementación de dichos proyectos y acciones permitirá el logro de los objetivos estratégicos en turismo definidos para Río Limpio y las zonas de amortiguamiento del mismo.

3.8.3 Responsables

Es el conjunto de entidades/organizaciones y grupos de actores implicados directamente en la ejecución del proyecto o acción. Es decir, son los encargados de la implementación y seguimiento del proyecto o acción. Conocer los responsables implicados facilitará iniciar la planificación y ejecución de cada uno.

Hay proyectos y acciones puramente públicos, otros de carácter únicamente privado, y finalmente, mixtos, que necesitan de la acción conjunta entre diversos actores públicos y privados para llevarse a cabo.

En todo caso, La Sociedad Ornitológica de la Hispaniola –SOH–, en la mayoría de los proyectos y acciones, deberá ejercer siempre la labor y papel de *lobby*, es decir, de impulsor, animador, facilitador, coordinador, etc. que garantice y vele para que cada agente o actor asuma sus responsabilidades y ejecute las tareas de las que es responsable directo. Es decir, SOH es el facilitador de todos los proyectos y acciones, de forma tal que controle, favorezca y dinamice la efectiva implementación del Plan de Acción.

3.8.4 Presupuesto

Es el importe o costo estimado de implementación de la acción o proyecto. Es decir, refleja la cifra orientativa del orden de magnitud que supondrá en costos su ejecución.

3.8.5 Colaboradores y posibles fuentes de financiamiento

Son los posibles órganos, entidades y líneas de financiamiento, actualmente disponibles, acuerdos para aportar recursos económicos, financieros o de otro tipo, que permitan afrontar todo, o al menos parte, de los costos que implica la implementación de la acción o proyecto.

3.8.6 Prioridad

Es la importancia o relevancia del proyecto o acción para la comunidad de Río Limpio. Ha sido definida por los propios actores locales en el taller y realización del cuestionario. Queda reflejada en base a la siguiente clasificación:

Escala de Prioridad

****Máxima

***Alta

**Media

*Baja

3.8.7 Fase Temporal

Es el tiempo de implementación del respectivo proyecto o acción en el periodo 2015-2020 de la Estrategia. Marca el momento de inicio y el momento de finalización.

Se ha definido en un cronograma compuesto de 2 fases:

- **Fase 1** o Corto plazo: Entre 1 y 2 años, es decir, de 2015 a 2016
- **Fase 2** o Medio plazo: Entre 2 y 5 años, es decir, de 2016 a 2020

El momento idóneo para comenzar un proyecto o acción depende de cuándo se prevén que se den las condiciones necesarias en el destino para ejecutarlo. Por tanto, se ha fijado la fase en que inicia un proyecto o acción en función de las condiciones previstas para el entorno en el que se desarrolla.

La fase en que finaliza el proyecto o acción depende de las características intrínsecas del mismo.

Se entiende que la duración total se asigna considerando que la acción o proyecto comenzará efectivamente en la fase de inicio fijada. Por tanto, si se producen retrasos en el inicio, ello supondrá retrasar igualmente su finalización.

Hay proyectos y acciones continuos en el tiempo y, por tanto, abarcan las 2 fases.

A su vez, para el conjunto de proyectos y acciones que tienen la misma fase de inicio, se decidirá con cuáles comenzar antes recurriendo a la información sobre Prioridad. Es decir, dentro de una misma fase temporal, deberá darse preferencia y comenzar por aquellas acciones a las que los actores les han otorgado máxima prioridad, seguidas después por las de alta y media prioridad, y por último, las de prioridad baja.

La tabla 9 muestra el plan de acción para la estrategia de ecoturismo **(Ver anexo 6)**

3.9 SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE ACCIÓN

Una vez definidos los programas a implantar tanto en su parte estratégica como operativa debe realizarse la construcción de un sistema de seguimiento o que permita verificar el cumplimiento del plan estratégico e identificar problemas o limitaciones en su aplicación.

El programa de seguimiento se refiere a dos grandes temas:

El primero consiste en la evaluación de los objetivos del plan propiamente dicho. Para ello se centra en el grado en que los objetivos se cumplen o no, los tiempos en que las acciones se desarrollan y el nivel de utilización de los recursos asignados.

El programa de seguimiento del cumplimiento del plan ha de ser flexible acompañando los cambios en las condiciones del entorno en que este se implementa.

Segundo, este sistema de seguimiento contribuye también a clarificar la visión y la estrategia previamente establecidas en base al consenso de los actores participantes y ajustar los objetivos que plasman dicha estrategia, así como la asignación de los recursos que son necesarios para su aplicación.

La información que resultó de este análisis contribuirá a la adopción de medidas de corrección o ajuste tanto de los objetivos, los recursos asignados, los tiempos planificados o los procedimientos asumidos, así como permitirá el planteo de nuevos objetivos o acciones en un proceso permanente de retroalimentación.

En definitiva se trata de una herramienta sistemática que permite generar retroalimentación sobre el desarrollo de la aplicación de la estrategia, que, en base a los resultados de la evaluación permite el ajuste constante del proceso de planificación estratégica.

El objetivo de la aplicación de esta herramienta es el de evitar situaciones críticas más comunes en la aplicación de los planes estratégicos tal como son la falta de integración de las estrategias en objetivos concretos y medibles, la falta de relación de las estrategias y las aplicaciones prácticas con la asignación de recursos y la falta de retorno en la forma en que se aplican las estrategias

El segundo aspecto que evalúa el programa de seguimiento es el de los impactos que la aplicación de los planes produce sobre el sistema turístico.

3.10 PLAN DE MARKETING

3.10.1 Objetivos

- Promover desarrollo sostenible por medio de las estrategias mercadológicas que impulsen el ecoturismo en el Parque Nacional Nalga de Maco.
- Incremento significativo (en más de un 50%) de las visitas de turistas, nacionales e internacionales, para los segmentos de agroturismo y ecoturismo.
- Promocionar a Río Limpio en los diferentes medios publicitarios
- Lograr un desarrollo local sostenible.
- Lograr llevar tour operadores, ONGs y grupos estudiantes o profesionales de agronomía para que conozcan el destino.
- Posicionar a Río Limpio como destino para la realización del ecoturismo
- Dar a conocer el Parque Nacional Nalga de Maco y sus especies en peligro de extinción
- Lograr ofrecer un paquete turístico atractivo para cualquier época del año a nuestro público objetivo.

3.10.2 Mercado meta

Este plan de comercialización para la estrategia de ecoturismo va dirigido a nuestro mercado meta que nos arrojo el estudio de mercado que se realizo mediante la entrevista a expertos que forman parte de proyectos realizados en el destino y actores locales de la comunidad de Río Limpio, el segmento más representativo es el siguiente:

Hombres y mujeres de nacionalidad dominicana que realizan proyectos en la zona y realizan un turismo interno y extranjeros de nacionalidad Finlandesa, Belga, Suecos y Americanos que realizan un intercambio cultural y de ayuda humanitaria.

Este segmento de mercado se interesa en las actividades de campo y actividades ecoturísticas reconociendo la importancia de la conservación de la naturaleza y de las especies en peligro de

extinción, creando la necesidad de realizar programas y planes que incentiven el buen uso de las áreas protegidas.

3.10.3 Estrategias de comercialización

Promocionar y posicionar a Río Limpio a nivel nacional e internacional bajo la marca destino, como un lugar para realizar diferentes alternativas de turismo de naturaleza como el ecoturismo, el aviturismo, el agroturismo y el turismo de aventura, implementando el paquete turístico ya existente.

3.10.3.1 Producto

Integrar el plan de ecoturismo dentro de la marca destino Río Limpio como estrategia ecoturística para la implementación, promoción y desarrollo de la comunidad y del área protegida del Parque Nacional Nalga de Maco como un modelo de gestión turística a nivel nacional e internacional, creando así una sinergia con las organizaciones e instituciones que realizan proyectos en la zona

3.10.3.2 Promoción

- Realizar trimestralmente Fam trips para tour operadores especializados en turismo de naturaleza
- Realizar trimestralmente talleres de turismo para estudiantes o profesionales en agronomía y para ONGs que trabajen el tema del ecoturismo y agroturismo
- Anunciar mensualmente Artículos de prensa
- Realizar semestralmente Ferias turísticas que se realicen en la capital
- Realizar anualmente Spot (video) para TV para pasar en programas nacionales con secciones medioambientales
- Promocionar mensualmente en programas de radio que tengan sección de medio ambiente.
- Promocionar mensualmente en las redes sociales en internet
- Promocionar mensualmente en Páginas web especializadas en turismo de naturaleza
- Hacer semestralmente material publicitario (camisetas, gorras y fundas ecológicas)
- Promocionar anualmente Vallas publicitarias en la capital y en las zonas aledañas
- Hacer semestralmente folletos para distribuir a todas las actividades (talleres, Fam trips, ferias, eventos, etc.)

Estos medios de promoción se seleccionaron teniendo de base los ya utilizados en la marca destino Río Limpio, facilitando su promoción y posicionamiento.

3.10.3.3 Precio

Según la entrevista a expertos en el estudio de mercado los visitantes tanto nacionales como internacionales están dispuestos a pagar un promedio de RD\$1,000 a \$1,500 por 1 día incluida la estadía de una noche y las 3 comidas del día y con mayor tendencia a comprar un paquete turístico con todo incluido.

La política de precios que funcionaran para este proyecto serán las siguientes:

Por los servicios ofrecidos: El paquete turístico existente incluye transporte, alimentación, hospedaje, actividades ecoturísticas y agroturísticas, El objetivo es Implementarlo con otras alternativas de turismo como el aviturismo y el turismo de aventura.

Por el precio del mercado: dado que la comunidad se promociona con la estrategia de marca destino o marca sombrilla, la idea es que el precio de los lugares de interés, las actividades que se realicen y la prestación de servicio de alimentación y hospedaje sea equitativa entre sí, para que haya oportunidad para todos, destacando el valor agregado con el que cuenta cada lugar de la comunidad haciendo que sea diferente y único.

Los costes variables dependen de la actividad, si se realiza enteramente por la empresa o se subcontrata, suelen estar en un 20%, excepto en las rutas con vehículos que incrementan el coste por los consumos de gasolina y de monitores para conducir los vehículos, por lo que se estiman en un 40%.

Un elemento que forma parte de los costes variables es el seguro que firman los visitantes que realizan las actividades ecoturísticas y que les cubre en caso de accidente durante la práctica.

Los cobros suelen ser a través de tarjeta o transferencia, pero depende del tipo de cliente y de si ha contratado el servicio directamente o a través de una agencia de viajes.

