

**Ministerio de Turismo (MITUR)**

**Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)**

**Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)**

**República Dominicana**

**Proyecto para el Fortalecimiento del  
Mecanismo de Desarrollo del  
Turismo Sostenible Basado en la  
Comunidad en la Región Norte  
de la República Dominicana**

**Informe Final**

**Marzo 2022**

**Agencia de Cooperación Internacional del Japón  
(JICA)**

**IC Net Limited**

<b>ED</b>
<b>JR</b>
<b>22-089</b>



## Abreviación

<b>ADAVIT</b>	Asociación Dominicana de Agencias de Viajes y Turismo
<b>ADOTUR</b>	La Asociación Dominicana de Empresas Intermediarias de Turismo
<b>CEIZTUR</b>	Comité Ejecutor de Infraestructuras de Zonas Turísticas
<b>C/P</b>	Contraparte
<b>DATE</b>	Dominican Annual Tourism Exchange
<b>DPP</b>	Departamento de Planificación y Proyectos
<b>END</b>	Estrategia Nacional de Desarrollo
<b>GR</b>	Grupo Regional
<b>GT</b>	Grupo Territorial
<b>INFOTEP</b>	Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional
<b>JICA</b>	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
<b>MARENA</b>	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
<b>MC</b>	Ministerio de Cultura
<b>MEPYD</b>	Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo
<b>MICM</b>	Ministerio de Industria y Comercio
<b>MITUR</b>	Ministerio de Turismo
<b>NGO</b>	Non-Governmental Organization
<b>OMT</b>	Organización Mundial de Turismo
<b>OPETUR</b>	Asociación de Tour Operadores Receptivos de la República Dominicana
<b>OPT</b>	Oficina de Promoción Turística
<b>OTS</b>	Oficina de Turismo Sostenible
<b>PEI</b>	Plan Estratégico Institucional
<b>PDM</b>	Project Design Matrix
<b>PNPSP</b>	Plan Nacional Plurianual de Sector Público
<b>PO</b>	Plan de Operación
<b>POA</b>	Plan de Operación Anual
<b>TCS</b>	Turismo Comunitario Sostenible
<b>TIC</b>	Tecnología de Información y Comunicación
<b>UFTCS</b>	Unidad de Fomento de Turismo Comunitario Sostenible
<b>UMPC</b>	Unidad Municipal de Patrimonio Comunitario
<b>UP</b>	Unidades Productivas
<b>UTS</b>	Unidad de Turismo Sostenible





## Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Antecedentes y Perfil del Proyecto</b> .....	<b>3</b>
1-1 Antecedentes del Proyecto.....	3
1-2 Perfil del Proyecto.....	5
1-3 Importancia de este Proyecto .....	7
<b>2. Contenido de las Actividades del Proyecto</b> .....	<b>15</b>
2-1 Flujo general de las actividades del Proyecto .....	15
2-2 Sistema de Implementación del Proyecto .....	22
2-3 Contenido de las Actividades del Proyecto (según el flujograma de trabajos).....	24
2-4 Otras Actividades .....	42
<b>3. Estado de logro del Objetivo del Proyecto (según la PDM)</b> .....	<b>45</b>
3-1 Estado de logro del Objetivo del Proyecto .....	46
3-2 Estado de logro de los Resultados del Proyecto .....	49
1) Estado de logro del Resultado 1 .....	49
2) Estado de logro del Resultado 2 .....	51
3) Estado de logro del Resultado 3 .....	52
4) Estado de logro del Resultado 4 .....	54
<b>4. Recomendaciones para el Logro del Objetivo Superior</b> .....	<b>57</b>
4-1 Perspectiva del logro del Objetivo Superior del Proyecto .....	57
4-2 Recomendaciones para el logro del Objetivo Superior .....	58
<b>5. Retos, Ideas Creativas y Lecciones Aprendidas en la Gestión de la Implementación del Proyecto</b> .....	<b>61</b>
5-1 Retos del diseño del Proyecto .....	61
5-2. Retos encontrados en la implementación del Proyecto .....	66
5-3 Ideas creativas para aumentar el efecto del Proyecto .....	71
<b>6. Anexos</b> .....	<b>73</b>