Paquete turístico ofrecido por el CI-Atabey:

PRECIO / PERSONA: Desde RD\$2,500 (Precio Neto)⁴⁴

INCLUYE:

- Alojamiento 2 noches, 3 días en el Centro Ecoturístico, Centro Verde o casa rural
- Alimentación de los 3 días de estadía (platos típicos orgánicos) (2 desayunos, 3 almuerzos y 2 cenas)
- (6) Actividades ecoturísticas y agroturísticas (incorporar el aviturismo, el turismo de aventura)

⁴⁴

Precio neto- la agencia o entidad promotora colocará su comisión sobre este precio

- **Ecoturísticas:**
 - Cascada Río Bonito
 - Pico Loma Nalga de Maco
 - Cascada la Tayota
 - Río Naranjo
 - El paraíso
- **Agroturísticas:**
 - Finca Piso Verde
 - CREAR
 - Vivero
 - Invernaderos
- (2) Noche Cultural con un grupo típico de Río Limpio

NO INCLUYE:

- Transporte Santo Domingo /Río Limpio /Santo Domingo
- Bebidas en los diferentes alojamientos
- Alquiler de caballos

Este paquete turístico puede tener cambios y modificaciones según se vaya desarrollando el plan estratégico con el propósito de integrar más actores locales y más actividades de turismo de naturaleza.

3.10.3.4 *Distribución*

Actualmente no hay un Tour Operador Internacional que promueva el turismo sostenible en comunidades rurales en el exterior.

Las propuestas que tienen algunos Tour Operadores son de Circuitos (Excursión de varios días, por distintas zonas del país, alojándose en hoteles pequeños pero confortables). Uno es **DomRep Tours**.

Además de este, la empresa **Caribbean Tourist Services (CTS)** ofrecía a través de ITS quien hoy en día es **LTU Turistik** circuitos combinados con República Dominicana y Haití para el mercado Alemán. A pesar de ser productos diferentes en el mercado del todo incluido no tenían una alta demanda.

Actualmente los diversos Tour Operadores Internacionales ofrecen su producto todo incluido y no están apoyando las iniciativas sostenibles rurales, ya sea por desconocimiento o por falta de calidad estandarizada para sus clientes.

Las diversas propuestas de turismo rural del país, buscan representantes que les ayude a comercializarse como medida de opción para poder mejorar sus ventas. Esta persona es normalmente quien crea la estrategia de comunicación con los diversos proveedores de servicios.⁴⁵

Tour operadores especializados

- **DOMREP TOURS REPÚBLICA DOMINICANA** es una Agencia Receptiva extranjera joven y líder en la República Dominicana y fue diseñada por profesionales con experiencia de turismo de Europa en 2006, fundada por la legislación suiza. La dirección alemana-suiza continúa con su equipo profesional de éxito en el cuidado de los tour operadores medianos y pequeños con un toque personal y una clientela en el segmento de lujo o Premium. Esta agencia recibe cada 2 meses grupos pequeños para realizar los circuitos.
- **RAÍCES Agencia especializada** servicios especiales del turismo cultural, ecológico y de aventuras. Esta agencia ha trabajado de la mano con el CI-Atabey y estableció acuerdo de promoción para esta Estrategia de Ecoturismo con SOH. La agencia Raíces tiene convenio con la Agencia de viajes **Colonial Tours and Travel**.
- **Colonial Tour and Travel:** Tour Operador y Agencia de Viajes IATA en República Dominicana con experiencia con más de 10 años en el mercado. Son representantes de varias organizaciones internacionales Operadores Europeo y del Sur-Americanos en República Dominicana.
- **Centro Verde /Finlandia** este centro ecoturístico que se encuentra en Río Limpio realiza turismo humanitario, ecoturismo y agroturismo por medio de la ONG Ríode Pasos Ry (INC) y Luomura Ry (INC) que se encuentra en Finlandia y Bélgica.

Organizaciones e instituciones de Marketing promocional

- **El consorcio Dominicano de la Competitividad Turística (CDCT)** es una entidad que apoya la **Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)** para Agrupar a los Clúster Turísticos y otras instituciones vinculadas para fomentar la competitividad sostenible y la equidad en el sector turismo de la República Dominicana. Con su proyecto Dominican Treasures para la promoción de marketing, nacional e internacional.

Dominican Treasures Es una marca que representa a los productos y servicios turísticos dominicanos (producto del CDCT) que cumplen con estándares de calidad y sostenibilidad, basados en los criterios globales de turismo sostenible. Es un sello de confianza que garantiza a los clientes tener experiencias en proyectos únicos que

⁴⁵

Entrevista a experto: Gerald Galv. Lic. Administración Hotelera. Director Negocios MKT Sostenible.

practican la responsabilidad social y ambiental en sus negocios, ofreciendo servicios de alto nivel de calidad y atención personalizada.

- **El CI-Atabey** organización sin ánimo de lucro, pionera en el desarrollo del proyecto marca destino Río Limpio realizando su promoción y posicionamiento mediante alianzas con otras instituciones y medios de comunicación masivos.
- **MKT sostenible** Empresa de marketing que ofrece a sus clientes posicionamiento en el mercado nacional basándose en la preservación de los valores culturales, la conservación del medio ambiente y la productividad económica. Esta empresa de marketing hace énfasis en el desarrollo turístico sostenible de la República Dominicana.

3.10.4 Proyecciones de ventas

En los meses de febrero, marzo, octubre y diciembre son los de mayor actividad turística debido a que el clima es favorable para esta época del año. Las demás actividades como recorridos y guiados tienen el mismo porcentaje ya que estarán sujetas a un paquete turístico.

TABLA 10

Ventas proyectadas para el primer año de las actividades turísticas que se ofrecen según la estacionalidad

PROYECCIONES DE VENTAS PARA PRIMER AÑO DE OPERACIONES (%)

Concepto del ingreso / venta	MES ENE	MES FEB	MES MAR	MES ABR	MES MAY	MES JUN	MES JUL	MES AGO	MES SEP	MES OCT	MES NOV	MES DIC
Hospedaje	50%	100%	100%	70%	60%	50%	50%	50%	60%	100%	40%	100%
Desayunos	50%	100%	100%	70%	60%	50%	50%	50%	60%	100%	40%	100%
Comidas	50%	100%	100%	70%	60%	50%	50%	50%	60%	100%	40%	100%
Cenas	50%	100%	100%	70%	60%	50%	50%	50%	60%	100%	40%	100%
Guiado actividades agroturísticas	50%	100%	100%	70%	60%	50%	50%	50%	60%	100%	40%	100%
Cabalgatas	45%	95%	95%	35%	35%	25%	25%	25%	35%	95%	15%	95%
Guiado Actividades ecoturísticas	50%	100%	100%	70%	60%	50%	50%	50%	60%	100%	40%	100%
Actividades culturales	45%	95%	95%	45%	35%	25%	25%	25%	35%	95%	15%	95%

3.10.5 Presupuesto del Plan de Comercialización

El presupuesto de los materiales publicitarios del proyecto incluyen los medios y materiales que se pagarían en efectivo, los que no están dentro del presupuestos son los que se pueden conseguir de una forma gratuita o por intercambio como revistas especializadas o medios que tengan sección de medio ambiente.

TABLA 11

Detalle del presupuesto del material publicitario

DESCRIPCIÓN	Frecuencia	Gasto anual
Artículo de prensa	Mensual	0.00
Espacio en programas de radio y televisión - sección medio ambiente	Mensual	0.00
Folletos	Semestral	10,500.00
Impresión de las vallas publicitarias	Anual	33,000.00
Camisetas	Semestral	50,000.00
Gorras	Semestral	35,000.00
Spot Televisión	Anual	20,000.00
Web master redes sociales Internet	Mensual	5,000.00
Ferias comerciales	Semestral	30,000.00
Viáticos operadores turísticos y periodistas (Fam trips, talleres)	Trimestral	15,000.00
TOTAL		RD\$198,500.00

3.11 PLAN DE NEGOCIO

Este es un instrumento que permite concretar las estrategias del negocio, en este caso la estrategia de ecoturismo en términos técnicos, económicos, tecnológicos, ambientales y financieros, esta herramienta, argumenta tanto a corto como mediano plazo (ver fases en tabla 7) las acciones o proyectos sugeridos, las oportunidades de mercado que poseen y cómo está dotado de recursos tangibles e intangibles que le permitan la competitividad en el mercado y la introducción de efectos diferenciadores entre competidores y aliados.

La inversión se considera casi en su totalidad no reembolsable. Las fuentes de financiamiento son empresas privadas, públicas y algunas no gubernamentales que aportaran como donaciones.

3.11.1 Presupuesto detallado del plan de acción

El presupuesto detallado del plan de acción es un resumen de los objetivos estratégicos que cuentan con una cantidad determinada de productos o servicios que se necesitan para cada una de sus acciones o proyectos.

En la siguiente tabla 12 se detalla el presupuesto de las acciones o proyectos con su respectiva descripción económica. **(Ver anexo 7)**

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El resultado de este proyecto fue un proceso de planificación, de consulta y búsqueda de consenso con todos los miembros de la comunidad de Río Limpio vinculados directa o indirectamente con el sector turístico, detectando necesidades para que la estrategia de ecoturismo sea una realidad.

Actualmente hay proyectos reales en Río Limpio con muy buenas intenciones, pero no han podido ser desarrollados en su totalidad por falta de financiamiento, de apoyo de las instituciones, de infraestructuras, etc. Por las siguientes causas, se puede hablar de un subdesarrollo ecoturístico:

- Poca implicación de las Instituciones del gobierno: muchas de las organizaciones e instituciones que trabajan en Río Limpio no han llevado a cabo las tareas de mantenimiento de los caminos y señalización del PNNM.
- Ayudas económicas: escasez de ayudas que reciben los distintos propietarios de microempresas por parte del Gobierno, el Ayuntamiento y las distintas instituciones dedicadas al turismo.
- Falta de publicidad: desde el Ayuntamiento de Río Limpio, instituciones co-manejantes del área del PNNM, operadores de turismo especializados, así como centros ecoturísticos, no ofrece información suficiente para dar a conocer los recursos, tanto naturales como culturales. Del mismo modo, a nivel nacional e internacional, hay muy poca información y publicidad del PNNM.
- Falta de iniciativa: muchas veces los mismos propietarios de microempresas tienen en mente proyectos de futuro, pero no tienen iniciativa, no saben por dónde empezar, ni donde moverse para obtener ayudas. Finalmente, estos proyectos nunca llegan a realizarse. Éste problema viene de la falta de apoyo y acompañamiento de las instituciones que los capacitan o apoyan económicamente.

La valoración de los recursos y servicios turísticos realizada durante este proyecto ha permitido obtener unos valores cuantitativos (con significado cualitativo) para poder establecer una comparación entre ellos y conocer cuál es su estado real. Este valor incluye diversos parámetros, diferentes para los recursos y los servicios, con lo que permite compararlos por separado.