## Introducción

El informe de finalización del proyecto resume el proceso de implementación y los resultados de las actividades desde abril de 2016, cuando comenzó el Proyecto, hasta marzo de 2022, cuando se completaron las actividades y se entregaron a la organización contraparte, con el fin de confirmar finalmente el grado de logro del Objetivo del Proyecto establecido y los resultados esperados. Hasta ahora, en el Proyecto se ha elaborado un informe de monitoreo cada 6 meses (hasta la edición 12 de octubre de 2021), y se ha elaborado un informe de avance de los trabajos del Proyecto en octubre de 2018, que corresponde al punto medio del período de implementación. Por lo tanto, los detalles de las actividades realizadas y los entregables generados durante ese período están referidos a los informes de cada período objeto. En el informe de finalización del proyecto, primero se confirma la importancia del turismo basado en la comunidad, abordado en el Proyecto, en el desarrollo turístico de la República Dominicana y se muestra el estado de consolidación de los resultados para que se conduzca a esfuerzos continuos incluso después de que se complete el Proyecto.

En las actividades de este Proyecto, se ha llevado a cabo una amplia variedad de actividades tales como el desarrollo de productos reales, la formación de grupos regionales de gestión de turismo y actividades de promoción, en paralelo a la construcción de sistemas y propuestas de programas de desarrollo de recursos humanos a diferentes niveles como central, regional y comunitario. Se utilizaron los recursos disponibles en el campo y el sistema existente tanto como fuera posible, pero muchas de las nuevas iniciativas han sido apoyadas directamente por el Proyecto como acciones piloto. Estas actividades se posicionan como actividades de promoción del “Turismo Comunitario Sustentable (TCS)”, y se han involucrado el Ministerio de Turismo (MITUR), el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y otras partes relacionadas. Con base en la experiencia y las lecciones aprendidas a través de estas actividades, esperamos que el Gobierno de la República Dominicana promueva el TCS para diversificar los productos y destinos turísticos, expandir los intereses de las comunidades locales y lograr el empoderamiento regional, incluso después de que se complete el Proyecto. Con la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible, los manuales de promoción y las directrices que se han elaborado, es posible que se continúen los esfuerzos generalizados para el desarrollo turístico liderados por la región. Muchas partes interesadas ya están trabajando en el desarrollo del TCS como el principal cuerpo de desarrollo turístico en la región, y dado que hay muchos partidarios, incluidos personas influyentes (influencers) y simpatizantes que apoyan a TCS y que se han iniciado los preparativos para trabajar en la región sur, se espera que el TCS se establezca y se expanda a nivel nacional, después de la finalización del Proyecto.

Durante el período de este proyecto, debido a la propagación del COVID-19, no solo se pospusieron temporalmente las actividades del proyecto, sino que también se suspendieron las actividades turísticas, y los expertos japoneses no pudieron ingresar al sitio, enfrentándose a la situación que dificultaba la continuidad del Proyecto. Sin embargo, gracias a los grandes esfuerzos y motivaciones de las personas involucradas, aunque el Proyecto se relacionaba directamente con el turismo, que fue el sector más afectado por la pandemia del COVID-19, se pudo de manera flexible, acompañar a la comunidad y apoyar la recuperación de actividades del TCS lo antes posible. En la segunda mitad de 2021, el número de turistas internacionales volvió al nivel anterior a la pandemia, por delante del resto del mundo. Bajo esta situación, se requieren esfuerzos para un turismo más sostenible y una mejora de la resiliencia de la región receptora. Tomando esta situación crítica como una oportunidad, la conciencia sobre la importancia de promover un desarrollo turístico más sostenible y de mayor nivel se ha existido más que nunca entre los actores relacionados. Bajo estas circunstancias, se espera que la comprensión de la importancia del desarrollo turístico basado en la comunidad, que es un esfuerzo concreto para lograrlo, se generalice y se existía a nivel nacional en el futuro.