En el caso de los recursos turísticos, se detectaron 4 clases de turismo que se realizan en Río Limpio: el agroturismo, el ecoturismo, turismo de negocios y turismo humanitario, pero a su vez encontramos que se pueden realizar o aplicar otras dos clases de turismo que son parte del ecoturismo como son: Turismo de aventura y turismo de observación de aves o aviturismo, abriendo otros segmentos de mercado interesantes para esta región que generaran nuevas oportunidades de empleo.

El potencial es realmente elevado pero debido a algunos aspectos que necesitan mejorar, como la accesibilidad, la poca concientización ambiental en áreas protegidas o la falta de infraestructura se

obtienen resultados muy bajos. Eso quiere decir que se debe invertir en el lugar y en la mejora de sus condiciones, pues la calidad aumentaría notablemente.

Por lo que se refiere a los servicios, se puede decir que son aceptables, aunque necesitan grandes inversiones para poder llegar a ser competitivos en el mercado turístico, sobretodo en infraestructura e información al turista, que en la mayoría de los casos son los aspectos que disminuyen el valor cuantitativo.

Claro está que los servicios y recursos turísticos del PNNM en Río Limpio tienen un gran potencial y una gran oportunidad, pero deben tenerse en cuenta todos estos aspectos valorados para ir mejorando.

Una vez detectadas todas las problemáticas del PNNM en Río Limpio, se ha elaborado un plan de acción con la intención de que se ponga en práctica por las instituciones responsables y por los propios habitantes, una serie de acciones o proyectos viables para incentivar el turismo. Con estas propuestas, se trabajaría en aspectos importantes como la accesibilidad, desarrollo de productos eco y agro-turísticos, programas de capacitación de guías y de educación ambiental con la comunidad, asegurar y conservar las especies en peligro de extinción del PNNM, información al turista, servicios básicos, etc. Una vez llevadas a cabo las acciones o proyectos, Río Limpio se convertiría en un destino ecoturístico con fuerza competitiva frente a los parques nacionales de la República Dominicana y a su vez mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Los resultados que se esperan con este plan estratégico para la estrategia de ecoturismo o turismo de naturaleza es integrar el proyecto dentro de la marca destino Río Limpio como parte de su promoción, implementación y desarrollo de las acciones o proyectos propuestos con el objetivo de incrementar la afluencia de turistas de calidad, de la estancia y de las actividades que puede realizar. De esta manera, incrementarían los beneficios de los propietarios de los negocios turísticos, pudiendo reinvertirlos para seguir mejorando.

El desarrollo turístico o ecoturístico de Río Limpio, dependerá de la voluntad de sus actores, del trabajo en equipo, de nuevos líderes, de la creatividad y de la innovación, pero sobre todo ser capaces de adaptarse a los cambios radicales del entorno, de los visitantes, de los mercados, sin estos elementos será más difícil tener destinos y productos de calidad, maduros, que perduren y sean admirados por todos.

BIBLIOGRAFÍA

Fundación Frontera Futuro, *“Acuerdo de co-manejo para la administración del Parque Nacional Nalga de Maco - República Dominicana”* Agosto, Santo Domingo, 2000.

Censo de Uso de la Tierra en el Parque nacional Loma de Nalga de Maco, *Procesamiento y Análisis estadístico*, Saulo A. De Jesús B. Santo Domingo, 2002.

Adriana Mora, *“Proyecto Cambio uso del suelo”*. Programa del Promaren, Fundación Frontera Futuro, Santo Domingo, 2009

Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), *“Perfil Elías Piña: Perfil Socio-demográfico Provincia”*, Santo Domingo, 2008.

Oficina Nacional de Planificación (ONAPLAN), *“Atlas de la Pobreza en la República Dominicana”*, Santo Domingo, 2005.

Oficina Nacional de Estadísticas, *VIII Censo 2002*. 2002

Oficina Nacional de Planificación (ONAPLAN), *mapa de pobreza*. Santo Domingo. 2002

Atlas del hambre de la República Dominicana, *Programa mundial de alimentos*. Santo Domingo. 2007

Ministerio de Agricultura, *Reconocimiento y Evaluación de los recursos naturales en Loma de Maco*, República Dominicana. 1992

Oficina Nacional de Planificación (ONAPLAN). *Informe General: Focalización de la Pobreza en la República Dominicana*. Santo Domingo, Julio 2005.

Centro de Innovación Atabey: *“Proyecto de marca destino Río Limpio”* www.centroatabey.org

Río Limpio: www.riolimpio.com.do

Centro Verde: www.riolimpio.info

Oficina Nacional De Planificación: www.onaplan.gov.do

Oficina Nacional De Estadísticas: www.one.gov.do

GRAN CAFÉ. Grupo de Desarrollo Rural Nacional (GRAN): www.grancafe.org.do

Consorcio Dominicano de Competitividad Turística (CDCT): www.turismocdct.org

Organización Mundial del Turismo (OMT): www2.unwto.org

Dominican Treasures: www.dominicantreasures.com,

Eco Guía Dominicana: www.ecoguiadominicana.com

Livio.com República Dominicana: www.livio.com

C. Cunha Costa, I. S. Sobral Oliveira y L. Jane Gomes (2010) *“Percepción ambiental como estrategia para el ecoturismo en unidades de conservación”* Universidad Federal de Sergipe Brasil. Disponible en:

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322010000600014&script=sci_arttext.

Consulta: el 16 de abril de 2013

Yaniris Lopez (2010) *“Río Limpio espera camino que impulse su desarrollo”* Artículo/ Periódico Listín Diario - República Dominicana. Disponible en: <http://www.listindiario.com/la-República/2010/1/9/127552/Rio-Limpio-espera-camino-que-impulse-su-desarrollo>. Consulta:

el 13 de marzo de 2013

Alen Peña (2010) *“Río Limpio es manantial de belleza dentro de Elías Piña”* Artículo / Acción Verde- República Dominicana. Disponible en: <http://www.accionverde.com/tag/rio-limpio/>

Consulta: 13 marzo de 2013

Domingo Contreras, Adriana Mora (2011) *“Río Limpio cuna de producción orgánica en la República Dominicana”*, Artículo / Periódico El Día - República Dominicana. Disponible en:

www.eldia.com.do/-vida-y-estilo/-2011/-4/-28/-51365/-Rio--Limpio--cuna--de--la

[-producción--orgánica--en--República--Dominicana](http://www.eldia.com.do/-vida-y-estilo/-2011/-4/-28/-51365/-Rio--Limpio--cuna--de--la). Consulta: el 16 de marzo de 2013

Congreso Nacional, *“Ley sectorial de áreas protegidas 202-04”* Documento de la UNESCO. Disponible en:

http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/dominicanrepublic/repdom_areasprotegidas_spaorof.pdf. Consulta: 17 de abril 2013

Constitución de la República Dominicana, Ley No. 36-92 que constituye la Provincia Elías Piña, la cual estará integrada por los Municipios de Comendador, Bánica, El Llano, Hondo Valle y Pedro Santana. Disponible en:

http://daduye.com/leyes/ley36-92_contituye_la_provincia_elias_pina.html. Consulta: 17 de abril 2013

Ministerio de Turismo, Resolución No. 002 del 2012 - DPP. Disponible en:

http://dppsectur.gov.do/uploads/BASE_LEGAL/RESOLUCIONES/RES_2012_002.pdf. Consulta:

17 de abril de 2013

Antiguo Centro Interamericano de Capacitación Turística, asociado a la Organización de Estados Americanos (OEA). Referencia de la tabla para el inventario turístico. CICATUR-OEA. Disponible en:

<http://es.slideshare.net/EvelinRomina/cicatur-oea>. Consulta: 17 de abril de 2013

Ministerio de Agricultura, Oficina de Control Agricultura Orgánica, *“Logros Alcanzados por la República Dominicana en Agricultura Orgánica: Enfoque Socioeconómico y de Sostenibilidad”*

Disponible en:

<http://www.agricultura.gob.do/media/3419/Agricultura%20Organica%20Enfoque%20Socioeconomico%20y%20de%20Sostenibilidad.pdf>. Consulta: 16 de abril de 2013

Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), *Programas de intercambio, CIEE: Council on International Educational Exchange. Santiago, República Dominicana.* Disponible en:

<http://www.pucmm.edu.do/RSTA/ACADEMICO/DECANATOESTUDIANTES/ESTINTERNACIONALES/Paginas/default.aspx>. Consulta: 19 de abril de 2013

Introducción a la Pedagogía de la Escuela Waldorf *“Salud y Música”*. Disponible en: www.saludymusica.org/download/pedagogia_waldorf.pdf. Consulta: 19 de abril de 2013

Lucrezia Lopez, *“Benchmarking y su Aplicación en Turismo”*, Revista de Estudios Politécnicos. Tékhne, 2010, Vol. VIII, n°14. Disponible en:

www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n14/n14a12.pdf. Consulta: 20 de abril de 2013

Organización Mundial del Turismo OMT, *“Apuntes de Metodología de la investigación en turismo”*. 1° Edición. Diciembre 2001. Disponible en:

<http://www.uv.es/garciagr/pdf/AMIT.pdf>. Consulta: 30 de abril de 2013

Marvin Blanco M. *“Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio”* Documento producido en el marco del Convenio de colaboración entre IICA Costa Rica y el Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR). San José, Costa Rica Noviembre, 2008. Disponible en:

<http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documents/Costa%20Rica/M.%20Gu%C3%ADa%20turismo%20territorio.pdf>. Consulta: 18 de mayo de 2013

Programa Parques en Peligro. *Plan estratégico 2004 – 2007.* Planes de acción 2004 – 2006. Comité de ecoturismo. Oyacachi. Ecuador. Disponible en:

http://www.paramo.org/files/recursos/ecot_oyacachi.pdf. Consulta: 22 de mayo de 2013

ANEXO I. AGENDA DEL TALLER

PROYECTO: Ejecución de una estrategia basada en turismo de naturaleza en el Parque Nacional Nalga de Maco – Río Limpio

OBJETIVO: Establecer un plan estratégico de ecoturismo con énfasis comunitario para el del Parque Nacional Nalga de Maco y las zonas de amortiguamiento alrededor del mismo, desarrollando productos eco y agroturísticos, programas de capacitación de guías y programas de educación ambiental con las comunidades y propietarios de tierras.

PRESENTADO POR: *Sociedad Ornitológica de la Hispaniola en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente, Fundación CI- Atabey y Fundación Frontera Futuro.*

FECHA: Sábado 23 de Febrero de 2013

LUGAR: **CREAR** “Río Limpio”

No. DE PERSONAS: 19

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES: Líderes comunitarios y grupos activos de la comunidad

AGENDA:

- 9:30 AM** Registro de Participantes
- 10:00 AM** Bienvenida a los Participantes (palabras de Jorge Brocca y Carolina Mora) /presentación de los participantes
- 10:30 AM** Presentación de los objetivos del taller
- 11:00 AM** Definición de turismo de naturaleza
- 12:00 AM** Video de experiencia exitosa de turismo rural comunitario
- 12:30 M** Descanso
- 1:00 PM** Trabajo en grupo: “Problemas encontrados en la preparación / ejecución de proyectos de ecoturismo en Río Limpio”
- 2:00 PM** Contestar cuestionario sobre análisis de la situación actual de Río Limpio “Las condiciones necesarias del ecoturismo en Nalga de Maco y las posibilidades de crearlas”
- 2: 30 PM** Final del taller

ANEXO II. PARTICIPANTES AL TALLER



TALLER: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO “ESTRATEGIA PARA EL ECOTURISMO EN EL PARQUE NACIONAL NALGA DE MACO - RÍO LIMPIO 24 feb. /13

NOMBRE Y APELLIDO	INSTITUCIÓN / GRUPO	E-MAIL	TELÉFONO
ROCADIS CONTRERAS	GUÍA TURÍSTICO	elkechon@hotmail.com	829-7297643
YENY ESTHER VENTURA	ESTUDIANTE UASD	yenny.esther@hotmail.com	829-9267260
HIYO SÁNCHEZ RAMÍREZ	CREAR	jasdi23@hotmail.com	809-8860422
RONALD WLADIMIR R	CREAR		809-9026790
JUAN TOMÁS ARNO	MARENA	Jjuantomasarnaud@hotmail.com	829-5685008
RUDELVI A. VALENZUELA	CREAR	rudelvi_25@hotmail.com	829-5804765
LUCIO TORIBIO GUZMÁN	BENEFICIARIO INVERNADERO		829-5593235
BETHANIA ALCÁNTARA	CREAR	beta112101@hotmail.com	829-6040725
GREGORIA GUZMÁN	ARTESANA		
SANTO ESPINAL	AYUNTAMIENTO RÍO LIMPIO		
SENÓN DE JESÚS TEJADA	AYUNTAMIENTO RÍO LIMPIO	senontf@hotmail.com	829-5856510
FÁTIMA FRANCO	GIZ	fati_franco@hotmail.com	809-6691418
OBISPO DE LA ROSA	MARENA	ovispo.rosa@hotmail.com	829-5777224
PEDRO VENTURA	SEDDIEL (Centro Ecoturístico)	pedroventura_77@hotmail.com	
ENMANUEL VENTURA	ARTISTA (Grupo musical)		
MARCELO GUZMÁN	COOPERATIVA		809-8636059
RAMÓN EMILIO VALENZUELA	CREAR		809-8171101
LAURA TEJADA	ESTUDIANTE		
MÁXIMO TEJADA	AYUNTAMIENTO RÍO LIMPIO		809-9944959
AQUILINO FRANCO	FINCA PISO VERDE	Pisoverdekelly@hotmail.com	829-5620241
FRANCISCO GUZMÁN	COMITÉ DE DESARROLLO	Fgt28@hotmail.com	809-2839413
LEONIDAS MORA GUZMÁN	COOPERATIVA ZONA VERDE	coopzoverde@gmail.com	829-5777118
MARÍA VALENTINA TORIBIO	CENTRO DE MADRES	m.valentinariolimpio@gmail.com	829-4506521
PLÁCIDA MERCEDES PERALTA	IGLESIA ASAMBLEA DE DIOS		829-3019182
JOSÉ IGNACIO GUZMÁN	CTC RÍO LIMPIO	Papolo19761976@hotmail.com	829-8866012
RIVERA MORA	ARTE RIVER	rivermora@gmx.net	829-5080808
DIGNORA ESPINAL	GRUPO COMUNITARIO		
DAVID JAVIER VALENZUELA	ASOCIACIÓN SAN JOSÉ		829-5620693

ANEXO III.
**Cuestionarios de la situación actual de Río Limpio
realizados en el taller por los actores locales**

**ANEXO IV. PRESENTACIÓN DEL TALLER
“TURISMO DE NATURALEZA”**

ANEXO V. FOTOS RÍO LIMPIO

ANEXO VI. Tabla 9.

Plan de acción para la estrategia de ecoturismo

Los cuadros sombreados de color gris, son las acciones o proyectos de capacitaciones con los actores locales de Río Limpio

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1.**MEJORAR LAS INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS BÁSICOS DE RÍO LIMPIO PARA EL TURISMO**

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
1.1. MEJORA DE LA CONECTIVIDAD TERRESTRE	1.1.1. Continuidad de la construcción y mantenimiento de la carretera principal para entrar a Río Limpio desde el Km 14 y rutas de acceso a los principales atractivos turísticos de la zona.	<ul style="list-style-type: none">– MOPC46– Ayuntamiento de Río Limpio	Inversión a cargo de MOPC	<ul style="list-style-type: none">– MOPC*– Ayuntamiento de Río Limpio– Ayuntamiento de Restauración	****		
	1.1.2. Fomento de transporte público urbano y rural para Río Limpio y sus zonas aledañas hasta sus principales atractivos turísticos.	<ul style="list-style-type: none">– Ayuntamiento de Río Limpio	Inversión a cargo de concesión de línea de transporte	<ul style="list-style-type: none">– Concesión de línea de transporte público*– Ej. Caribe tour o transporte turístico privado– Ministerio de Turismo	****		
	1.1.3. Señalización turística desde el km 14 (entrada a Río Limpio y zonas aledañas) y todos los atractivos turísticos, utilizando la marca gráfica de Río Limpio como respaldo, al igual que zafacones (botes de basura) para colocar en el pueblo.	<ul style="list-style-type: none">– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales– Ministerio de Turismo– Ayuntamiento de Río Limpio– CI-Atabey	\$212,400	<ul style="list-style-type: none">– BID47 *– FOMIN*– Ministerio de Turismo– USFS48*– SOH	***		

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
1.2. MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	1.2.1. Reconstrucción y remodelación de la infraestructura de 3 cabañas y el restaurante que se encuentran en el CREAM.	– CREAM	\$10,533,574	– BID* – FOMIN* – Ministerio de Turismo – PPS-SGP49* – IAF50 * – SOH	**		
	1.2.2. Construcción de un museo comunal como lugar cultural para la población local y el visitante.	– Ayuntamiento de Río Limpio – CI-Atabey – FFF	\$5,579,711	– BID* – FOMIN* – Ministerio de Turismo* – PPS-SGP* – IAF* – SOH	**		
	1.2.3. Remodelación y mejora de las instalaciones del Centro Ecoturístico Nalga de Maco.	– Centro Ecoturístico Nalga de Maco – CI-Atabey	\$5,080,000	– BID* – FOMIN* – Ministerio de Turismo* – PPS-SGP* – IAF * – SOH	****		
	1.2.4. Construcción del sendero ecoturístico, adecuación, rehabilitación y cartelería (Cascada Río Bonito)	– CI-Atabey – ABC51 – SOH	\$ 255,000	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Ministerio de Turismo – Comisión Europea* – CEPF*52 – Cooperación Técnica Alemana GIZ* – SOH	****		

⁴⁹ PPS-SGP. Programa de Pequeños Subsidios (República Dominicana) del Fondo para el Medio Ambiente Mundial

⁵⁰ IAF. Inter American Foundation

⁵¹ ABC. American Bird Conservancy

⁵² CEPF. Critical Ecosystem Partnership Fund

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
1.2. MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	1.2.5. Incorporar el turismo de aventura: - Caminatas - Cabalgatas - Parapente - Ciclomontañismo - Canopy - Rappel	- Ministerio de Turismo	- Inversión a cargo de empresas especializadas en turismo de aventura - Asistencia técnica	- Concesión de empresas especializadas en turismo de aventura* - CDCT*	**		
	1.2.6. Ofrecer a los visitantes todo el equipo necesario y básico para poder acampar dentro del parque y en una zona del Centro Ecoturístico Nalga de Maco.	- CI-Atabey - FFF - ABC - SOH	\$31,200	- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ministerio de Turismo - PPS-SGP* - BID* - CEPF*	***		
1.3. MEJORA DE OTROS SERVICIOS BÁSICOS PÚBLICOS	1.3.1. - Mejoramiento de los sistemas de comunicación como Internet, telefonía fija y móvil para la realización de la comercialización de sus productos y servicios. - Antena parabólica.	- Ayuntamiento de Río Limpio - INDOTEL - CI-Atabey - FFF	\$20,000	- MOPC* - Ayuntamiento de Río Limpio - INDOTEL53 (FDT)54* - Orange* - Codetel* - Claro* - Viva* - Tricom* - FFF	****		

⁵³ INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones

⁵⁴ FDT. Fondo para el Desarrollo de la Telecomunicaciones del INDOTEL

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
1.3. MEJORA DE OTROS SERVICIOS BÁSICOS PÚBLICOS	1.3.2. - Fomentar el uso de energías renovables en la comunidad como: energía solar, eólica y gas natural, y realizar la Instalación de calentadores solares para las cabañas del Centro Ecoturístico, el Centro Verde y los próximos proyectos de hospedaje para mejorar las condiciones de vida del turista. - Paneles solares. - Equipo de gas natural.	- Ayuntamiento de Río Limpio - CI-Atabey - FFF - SOH	\$340,000	- CNE55* - BID* - FOMIN* - PPS-SGP* - Tropigas* - SOH	****		
	1.3.3. Capacitación de Manejo de residuos sólidos, sensibilización para la separación en origen, servicio de recogida selectiva, transporte y reciclaje, realizando la campaña "Cambia de hábitos y no de Ambiente".	- CI-Atabey - CEDAF56	\$26,700 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ministerio de Educación - Ministerio de Salud Pública - CI-Atabey - BID* - FOMIN* - CEDAF - ECORED57	****		
1.4. CABAÑA DE PRIMEROS AUXILIOS	1.4.1. Seleccionar un lugar adecuado cerca al parque o atractivos naturales en donde se construirá la cabaña de primeros auxilios, que ayudará a atender cualquier emergencia suscitada durante la visita de los turistas.	- Ministerio de Salud Pública - Ayuntamiento de Río Limpio - CI-Atabey	\$1,640,000	- Ministerio de Salud Pública - BID* - FOMIN* - PPS-SGP*	***		

⁵⁵ CNE. Comisión Nacional de Energía

⁵⁶ CEDAF. Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal

⁵⁷ ECORED. Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
1.4. CABAÑA DE PRIMEROS AUXILIOS	1.4.2. - Equipar a cada guía turístico o guardaparque con un botiquín de primeros auxilios que contenga los instrumentos necesarios para atender cualquier emergencia durante los diferentes recorridos que se hacen dentro y fuera del parque. - Botiquín para 10 personas en caja plástica portátil para 5 guías.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF - ABC - SOH 	\$4,000	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Salud Pública - Laboratorios farmacéuticos* como: SANOFI-AVENTIS, PHARMATECH, ABBOTT República Dominicana - CEPF* 	****		
	1.4.3. Asignar a una persona especializada en primeros auxilios para que permanezca en la cabaña.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Salud Pública 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano⁵⁸ - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuntamiento de Río Limpio 	***		
	1.4.4. - Establecer alianzas estratégicas con empresas farmacéuticas y empresas que vendan implementos médicos para su donación. - Medicamentos. - Equipo básico para equipar cabaña de primeros auxilios.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey 	\$51,650	<ul style="list-style-type: none"> - Laboratorios farmacéuticos* como: SANOFI-AVENTIS, PHARMATECH, ABBOTT República Dominicana - Supermed Equipos Médicos* SRL* - Bp Medical* 	***		

⁵⁸ Asistencia técnica por parte del personal de las fuentes de financiamiento propuestas.