Queremos expresar nuestro agradecimiento a las personas involucradas en el Proyecto, como la contraparte del MITUR y del INFOTEP, funcionarios del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD), funcionarios de la Oficina de JICA en la República Dominicana y funcionarios del Departamento de Desarrollo Económico de la casa matriz, quienes ofrecieron diferentes apoyos y asesoría desde Japón.

# 1. Antecedentes y Perfil del Proyecto

## 1-1 Antecedentes del Proyecto

La República Dominicana es el país orientado al turismo número uno en el Caribe, que recibe más de 6 millones de turistas anualmente, y promueve activamente el desarrollo de resorts de playa a gran escala por capital extranjero, a través de políticas nacionales que priorizan la industria del turismo. Por lo tanto, hasta ahora ha venido aumentando el número de turistas. Por otra parte, en el desarrollo turístico centrado en el denominado “sol y playa” hasta el momento, el consumo de los turistas se ha producido principalmente en el interior de hoteles o en algunas actividades turísticas limitadas. El área turística está aislada del área circundante, los recursos naturales y culturales no se utilizan adecuadamente y las oportunidades para que los residentes locales se beneficien son limitadas. Además, se enfrentaba al reto de cómo debe diferenciarse otras áreas turísticas similares de los países caribeños circundantes.

En estas circunstancias, en la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 (END 2030) se estableció una política para promover esfuerzos que contribuyan al desarrollo regional a través del desarrollo del turismo diverso, con el fin de desarrollar el turismo, que es una industria clave para el país, de manera más sostenible. Según la estrategia, se promueve el desarrollo de nuevos productos turísticos y la identificación de nuevas necesidades, además del turismo convencional de “sol y playa”. Como uno de ellos, se recomienda el desarrollo turístico que fomente la participación de la comunidad en las actividades turísticas y que conserve y aproveche la rica cultura, historia, y los diversos recursos naturales de la región. En la Provincia de Puerto Plata, que es un destino turístico representativo de la región norte, pionero en el desarrollo de grandes balnearios, a partir del año 2000, después de más de 20 años del inicio del desarrollo turístico se veía la disminución de su atractivo y del número de visitantes año tras año. Ante esta situación, se implementó el Proyecto de Turismo Sostenible Basado en la Participación Público-Privada (TURISOPP) con el apoyo de JICA, de 2009 a 2013. Además del desarrollo turístico que involucró a las comunidades locales, el desarrollo de la infraestructura turística y la atracción de cruceros han aumentado el número de visitantes a Puerto Plata, y los residentes locales que habían sido marginados hasta ese momento, tuvieron la oportunidad de desempeñar un papel protagónico en el desarrollo turístico.

El MITUR de la República Dominicana presentó una propuesta de “Estrategia Turística de Multidestino” con tres circuitos turísticos partiendo de Santo Domingo, promovió la diversificación de productos y destinos turísticos, con el fin de desarrollar actividades turísticas en zonas que no eran consideradas destinos turísticos. Como pionero, se llevó a cabo el desarrollo de rutas, utilizando recursos locales en las cuatro provincias del noroeste (Monte Cristi, Dajabón, Santiago Rodríguez y Valverde). A través de este proceso, el gobierno nacional solicitó a Japón

una cooperación para aumentar el grado de perfección del modelo de promoción del turismo comunitario basado en la experiencia de los esfuerzos realizados hasta el momento y, con el aprovechamiento de dicho modelo, promover el turismo comunitario en 14 provincias de la región norte.

En respuesta a la solicitud, JICA realizó un estudio de diseño detallado en febrero de 2015, y como resultado de las conversaciones con MITUR y otras entidades relacionadas de la República Dominicana, se llegó a un acuerdo sobre el contenido de implementación del " Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte " y en enero de 2016 se hizo la firma del Registro de Discusiones (R/D).