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2.

MEJORAR DEL ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL DE RÍO LIMPIO

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
2.1 PLANEAMIENTO URBANO	2.1.1. Mejora de Imagen Urbana: Promover espacios verdes y públicos (plazas, zonas verdes, etc.)	- Ayuntamiento de Río Limpio	Inversión a cargo del Ayuntamiento de Río Limpio en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	- MOPC* - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - BID*	***		
	2.1.2. Incentivar a la comunidad a pintar la fachada de sus casas y la construcción de jardines afuera de sus casas. - 200 casas. - Cada fachada de la casa se lleva un aproximado de 2 galones.	- Ayuntamiento de Río Limpio - CI -Atabey - FFF	\$ 400,000	- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Pinturas Tropical* - Pinturas Popular* - MOC P - SOH	***		
	2.1.3. Regulación y adecuación de la colocación de la publicidad estática en la zona. Circuitos turísticos, cartelería, vallas publicitarias, etc.	- Ayuntamiento de Río Limpio	- Capital Humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	- Ayuntamiento de Río Limpio - CI-Atabey	***		

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 3.
MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL Y POTENCIAL DE RÍO LIMPIO

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
3.1 DESARROLLO DEL TURISMO ECOLÓGICO (ECOTURISMO) Y OBSERVACIÓN DE AVES (AVITURISMO)	3.1.1. Entrenamiento de guías: - Orientación e información profesional. - Patrimonio turístico, cultural y atractivos naturales. - Servicios de asistencia.	- SOH - ABC	\$ 50,000	- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ministerio de Turismo - Comisión Europea* - CEPF*59 - Cooperación Técnica Alemana GIZ* - SOH	****		
	3.1.2. Puesta en valor para la observación de aves (en especial de la cúa) del PNNM y zonas aledañas.	- CI-Atabey - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	\$ 50,000	- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ministerio de Turismo - PPS-SGP* - BID* - Tody Tours - CBT* - USFWS* - USFS* - USAID60* - SOH	***		

⁵⁹ CEPF. Critical Ecosystem Partnership Fund

⁶⁰ USAID. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
	3.1.3. Apoyo a diversos proyectos de instalaciones y servicios recreativos para mejorar y diversificar la visita en coordinación con la administración del PNNM.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - FFF - CBT 	<ul style="list-style-type: none"> - Inversión a cargo de Ministerio de Medio Ambiente y Ministerio de Turismo - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ministerio de Turismo - PPS-SGP* - BID* - CBT 	**		
3.2. DESARROLLO DEL TURISMO DE AVENTURA	3.2.1. Actividades de aventura y de turismo activo en la zona para dar más alternativas al visitante.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF - CDCT 	Técnico especialista en turismo de aventura visitará el destino y hará presupuesto de acuerdo a las actividades que se puedan realizar	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - BID* - PPS-SGP* - USAID* 	**		

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
3.2. DESARROLLO DEL TURISMO DE AVENTURA	3.2.2. Adecuación de senderos para trekking ⁶¹ dentro del PNNM.	<ul style="list-style-type: none"> - SOH - CI-Atabey - FFF - ABC 	Técnico especialista en turismo de aventura visitará el destino y hará presupuesto de acuerdo a las actividades que se puedan realizar	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - BID* - PPS-SGP* - USFS* - USAID* 	***		
	3.2.3. Campamentos de técnicas primitivas y de supervivencia en áreas naturales (productos de turismo extremo). Definiendo capacidades de carga y eligiendo la ubicación más adecuada en función de criterios operativos y ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - CI-Atabey - FFF 	Técnico especialista en turismo de aventura visitará el destino y hará presupuesto de acuerdo a las actividades que se puedan realizar	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - BID* - PPS-SGP* 	**		

⁶¹ Trekking. Recorrido de rutas a pie, tienen lugar en montañas, montes, bosques, selvas, costas, desiertos, cavernas, cañones, ríos, y su duración puede variar de unas horas hasta varios días, combinándose con la acampada.

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
	3.2.4. Seguro para los turistas que realicen actividades de turismo activo y deportivo que, entre otros servicios, cubra los gastos de rescate y traslado a centro hospitalario.	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - CI-Atabey - FFF 	Técnico especialista en turismo de aventura visitará el destino y hará presupuesto de acuerdo a las actividades que se puedan realizar	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - Centro Verde - Centro Ecoturístico Nalga de Maco 	****		
3.3. DESARROLLO DEL TURISMO HUMANITARIO, SOLIDARIO O VOLUNTARISMO	3.3.1. Incentivar e incrementar esta alternativa de turismo que se realiza en Río Limpio al Centro Ecoturístico Nalga de Maco ya que es promovida solo por Centro Verde/Finlandia.	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - CI-Atabey 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde / Finlandia - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Ministerio de Turismo - CDCT62 - Agencia Especializada Raíces - Colonial Tours and Travel - GVC ITALIA63 	***		
	3.3.2. Ofrecer otra alternativa de realizar turismo para el visitante extranjero desarrollando actividades o programas como: trabajos manuales o de construcción, enseñanza o cuidado de niños, incluyendo también actividades ambientales de conservación del medio o la fauna.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - Centro Verde - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Actores locales 	\$41,400 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde / Finlandia - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - CDCT* - Agencia Especializada Raíces* - Colonial Tours and Travel - SOH - GVC* 	***		

⁶² CDCT. Consorcio Dominicano de competitividad Turística

⁶³ GVC. Grupo de Voluntarios Cristianos. Italia

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
3.4. DESARROLLO DEL TURISMO RURAL (AGROTURISMO)	3.4.1. Apoyo a proyectos de agroturismo orgánico en la zona e incentivarlos para que en sus proyectos se incorpore el agroecoturismo ⁶⁴ .	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF - Finca Piso Verde 	\$38,700 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - PPS-SGP* - BID* - Ministerio de Agricultura - Ministerio de Turismo - OEA/Aula Virtual de Las Américas/Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - CDCT - USFS* 	**		
	3.4.2. Conseguir mayor participación, asesoramiento y promoción de las casas de familia para esta modalidad de alojamiento (Casa Rural).	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF 	- Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - PPS-SGP* - BID* - Ministerio de Agricultura - Ministerio de Turismo - OEA / Aula Virtual de Las Américas / Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura⁶⁵ 	**		
3.5. DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL	3.5.1. Adecuación de un área cultural para la promoción y venta de los productos que se encuentran en Río Limpio como: artesanías, productos orgánicos (café, hortalizas, compost, dulces, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF - Ayuntamiento de Río Limpio 	- Capital humano - Apoyo técnico	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Cultura - Ayuntamiento de Río Limpio - Microempresarios Río Limpio 	****		

⁶⁴ Agroecoturismo. <http://brenesf88.wordpress.com/2009/10/27/%C2%BFque-es-agroecoturismo/>

⁶⁵ http://www.educoas.org/porta/ineam/cursos_2011/AGRO-E106_11.aspx

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
3.6. DESARROLLO DEL TURISMO DE NEGOCIOS	3.6.1. Apoyo a una programación de eventos regulares a lo largo del año de actividades culturales, deportivas, ferias, congresos y otras, de carácter nacional e internacional: Festival de la cultural Río Limpio, Gastronómico, Concurso de Esculturas de madera, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - CI-Atabey - FFF 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano (Venta de boletas para actividades o paquete turístico) 	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde / Finlandia - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Ministerio de Turismo - CDCT - Microempresarios Río Limpio 	***		
	3.6.2. Aprovechar a grupos y visitantes de instituciones y ONGs que van a reuniones, congresos, convenciones y eventos a Río Limpio y ofrecerles un paquete turístico donde combinen su trabajo con actividades.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF - Centro Verde - Centro Ecoturístico Nalga de Maco 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano (Venta de boletas para actividades o paquete turístico) 	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde / Finlandia - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Actores locales - CDCT - CI-Atabey - Agencia Raíces 	***		
3.7. SEGURIDAD DEL VISITANTE Y ACTUACIÓN FRENTE A EMERGENCIAS	3.7.1. Servicio telefónico 24 horas (telefonía fija) para los centros ecoturísticos y los turistas.	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuntamiento de Río Limpio - INDOTEL - CI-Atabey - FFF 	<ul style="list-style-type: none"> - Inversión por parte de instituciones del gobierno - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - MOPC* - INDOTEL* 	****		
	3.7.2. Elaboración del mapa municipal de áreas de mayor riesgo para visitantes y residentes y elaboración y difusión de recomendaciones para la circulación por ellas, y para la circulación nocturna.	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuntamiento de Río Limpio 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuntamiento de Río Limpio - Ministerio de Turismo 	****		

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
3.8. MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL CENTRO ECOTURÍSTICO NALGA DE MACO	3.8.1. Reestructuración administrativa y certificación de calidad del Centro Ecoturístico para mejorar el servicio al cliente como: mejora de las instalaciones, jardines, sistema de iluminación y calefacción, alimentación, limpieza, confort de las habitaciones, atención al cliente y aprovechamiento de las zonas verdes para realizar actividades.	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Centro Verde - CI-Atabey - FFF 	Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - PPS-SGP* - CDCT - SOH 	****		
3.9. CAPACITACIÓN DE LOS SERVICIOS ESENCIALES QUE OFRECEN LOS ACTORES LOCALES	3.9.1. Capacitar a los actores locales en desarrollar un plan de negocios para la actividad que realizan para mejores prácticas en el ofrecimiento del servicio. De igual modo capacitarlos en el Manejo apropiado de alimentos y bebidas de la región, historia y evolución de la gastronomía nacional y local, presentación de diferentes platillos y bebidas, excelencia y calidad en el servicio.	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Centro Verde - CI-Atabey - FFF 	\$41,400 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - PPS-SGP* - CDCT - Ministerio de Turismo - SOH 	****		

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 4.

MEJORAR LA CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS LOCALES DISPONIBLES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
4.1. SISTEMA EDUCATIVO	4.1.1. Promover y coordinar la incorporación de componentes turísticos en el sistema curricular de educación primaria y secundaria (nivel inicial de conocimiento de recursos naturales y culturales locales, importancia del turismo para la comunidad, relación con el turista, idiomas, etc.), incluyendo aspectos prácticos como excursiones a los sitios turísticos y posibilidad de que los alumnos realicen pasantías relacionadas con turismo inmediatamente antes de egresar de la escuela secundaria (ej. prácticas en centros de información turística, participación en visitas guiadas a sitios turísticos, atención al público en centros de recepción de visitantes de áreas protegidas, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Educación - CI-Atabey 	\$38,700 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - PPS-SGP* - CDCT - Ministerio de Educación 	***		
	4.1.2. Promoción y apoyo a los estudios específicos en turismo y el desarrollo de tesis, investigaciones, etc. con componentes de turismo sostenible en las universidades y demás instituciones del sistema educativo.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio de Educación - CI-Atabey 	Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - PPS-SGP* - CDCT - Ministerio de Turismo - Ministerio de Educación - CI-Atabey - FFF 	***		

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
4.2. SECTOR PÚBLICO	4.2.1. Capacitación como informantes turísticos – conocimientos básicos en idiomas, atención al público, oferta turística local, etc.- a personal de instituciones públicas, policías, guardaparques etc., que frecuentemente están en contacto con el visitante.	– Ministerio de Turismo – CI-Atabey – FFF	\$44,100 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– BID* – PPS-SGP* – CDCT – Ministerio de Turismo	***		
4.3. SECTOR PRIVADO	4.3.1. Impulsar y proporcionar capacitación de calidad, continuada y eficientemente coordinada, para oferentes, empleados y actores de servicios turísticos, con instructores idóneos, en temas y oficios que respondan a las necesidades reales del sector, en: atención al público, idiomas, recursos turísticos locales, gerencia de empresas, prestación de servicios turísticos – operación turística, alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, contabilidad, etc.- y acceso al mercado –promoción y comercialización-.	– Ministerio de Turismo – CI-Atabey	\$46,800 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– BID* – PPS-SGP* – CDCT – Ministerio de Turismo – FFF	***		
4.4. GUIAS Y GUARDAPARQUES	4.4.1. Uso, control y mantenimiento de armas dentro del Parque Nacional.	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	- Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	***		
	4.4.2. Entrenamiento y certificación para los guías turísticos o guarda parques del Parque Nacional Nalga de Maco, considerada área protegida.	– CI-Atabey – FFF – Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	- Inversión por parte de instituciones del gobierno - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales* – BID – PPS-SGP – CDCT – SOH	***		

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
4.4. GUIAS Y GUARDAPARQUES	4.4.3. Capacitación en primeros auxilios básicos para guías dentro del PNNM y en los diferentes atractivos naturales.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - CRUZ ROJA 	\$38,700 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - BID* - PPS-SGP - CDCT - CI-Atabey - CRUZ ROJA* 	***		
	4.4.4. Curso básico de inglés para guías y guardaparques.	<ul style="list-style-type: none"> - CUERPO DE PAZ - CI-Atabey 	\$41,400 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - CDCT - Ministerio de Turismo - Agencia Raíces - CUERPO DE PAZ* 	***		

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 5.
INCORPORAR A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DEL TURISMO

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
5.1. CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA	5.1.1. Campañas de concientización para “generar” sentimiento de pertenencia y afecto al lugar entre los habitantes de la comunidad local y el visitante, así como el cuidado de las especies en peligro de extinción y el cuidado de las áreas protegidas.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF - ABC - CBT - SOH 	\$34,800 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - CDCT - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Agencia Raíces - SOH 	**		
	5.1.2. Campañas de concientización a la comunidad local en el valor social, económico y ambiental de la actividad turística y en la importancia de la hospitalidad y trato amable al turista.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - FFF 	\$44,100 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - CDCT - Ministerio de Turismo - Agencia Raíces - USAID* 	**		

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 6.**PRESEVAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE RÍO LIMPIO**

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
6.1. SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LA POBLACIÓN	6.1.1. Plan de sensibilización a la comunidad para el respeto, conservación e identidad con el patrimonio cultural y natural, que incluya campañas de difusión de mensajes en los medios locales y actividades que impliquen un mayor conocimiento y valoración del patrimonio.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - Ayuntamiento de Río Limpio 	Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - CDCT - SOH 	***		
6.2. MEDIO AMBIENTE	6.2.2. Efectividad de la inspección/control y sanción para el cumplimiento de toda la normativa ambiental, especialmente de la normativa en evaluación ambiental de los proyectos de construcción de obras.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ayuntamiento de Río Limpio 	Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - SOH 	***		
6.3. ÁREA PROTEGIDA	6.3.1. Fomento e impulso de usos turísticos y recreativos sostenibles en el área protegida (cuando el turismo sea actividad permitida).	<ul style="list-style-type: none"> - SOH - CI-Atabey - FFF 	Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - CDCT - SOH 	***		

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 7.**FORTALECER EL ROL TURÍSTICO DEL SECTOR PÚBLICO LOCAL**

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
7.1. COORDINACIÓN ENTRE ORGANISMOS PÚBLICOS RELACIONADOS CON EL TURISMO	7.1.1. Establecer y consolidar mecanismos regulares de relación y coordinación entre las diferentes administraciones públicas involucradas, directa o indirectamente, en turismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - CI-Atabey 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ayuntamiento de Río Limpio - Universidad autónoma de Santo Domingo 	**		
7.2. INFORMACIÓN TURÍSTICA	7.2.1. Adecuar un área para un Centro de Información Turística al Visitante, que incluya un centro de documentación, área expositiva amplia con fotos y prospectos de todos los productos turísticos, acceso a Internet, información de todo el municipio, material informativo actualizado y horarios de todas las actividades turísticas con una persona encargada de dar la información necesaria del lugar.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - CI-Atabey 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ayuntamiento de Río Limpio - CDCT - USFS 	***		

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 8.

INCENTIVAR A LOS ACTORES LOCALES A INTEGRARSE AL TURISMO LOCAL

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
8.1. FOMENTO A LAS MIRCROEMPRESAS Y PROYECTOS TURÍSTICOS LOCALES	8.1.1. Promover iniciativas económicas, generadoras de empleo e ingreso, fomentando el agroturismo y así, de esta manera, incentivarlos para que consuman sus propios productos.	– CI-Atabey	- Apoyo técnico (Asistencia técnica) - Presupuesto del proyecto de agroturismo de cada actor local	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – BID* – PPS-SGP* – CI-Atabey	***		
	8.1.2. Desarrollar curso, intercambio y equipamiento a los jóvenes artesanos que trabajan la madera en temas de biodiversidad de la zona.	– Centro Verde – SOH	\$ 70,000 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – CEPF* – Cooperación Técnica Alemana GIZ* – GVC*	****		

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 9.

REALIZAR MARKETING CONJUNTO PARA RÍO LIMPIO

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
9.1. REGISTRO DE VISITANTES A RÍO LIMPIO	9.1.1. Diseñar una base de datos para los actores locales que manejen proyectos turísticos para obtener la información del visitante nacional y extranjero, saber el nivel de satisfacción del cliente y estar en contacto con ellos haciéndolos participes de todas las actividades o proyectos que se realicen, incentivando así el turismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Verde - Centro Ecoturístico Nalga de Maco 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> - CDCT - SOH - CI-Atabey - FFF 	****		
9.2. IMAGEN DEL DESTINO	9.2.1. - Posicionar la marca de Río Limpio en los productos orgánicos y artesanías, así como en los servicios turísticos, para crear conciencia y estrategia en los diferentes actores locales de Río Limpio y también un posicionamiento de destino a nivel nacional e internacional. - Impresión de etiquetas y stickers de la marca.	<ul style="list-style-type: none"> - CI-Atabey - Ayuntamiento de Río Limpio 	\$35,000	<ul style="list-style-type: none"> - CDCT (Dominican Treasures) - CI-Atabey* - Ministerio de Turismo - USAID* - SARMIENTO66 * - EUDOM67* - IMPACTO URBANO68* - SOH 	****		

⁶⁶ SARMIENTO. Publicidad Exterior Santo Domingo

⁶⁷ EUDOM. Equipamientos Urbanos Dominicanos

⁶⁸ IMPACTO URBANO. Publicidad Exterior Nacional

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
9.3. PROMOCIÓN TURÍSTICA	9.3.1. Hacer una alianza entre las organizaciones incluidas en la propuesta para continuar la elaboración y difusión del material promocional de los productos turísticos como: brochure, documental (incluido material para merchandising) y así darle fuerza a la marca de Río Limpio.	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ministerio de Turismo - Ayuntamiento de Río Limpio - CI-Atabey - SOH 	\$917,500	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - Ministerio de Turismo - Ayuntamiento de Río Limpio* - CDCT - SOH* - CI-Atabey* - FFF - ABC* - CBT 	****		
	9.3.2. - Organización y celebración de eventos promocionales para que tanto los tour operadores, como las personas que trabajan con ONGs, ayuden a promocionar y a la vez a apoyar económicamente esta clase de proyectos –Workshops ⁶⁹ , fam trips ⁷⁰ , press trips ⁷¹ y blogger trips ⁷² – en función de productos, mercados y segmentos objetivo/meta. - Viáticos	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ayuntamiento de Río Limpio - CI-Atabey - FFF - CBT - SOH 	\$84,000	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - CDCT (Dominican Treasures) - SOH - CI-Atabey* - FFF - ONGs* - Tour operadores especializados - ABC 	****		

⁶⁹ Workshops. Ej. <http://www.act.cat/acciones-y-promociones/workshops/?lang=es>

⁷⁰ Fam trips. http://es.wikipedia.org/wiki/Viaje_de_familiarizaci%C3%B3n

⁷¹ Press trips. <https://destinationbrands.wordpress.com/tag/press-trip/>

⁷² Blogger trips. <https://destinationbrands.wordpress.com/tag/press-trip/>

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
9.3. PROMOCIÓN TURÍSTICA	9.3.3. - Puesta en marcha de un Plan de Medios para campañas de publicidad a nivel nacional tanto en la ciudad de Santo Domingo como en Santiago de los Caballeros y zonas aledañas a Río Limpio (Loma de Cabrera, Dajabon, Mao). - Televisión (media tours ⁷³) - Radio (emisoras locales) - Periódico - Internet (redes sociales) - Marketing viral ⁷⁴ . - Medios masivos: Radio, Televisión, Periódico, Internet	- Ministerio de Turismo - Ayuntamiento de Río Limpio - CI-Atabey	\$ 500,000 - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	- Ministerio de Turismo - CDCT - CI-Atabey - FFF - Canales o programas de TV - Emisoras - Periódicos - Redes sociales (Twitter, Facebook, blogs, páginas especializadas) - SARMIENTO - EUDOM - IMPACTO URBANO	****		
	9.3.4. Implementar el paquete turístico existente con actividades de turismo de observación de aves y turismo de aventura. El precio de los lugares de interés, las actividades que realicen y la prestación de servicio de alimentación y hospedaje sea equitativo con la competencia para que haya oportunidad para todos, destacando el valor agregado con el que cuenta cada producto o servicio turístico de la comunidad.	- Ministerio de Turismo - CI-Atabey - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Centro Verde - ABC - CBT	Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	- Ministerio de Turismo - Centro Ecoturístico Nalga de Maco - Centro Verde - CDCT - SOH - CI-Atabey	****		