Este proyecto, que se ha implementado durante 6 años desde abril de 2016 (posteriormente extendido por 11 meses debido a la pandemia por el COVID-19), el cual tuvo como objetivo establecer un sistema de implementación de proyectos centrado en MITUR y el INFOTEP en la República Dominicana, con la finalidad de mostrar el "Turismo Comunitario Sostenible (TCS)" bajo el concepto de turismo comunitario adaptado a la situación de la República Dominicana y fortalecer la capacidad y el mecanismo de coordinación para promoverlo. Las principales actividades son el fortalecimiento de los negocios y productos turísticos de TCS, el fortalecimiento del sistema de gestión del turismo regional, el incremento de la capacidad de promoción, el desarrollo de recursos humanos en TCS, la creación de un sistema de apoyo (central) para el desarrollo del TCS y la formulación de una estrategia de desarrollo de TCS, a través de la cual se buscaba mostrar un modelo de desarrollo turístico bajo la iniciativa de la comunidad.

Mientras continuaban estas actividades, debido a la propagación mundial de la infección por el COVID-19 que inició en la primera mitad de 2020, se restringió el movimiento de personas y los expertos japoneses no podían llevar a cabo el trabajo en el territorio, afectando significativamente las actividades del Proyecto. La fuerte disminución del turismo internacional afectó las actividades generales del Proyecto, y las comunidades objeto de cooperación se vieron invariablemente afectadas, lo que provocó una situación crítica. En vista de esta difícil situación en la que los expertos japoneses no pudieron hacer trabajo local se realizaban actividades en línea, pero al mismo tiempo el cambio del gobierno generó un cambio del personal dentro del MITUR, por lo que había preocupación por la continuidad de las actividades del Proyecto. Sin embargo, gracias al compromiso de la contra parte dominicana y el apoyo de JICA, el período de implementación del proyecto se extendió por 11 meses, y mientras se agregaban nuevas actividades, se pudo volver a encarrilar las actividades del Proyecto.

El comité de Coordinación Conjunta se celebró por última vez en marzo de 2022, en que se confirmó el logro del Objetivo del Proyecto y se prometió que el sistema de desarrollo de TCS liderado por el MITUR promovería el desarrollo del turismo comunitario a nivel nacional como turismo alternativo, incluyó las regiones norte y sur.

Se debe aclarar que, en este informe, el "Turismo Basado en la Comunidad" se describe como "Turismo Comunitario Sostenible (TCS)" que se difundió a través del Proyecto para que aplique alguno de estos términos según la necesidad.

## **1-2 Perfil del Proyecto**

### **Nombre del Proyecto**

Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte.

### **Período del Proyecto**

De abril de 2016 a marzo de 2022.

Inicialmente el período del Proyecto era hasta marzo 2021, sin embargo, debido a la afectación por la propagación del nuevo coronavirus, se extendió por 11 meses.

### **Entidades Ejecutoras del Proyecto**

MITUR: Ministerio de Turismo

INFOTEP: Instituto Nacional de formación Técnico Profesional

MEPyD: Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo

### **Objetivo del Proyecto**

Se han fortalecido las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del TCS sostenible con la participación público - privada (PPP) en la Región Norte.

### **Objetivo Superior**

El Turismo Basado en la Comunidad (TBC, Turismo Comunitario Sostenible: TCS) se convierte en una de las ofertas turísticas más importantes para los visitantes domésticos e internacionales en la República Dominicana.

### **Resultados Esperados y Actividades**

**Resultado 1:** Se ha diagnosticado el estado actual de TCS y los recursos locales en la Región Norte mediante la introducción y aplicación de un enfoque participativo con la colaboración de las instituciones relacionadas.

Actividad 1-1: Recolectar, compilar y analizar la información existente sobre la promoción del TCS, estrategias y planes del desarrollo regional.

Actividad 1-2: Realizar un estudio sobre recursos y actores locales, destinos, etc. con relación al TCS en la Región Norte.

Actividad 1-3: Identificar y establecer la relación con líderes locales en la región Norte.

Actividad 1-4: Mejorar el enfoque participativo adoptado en los casos implementados en la Provincia de Puerto Plata y las cuatro provincias de la Región Noroeste.

Actividad 1-5: Realizar una serie de talleres bajo enfoque participativo para identificar los recursos locales.

Actividad 1-6: Identificar los grupos territoriales candidatos de acuerdo a un conjunto de criterios para su priorización, tales como ubicación, liderazgo y recursos locales para TCS.

Actividad 1-7: Informar los resultados del diagnóstico a la Mesa de Coordinación Nacional

**Resultado 2:** Se han formulado estrategias y planes para promover el TCS en la Región Norte, tomando en cuenta los casos implementados en la Provincia de Puerto Plata y las cuatro provincias del Noroeste.

Actividad 2-1: Preparar los planes de acción para las actividades piloto en la provincia de Puerto Plata y cuatro provincias de la Región Noroeste, basados en el análisis de las experiencias anteriores.

Actividad 2-2: Ejecutar las actividades piloto en la Provincia de Puerto Plata y las cuatro provincias de la Región Noroeste.

Actividad 2-3; Monitorear y evaluar las actividades piloto implementadas e informar sus resultados a la MCN.

Actividad 2-4: Desarrollar una Estrategia Integrada de TCS de la Región Norte incluyendo el desarrollo de rutas turísticas y completar la organización de grupos territoriales de acuerdo a los resultados de las actividades piloto.

Actividad 2-5 Preparar el plan de acción regional del TCS, tomando como base la Estrategia Regional de TCS.

Actividad 2-6 Informar sobre la Estrategia Regional de TCS y el Plan de Acción a la MCN.

Actividad 2-7: Con la colaboración de INFOTEP, asistir a los grupos territoriales en la formulación de sus planes de acción.

Actividad 2-8: Con la colaboración de INFOTEP, preparar un plan de desarrollo de recursos humanos para los grupos territoriales de acuerdo a sus planes de acción.

**Resultado 3:** Las actividades de los planes de acción regionales y locales para promover el TCS en la Región Norte son implementadas.

Actividad 3-1: Implementar las actividades de acuerdo al plan de acción regional.

Actividad 3-2: Asistir a los grupos territoriales para llevar a cabo las actividades de sus



planes de acción.

Actividad 3-3: Con la colaboración de INFOTEP, implementar las actividades del plan de desarrollo de recursos humanos.

Actividad 3-4: Organizar visitas en la Región Norte entre los grupos territoriales con el propósito de intercambiar conocimientos y experiencias.

Actividad 3-5: Compilar cada seis meses los registros de actividades de los grupos territoriales.

**Resultado 4:** Se ha establecido la coordinación institucional para la facilitación de las actividades de TCS en la Región Norte.

Actividad 4-1: Informar las actividades del Proyecto a la Mesa de Coordinación Nacional (MCN) al menos una vez al año.

Actividad 4-2: Recolectar y compilar periódicamente los resultados del monitoreo de las actividades llevadas a cabo por los grupos territoriales.

Actividad 4-3: Organizar talleres y eventos para compartir buenas prácticas de promoción de TCS

Actividad 4-4: Preparar un manual de buenas prácticas sobre promoción de TCS.

Actividad 4-5: Con la colaboración del INFOTEP, desarrollar programa de capacitación necesario para apoyar las iniciativas de TCS.

Actividad 4-6: Compilar las recomendaciones para asegurar la sostenibilidad del TCS en la Región Norte.

Actividad 4-7: Basado en la experiencia del Proyecto, desarrollar una serie de directrices ilustrando la coordinación institucional para el mecanismo de facilitación sostenible de TCS.

### **1-3 Importancia de este Proyecto**

En esta sección se revisa la importancia de este Proyecto en el desarrollo del turismo en la República Dominicana.

Si se remonta la historia del desarrollo turístico en la República Dominicana, cabe destacar que se ha llevado a cabo en varias partes del país bajo la política del gobierno de dar un trato preferencial a la inversión extranjera en áreas turísticas prioritarias. Esto convierte a Punta Cana y la región este en uno de los principales destinos turísticos del Caribe.

Desde la década de 1980, se ha llevado a cabo el desarrollo turístico en la costa atlántica incluyendo Puerto Plata en la región norte, la zona que abarca Santo Domingo, Boca Chica, Juan Dolio y La Romana, como pioneros del este. Las áreas preferenciales para la atracción de capital extranjero se han ampliado a nivel nacional, pero aún se concentran en el desarrollo de balnearios

en el oriente. Incluso ahora, la corriente principal del desarrollo turístico es el desarrollo de resorts de playa, y en los últimos años, se enfoca en el desarrollo del turismo urbano en el casco antiguo de Santo Domingo, el turismo de Reuniones, Incentivos, convenciones y exposiciones (MICE según sus siglas en inglés), y el turismo en cruceros. De aquí en adelante, esta corriente principal seguirá impulsando el desarrollo turístico.