⁷³ Media tours. http://www.sapublicidad.com/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=41

⁷⁴ Marketing viral. <http://tendenciasweb.about.com/od/memes-y-viralidad/a/QuE-Es-El-Marketing-Viral.htm>

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
9.3. PROMOCIÓN TURÍSTICA	9.3.5. Presencia y difusión de la oferta turística de Río Limpio en las oficinas de las embajadas, consulados, etc. de países extranjeros prioritarios –ej.: EEUU, países europeos, etc.–. De igual modo a embajadas de la República Dominicana en el extranjero o a otras oficinas/agencias de representación Dominicana, para la promoción de Río Limpio en mercados extranjeros prioritarios.	– Ministerio de Turismo – CI-Atabey	- Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– Cancillería de la República Dominicana – CI-Atabey	***		
	9.3.6. Participación en ferias y eventos turísticos especializados, ya que tienen mucha acogida, tanto para los turistas nacionales como extranjeros que quieran disfrutar de un destino diferente al de sol y playa y que cuente con un valor agregado como el PNNM y una región con una filosofía orgánica.	– Ministerio de Turismo – CI-Atabey – ABC – CBT	- Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– Ministerio de Turismo – CBT – CDCT – SOH – CI-Atabey – MKT Sostenible	****		
	9.3.7. Realizar marketing promocional por medio de instituciones como: - El Consorcio Dominicano de la Competitividad Turística (CDCT) con su proyecto Dominican Treasures, deberá realizar de nuevo la reincorporación a esta marca certificadora para su promoción y capacitación en turismo de Río Limpio. - MKT sostenible, empresa de marketing, deberá realizar estrategias que permitan la continuidad y el posicionamiento de los clientes en el mercado, basándose en la preservación de los valores culturales, la conservación del medio ambiente y la productividad económica.	– CI-Atabey – CDCT – MKT Sostenible	Capital humano - Apoyo técnico (Asistencia técnica)	– CDCT – CI-Atabey – MKT Sostenible – SOH	****		

PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	RESPONSABLE (S)	PRESUPUESTO en RD\$	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTE DE FINANCIAMIENTO*	PRIORIDAD	FASES	
						1	2
9.4. COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA	<p>9.4.1. Tour Operadores Especializados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guías turísticos independientes que trabajan con turismo sostenible. - DOMREP TOURS REPÚBLICA DOMINICANA es una Agencia Receptiva extranjera joven y líder en la República Dominicana fundada por la legislación suiza. Esta agencia recibe cada 2 meses grupos pequeños para realizar los circuitos. - RAÍCES, Agencia especializada servicios especiales del turismo cultural, ecológico y de aventuras. La agencia Raíces tiene convenio con la Agencia de viajes Colonial Tours and Travel. - Centro Verde/Finlandia y Bélgica Centro ecoturístico que se encuentra de Río Limpio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - CI-Atabey - Centro Verde - Centro Ecoturístico - Nalga de Maco 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano - Asistencia técnica 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - CI-Atabey - Centro Verde / Finlandia y Bélgica - Centro Ecoturístico - Nalga de Maco - Raíces agencia especializada - Colonial Tour and Travel - DomRep Tours - SOH 	****		

ANEXO VII. Tabla 12.
Presupuesto detallado del plan de acción

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1.

MEJORAR LAS INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS BÁSICOS DE RÍO LIMPIO PARA EL TURISMO

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
1.1.3 Señalización turística	Avisos: – Ayuntamiento de Río Limpio (1) – Entrada Km 14 (1) – Camino a Río Limpio (3) – Atractivos ecoturísticos (6) – Centro Verde (1) – Centro Ecoturístico Nalga de Maco (1) – Zafacones grandes en Madera(8)	7 avisos grandes 6 pequeños 8 Zafacones	20,300.00 1,050.00 8,000.00	212,400.00	– BID ⁷⁵ * – FOMIN* – Ministerio de Turismo – USFS ⁷⁶ * – SOH
1.2.1 Reconstrucción y remodelación de la infraestructura en el CREAR	– Cabaña 1 CREAR – Cabaña 2 CREAR – Cabaña 3 CREAR – Restaurante CREAR	3 cabañas 1 restaurante	1,636,269.00 3,337,185.00 4,682,512.00 877,608.00	10,533,574.00	– BID* – FOMIN* – Ministerio de Turismo – PPS-SGP ⁷⁷ * – IAF ⁷⁸ * – SOH
1.2.2 Construcción de un museo comunal	– Museo comunal	1	5,579,711.00	5,579,711.00	– BID* – FOMIN* – Ministerio de Turismo* – PPS-SGP* – IAF* – SOH

⁷⁵ BID. Banco interamericano de desarrollo

⁷⁶ USFS. Servicio forestal de los Estados Unidos

⁷⁷ PPS-SGP. Programa de Pequeños Subsidios (República Dominicana) del Fondo para el Medio Ambiente Mundial

⁷⁸ IAF. Inter American Foundation

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
1.2.3 Reconstrucción y remodelación del Centro Ecoturístico	– Mejora de instalaciones	1	5,080,000.00	5,080,000.00	– BID* – FOMIN* – Ministerio de Turismo* – PPS-SGP* – IAF * – SOH
1.2.4 Construcción del sendero ecoturístico, adecuación, rehabilitación y cartelería (Cascada Río Bonito)	– Mano de obra – Materiales – Equipo de seguridad – Adecuación sendero – Mirador en madera – Cartelería	1	255,000.00	255,000.00	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Ministerio de Turismo – Comisión Europea* – CEPF* ⁷⁹ – Cooperación Técnica Alemana GIZ* – SOH
1.2.6 Equipo básico para acampar	– Carpa 4 personas – Saco de dormir (sleeping bag) – Linterna – Lámpara – Colchón inflable tamaño queen	4 16 4 4 2	4,200.00 480.00 160.00 920.00 1,200.00	31,200.00	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Ministerio de Turismo – PPS-SGP* – BID* – CEPF*
1.3.1 Sistema de Comunicación	– Antena parabólica	1	20,000.00	20,000	– MOPC* – Ayuntamiento de Río Limpio – INDOTEL ⁸⁰ (FDT) ^{81*} – Orange* – Codetel* – Claro* – Viva* – Tricom*

⁷⁹ CEPF. Critical Ecosystem Partnership Fund

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
1.3.2 Energías renovables	<ul style="list-style-type: none"> – Paneles solares – Equipo de gas natural 	<p>4</p> <p>2</p>	<p>240,000.00</p> <p>100,000.00</p>	340,000	<ul style="list-style-type: none"> – CNE^{82*} – BID* – FOMIN* – PPS-SGP* – Tropigas* – SOH
1.3.3 Capacitación de manejo de residuos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> – Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) – Combustible – Material para 15 personas – Refrigerio para 15 personas (2 días) 	2 por año	<p>6,000.00</p> <p>6,000.00</p> <p>1,200.00</p> <p>1,500.00</p>	133,500	<ul style="list-style-type: none"> – Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Ministerio de Educación – Ministerio Salud Pública – CI-Atabey – BID* – FOMIN* – CEDAF – ECORED⁸³
1.4.1 Construcción de cabaña de primeros auxilios	<ul style="list-style-type: none"> – Cabaña de primeros auxilios 	1	1,640.000.00	1,640,000.00	<ul style="list-style-type: none"> – Ministerio de Salud Pública – BID* – FOMIN* – PPS-SGP*

⁸⁰ INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones
⁸¹ FDT. Fondo para el Desarrollo de la Telecomunicaciones del INDOTEL
⁸² CNE. Comisión Nacional de Energía
⁸³ ECORED. Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
1.4.2 Botiquín de primeros auxilios	– Botiquín en caja plástica portátil para 10 personas	5	800.00	4,000.00	– Ministerio de Salud Pública – Laboratorios farmacéuticos* como: SANOFI-AVENTIS, PHARMATECH, ABBOTT República Dominicana – CEPF*
1.4.4 Equipo básico para equipar la cabaña de primeros auxilios	– Botiquín – Kit estetoscopio – Inmovilizador de cabeza – Termómetro digital – Guantes de látex caja 100 – Equipo de oxígeno portátil – Tabla inmovilización – Vitrina para medicamentos – Camilla para traslado – Mascarillas desechables caja 68 – Casco de escalada – Radio comunicador de larga distancia	4 1 1 1 50 1 1 1 1 50 2 1	800.00 2,400.00 600.00 250.00 160.00 2,000.00 6,000.00 5,000.00 5,000.00 280.00 1,600.00 2,000.00	51,650.00	– Laboratorios farmacéuticos* como: SANOFI-AVENTIS, PHARMATECH, ABBOTT República Dominicana – Supermed Equipos Médicos* SRL* – Bp Medical*

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2.
MEJORA DEL ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL DE RÍO LIMPIO

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
2.1.2 Pintar la fachada de las casas que se encuentran desde la entrada de Río Limpio por toda la calle principal	<ul style="list-style-type: none"> – Fachada de 200 casas aprox. – 2 galones x casa 	400 galones de pintura	1,000.00	400,000.00	<ul style="list-style-type: none"> – Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Pinturas Tropical* – Pinturas Popular* – MOCP – SOH – SOH

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 3.
MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL Y POTENCIAL DE RÍO LIMPIO

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
3.1.1 Entrenamiento de guías	<ul style="list-style-type: none"> – Orientación e información profesional – Información patrimonio turístico, cultural y atractivos naturales – Servicios de asistencia – 6 guías 	1	50,000.00	50,000.00	<ul style="list-style-type: none"> – Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Ministerio de Turismo – Comisión Europea* – CEPF*⁸⁴ – Cooperación Técnica Alemana GIZ* – SOH

⁸⁴ CEPF. Critical Ecosystem Partnership Fund

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
3.1.2 Puesta en valor para la observación de aves (en especial de la cúa)	– Desarrollo del aviturismo	1	50,000.00	50,000.00	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Ministerio de Turismo – PPS-SGP* – BID* – Tody Tours – CBT* – USFWS* – USFS* – USAID ⁸⁵ * – SOH
3.3.2 Capacitación en actividades o programas como: trabajos manuales o de construcción, enseñanza o cuidado de niños, incluyendo también actividades ambientales de conservación del medio o la fauna	– Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) – Combustible – Material para 10 personas – Refrigerio para 10 personas (2 días)	3 por año	6,000.00 6,000.00 800.00 1,000.00	207,000.00	– Centro Verde / Finlandia – Centro Ecoturístico Nalga de Maco – CDCT* – Agencia Especializada Raíces* – Colonial Tours and Travel – SOH – GVC*

⁸⁵ USAID. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
3.4.1 Capacitación a proyectos de agroturismo orgánico	<ul style="list-style-type: none"> – Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) – Combustible – Material para 5 personas – Refrigerio para 5 personas (2 días) 	3 por año	6,000.00	193,500.00	<ul style="list-style-type: none"> – PPS-SGP* – BID* – Ministerio de Agricultura – Ministerio de Turismo – OEA/Aula Virtual de Las Américas/Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – CDCT – USFS*
3.9.1 Capacitación en plan de negocios para los actores locales incluyendo los administradores de los Centros ecoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> – Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) – Combustible – Material para 10 personas – Refrigerio para 10 personas (2 días) 	3 por año	6,000.00	207,000.00	<ul style="list-style-type: none"> – BID* – PPS-SGP* – CDCT – Ministerio de Turismo – SOH

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 4.