Si bien se están realizando esfuerzos para promover el turismo centrado en estas inversiones a gran escala y garantizar la sostenibilidad de este tipo de desarrollo turístico, también se reconoce ampliamente la necesidad de desarrollos turísticos alternativos que no dependen de inversiones a gran escala, que son diferentes a los desarrollos turísticos convencionales. Esta intención también se muestra en la Estrategia Nacional de Desarrollo y el Plan Nacional Plurianual del Sector Público. Este Proyecto muestra concretamente la respuesta a lo que es un modelo de desarrollo turístico alternativo al desarrollo turístico por capital extranjero. El "Turismo Comunitario Sostenible (TCS)" representa un turismo en el que los propios residentes locales desempeñan un papel protagónico, en lugar de depender de personas externas y lo más importante es que, a través de este Proyecto, se pudo demostrar que este "modelo de desarrollo turístico basado en la región" funciona.

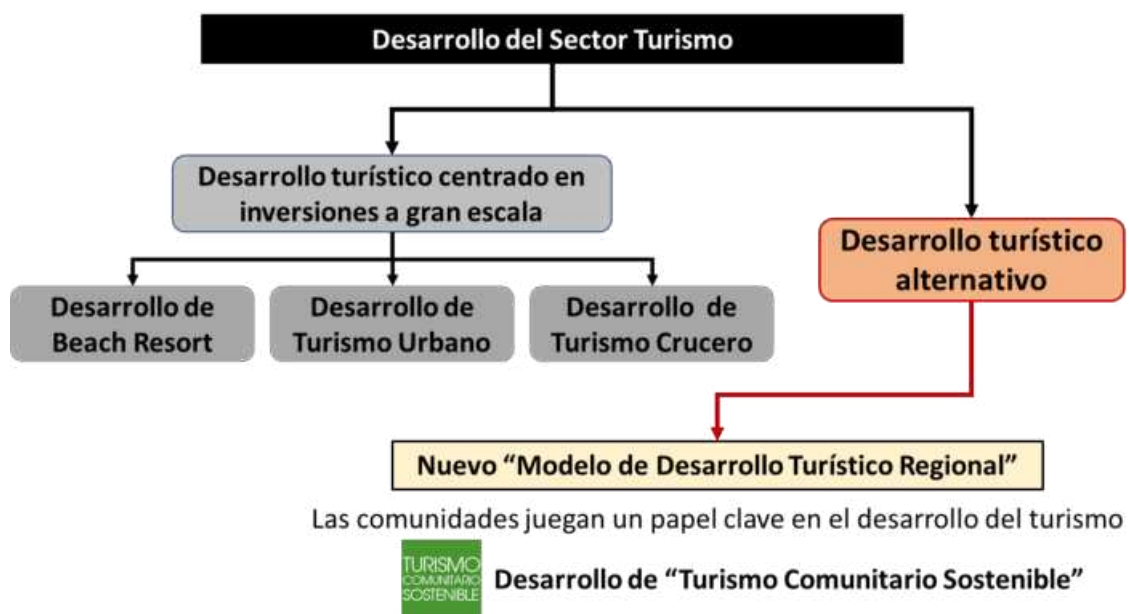


Figura 1-1: Relación del desarrollo del turismo en la República Dominicana

En el modelo promovido en este Proyecto, además de la diversificación de las ofertas turísticas, que siempre es un problema en el fomento del TCS, se busca lograr al mismo tiempo expandir ganancias justas para los residentes locales y el empoderamiento de la región. Para lograrlo, en la región norte, que fue el área objetivo del Proyecto, se confirmó que, realizando diversos esfuerzos en forma paralela en diferentes niveles desde la comunidad hasta el municipio,

provincia y nacional, y continuando ofreciendo el apoyo apropiado del gobierno, se pueden lograr estos tres objetivos.



Figura 1-2: Tres objetivos de desarrollo del TCS

A través de la implementación de actividades del Proyecto, en la región norte se han producido resultados específicamente acordes con estos tres objetivos, mostrando ejes estratégicos, propuestas de medidas concretas y métodos y procedimientos de desarrollo organizados con base en la práctica para desarrollarlo estratégicamente en el futuro. Es posible establecer el “desarrollo turístico bajo la iniciativa regional” en la República Dominicana, si el MITUR desempeña un papel central para desarrollar estratégicamente las actividades de desarrollo de TCS no solo a la región norte, zona objetivo del Proyecto, sino también a las regiones del sur y del este.

Se espera que la experiencia de este Proyecto y la metodología derivada del mismo puedan ser replicadas en las demás regiones y/o destinos turísticos aprovechando al máximo los diversos recursos humanos formados, para incrementar el efecto de implementación del método de apoyo en el campo, adecuando el enfoque de apoyo práctico según el sitio, y considerando las diferentes características de cada región, es posible apoyar a los residentes locales para que participen en actividades turísticas y adquieran la capacidad de administrar y crear nuevos productos turísticos. Esto fortalecerá la base del desarrollo turístico en la República Dominicana y mejorará la competitividad del turismo.



Figura 1-3: Aplicación del "modelo de desarrollo turístico basado en la región" implementado en la región norte

En el uso práctico de este modelo, se prevén dos enfoques principales. Un enfoque busca crear valor agregado desde la región, aumentar la competitividad, fomentar la participación de los residentes de las comunidades aledañas que no han participado en actividades turísticas y ampliar las ganancias en los destinos turísticos aletargados. El otro enfoque busca dar una oportunidad del desarrollo turístico, a través de las actividades que se puedan iniciar la región, y conducir a la siembra del desarrollo regional y la mejora de la capacidad de desarrollo, a través del turismo.

En el ciclo de vida de Butler, que muestra el desarrollo y declive de los destinos turísticos en términos de tiempo y número de turistas, ya sea que el desarrollo comience desde la fase de exploración y luego declive o se regenere a través de las fases de implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento, enseña que el crecimiento no dura por siempre y muestra la importancia de comprender el desarrollo de los destinos turísticos, teniendo en cuenta su ciclo de vida.

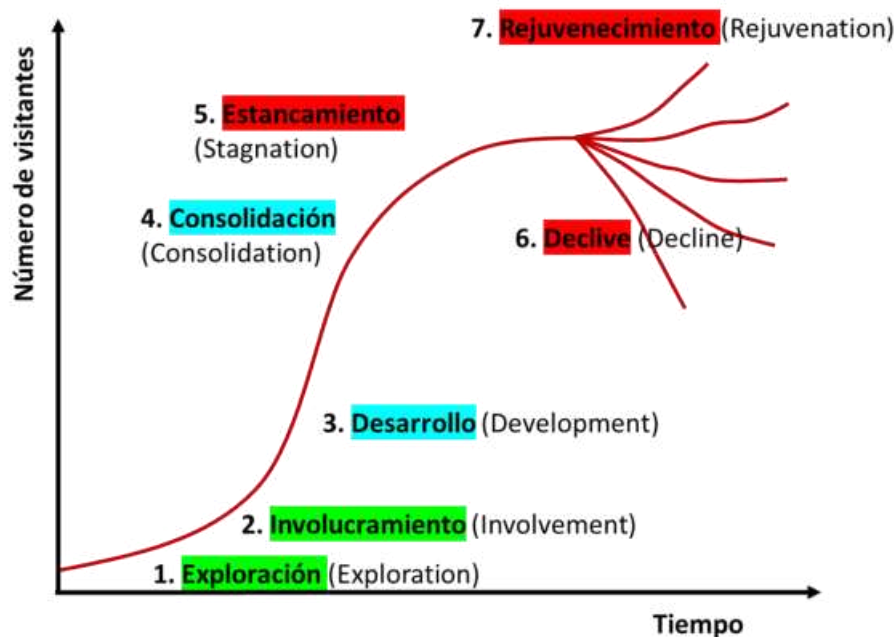


Figura 1-4: Ciclo de vida de áreas turísticas de Butler

Por ejemplo, en Puerto Plata, el número de turistas comenzó a disminuir a partir del 2000, y 10 años después llegó a menos de la mitad de la cantidad que registraba en su época más activa. Mientras tanto, a los hoteles antiguos se reinvertían o se dejaban sin hacer nada, pero se veía una tendencia de que el capital extranjero se escapaba buscando nuevos destinos turísticos, y los destinos turísticos restantes se debilitaban con poca reinversión.