MEJORAR LA CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS LOCALES DISPONIBLES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
4.1.1 Promover y coordinar la incorporación de la importancia del turismo en el sistema curricular de educación primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> - Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) - Combustible - Material para 5 profesores - Refrigerio para 5 profesores (2 días) 	3 por año	6,000.00	193,500.00	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - PPS-SGP* - CDCT - Ministerio de Educación
4.2.1 Capacitación como informantes turísticos a personal de instituciones públicas, policías, guardaparques etc.	<ul style="list-style-type: none"> - Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) - Combustible - Material para 15 personas - Refrigerio para 15 personas (2 días) 	3 por año	6,000.00	220,500.00	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - PPS-SGP* - CDCT - Ministerio de Turismo
4.3.1 Capacitación para empleados y actores de servicios turísticos, en temas que respondan a las necesidades reales del sector	<ul style="list-style-type: none"> - Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) - Combustible - Material para 20 personas - Refrigerio para 20 personas (2 días) 	3 por año	6,000.00	234,000.00	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - PPS-SGP* - CDCT - Ministerio de Turismo - FFF
4.4.3 Capacitación en primeros auxilios básicos para guías dentro del PNNM	<ul style="list-style-type: none"> - Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) - Combustible - Material para 5 personas - Refrigerio para 5 personas (2 días) 	3 por año	6,000.00	193,500.00	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales - BID* - PPS-SGP - CDCT - CI-Atabey - CRUZ ROJA*

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
4.4.4 Curso básico de inglés para guías y guardaparques	<ul style="list-style-type: none"> - Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) - Combustible - Material para 10 personas - Refrigerio para 10 personas (2 días) 	3 por año	6,000.00 6,000.00 800.00 1,000.00	207,000.00	<ul style="list-style-type: none"> - BID* - CDCT - Ministerio de Turismo - Agencia Raíces - CUERPO DE PAZ*

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 5.
INCORPORAR A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DEL TURISMO

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
5.1.1 Campañas de concientización para “generar” sentimiento de pertenencia y el cuidado de las especies en peligro de extinción	<ul style="list-style-type: none"> – Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) – Combustible – Material para 30 personas – Refrigerio para 30 personas (2 días) 	2 por año	6,000.00	174,000.00	<ul style="list-style-type: none"> – CDCT – Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Agencia Raíces – SOH
5.1.2 Campañas de concientización a la comunidad local en la importancia de la hospitalidad y trato amable al turista	<ul style="list-style-type: none"> – Viáticos para 2 técnicos por 3 días (alimentación y hospedaje) – Combustible – Material para 15 personas – Refrigerio para 15 personas (2 días) 	3 por año	6,000.00	220,500.00	<ul style="list-style-type: none"> – CDCT – Ministerio de Turismo – Agencia Raíces – USAID*

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 8.
FOMENTO A LAS MIRCROEMPRESAS Y PROYECTOS TURÍSTICOS LOCALES

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
8.1.2. Desarrollar curso, intercambio y equipamiento a los jóvenes artesanos que trabajan la madera en temas de biodiversidad de la zona	<ul style="list-style-type: none"> – Asistencia tecnica – Materiales – Refrigerios 	1	70,000.00	70,000.00	<ul style="list-style-type: none"> – Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – CEPF* – Cooperación Técnica Alemana GIZ* – GVC*

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 9.
REALIZAR MARKETING CONJUNTO PARA RÍO LIMPIO

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
9.2.1 Posicionar productos y servicios con la marca destino Río Limpio	– Impresión de etiquetas y stickers de la marca	5,000	7.00	35,000.00	– CDCT (Dominican Treasures) – CI-Atabey* – Ministerio de Turismo – USAID* – SARMIENTO ⁸⁶ * – EUDOM ⁸⁷ * – IMPACTO URBANO ⁸⁸ * – SOH
9.3.1 Material publicitario	Material: – Folletos – Impresión de vallas publicitarias – Camisetas – Gorras – Spot Televisión – Web master redes sociales Internet – Ferias comerciales	Frecuencia: – Semestral – Anual – Semestral – Semestral – Anual – Mensual – Semestral	Gasto anual: (5 años) 10,500.00 33,000.00 50,000.00 35,000.00 20,000.00 5,000.00 30,000.00	917,500.00	– Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Ministerio de Turismo – Ayuntamiento de Río Limpio* – CDCT – SOH* – CI-Atabey* – FFF – ABC* – CBT

⁸⁶ SARMIENTO. Publicidad Exterior Santo Domingo

⁸⁷ EUDOM. Equipamientos Urbanos Dominicanos

⁸⁸ IMPACTO URBANO. Publicidad Exterior Nacional

ACCIÓN O PROYECTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO RD\$	TOTAL PRESUPUESTO POR 5 AÑOS	COLABORADORES Y POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO*
9.3.2 Organización y celebración de eventos promocionales (Fam trips, work shops)	<ul style="list-style-type: none"> - Viáticos para 5 personas (operadores turísticos y periodistas) por 3 días (alimentación y hospedaje) - Combustible 	Trimestral (4 viajes)	15,000.00 6,000.00	420,000.00	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - CDCT (Dominican Treasures) - SOH - CI-Atabey* - FFF - ONGs* - Tour operadores especializados - ABC
9.3.3. Puesta en marcha de un Plan de Medios para campañas de publicidad a nivel nacional	<ul style="list-style-type: none"> - Televisión (media tours⁸⁹) - Radio (emisoras locales) - Periódico - Internet (redes sociales) - Marketing viral⁹⁰ 	1	500,000.00	2,500,000.00	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - CDCT - CI-Atabey - FFF - Canales o programas de TV - Emisoras - Periódicos - Redes sociales (Twitter, Facebook, blogs, páginas especializadas) - SARMIENTO - EUDOM - IMPACTO URBANO

TOTAL PRESUPUESTO A 5 AÑOS

RD \$ 30,374,035.00

⁸⁹ Media tours. http://www.sapublicidad.com/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=41

⁹⁰ Marketing viral. <http://tendenciasweb.about.com/od/memes-y-viralidad/a/QuE-Es-El-Marketing-Viral.htm>

ANEXO VIII. CONTACTOS DE LOS TOURS OPERADORES

TOUR OPERADORES ESPECIALIZADOS

DOMREP TOURS REPÚBLICA DOMINICANA

Página Web:	http://www.domreptours.eu
Dirección Oficina Suiza:	Klarastrasse 5 CH 8008 Zurich
Teléfono:	+41 (0) 44 500 43 00
Dirección sucursal Alemania:	88284 Wolpertswende
Teléfono:	+49 (0) 180 100 328 3
Dirección oficina principal en Santo Domingo:	
República Dominicana Tours Ltd.:	Calle Padre Billini # 405, casi esquina Espaillat, Zona Colonial
Teléfono:	+1809 686 0278

RAÍCES AGENCIA ESPECIALIZADA

Página Web:	www.raices.com.do
Dirección oficina:	Calle 12, No. 3D Residencial Mirador Isabela, Santo Domingo, República Dominicana
Teléfono:	+1 809 239 9451
Contactos:	Edwin Aristy / Director Ejecutivo Raíces Cel. +1 809 847 0543 e-mail: earisty@raices.com.do Gerald Galvá / Operaciones y Ventas Cel. +1 809-802-7321 e-mail: ggalva@raices.com.do

Miguel Ángel Pérez / Operaciones y Ventas
Cel.: +1 809-860-6667
e-mail: corpus@raices.com.do

COLONIAL TOURS AND TRAVEL

Página Web: www.colonialtours.com.do
Dirección oficina: Arz. Meriño 209, Zona Colonial, Santo Domingo,
República Dominicana
Teléfono: +1 809-688-5285 / Fax +1 809 - 682-0964

CENTRO ECOTURÍSTICO CENTRO VERDE

Página Web: www.riolimpio.info

Contactos Río Limpio: Pedro Popa Ramírez –“González” / Administrador
Cel. + 1 829 -69 66 158
e-mail: riolimpio33@hotmail.com

Juan Antonio Tejada “Chicho” / Administrador
Cel. + 1 829 -83 82 443
e-mail: riolimpio33@hotmail.com

Contactos en Finlandia: Mikko Tuononen / Luomura Ry (INC)
Tel: 358 - (0)40 - 124 1900
e-mail: m.tuononen@kolumbus.fi

Raija Tuononen / Río de Pasos Ry (INC)
Tel: 358 - (0)40 - 822 8114
e-mail: r.m.tuononen@kolumbus.fi

Contacto en Bélgica: Karlien Missinne
Dorpstraat 12, 2070 Burcht.
e-mail: karlien.missinne@gmail.com

ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES DE MARKETING PROMOCIONAL

CONSORCIO DOMINICANO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA (CDCT)

Página Web: www.turismocdct.org

Dirección oficina: Plaza Central, Local 416B, cuarto piso,
Ave. Winston Churchill esq. Ave. 27 de Febrero,
Santo Domingo, República Dominicana

Teléfono: +1 809-8720001

Contactos: Lissette Gil / Directora Ejecutiva CDCT
Cel. +1 849-2145390
e-mail: lissette_gil@yahoo.com

Yanina Castillo / Coordinadora de operaciones de Dominican Treasures. Tel: +1
809-8720001
e-mail: yaninacdct@gmail.com

CI-ATABEY

Página Web: www.centroatabey.org / www.riolimpio.com.do

Dirección oficina: Calle César Nicolás Penson, No 73. Gazcue.
Santo Domingo, República Dominicana

Contacto: Domingo Contreras / Presidente
Tel: +1 809-2215566
e-mail: jdomingoc@yahoo.com

MKT SOSTENIBLE

Página Web: www.mktsostenible.com.do

Contacto: Gerald GALVÁ / Director de Negocios
Cel. +1 809 802 7321 / e-mail: ggalva@mkt-sostenible.com.do



**MINISTERIO DE
MEDIO AMBIENTE Y
RECURSOS NATURALES**