En la provincia de Puerto Plata, JICA implementó el proyecto TURISOPP desde 2009, apoyando a MITUR e INFOTEP, en el cual por primera vez se adoptó el modelo de desarrollo turístico con una amplia participación de los residentes, además de las instalaciones y sitios turísticos existentes, con el fin de potenciar la fuerza regional y turístico basado en la identidad local y el orgullo de los residentes. A partir de 2016, se ha implementado el presente Proyecto y los esfuerzos para promover TCS se ampliaron a las 14 provincias de la región norte. La atracción cruceros hacia el puerto de Maimón ubicado en las afueras de Puerto Plata y la tendencia regeneradora de Puerto Plata coinciden con la época en que se implementaron estos proyectos. En algunos casos, las unidades de producción de turismo y negocios comunitarios respaldadas por el TCS han aceptado operadores turísticos y ofreciendo tours para pasajeros de cruceros. Además, se puede apreciar que se ha asegurado el empoderamiento de la región, a través de la incorporación del representante de la unidad productiva turística como miembro de la junta directiva de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Empresas Turísticas del Norte (ASHONORTE).

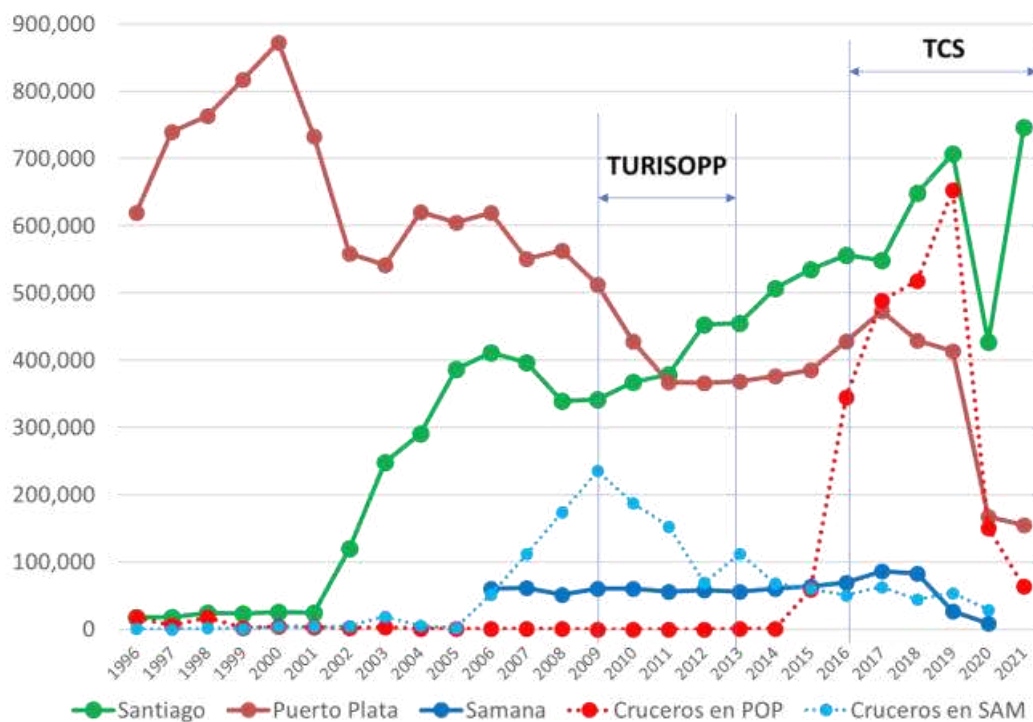


Figura 1-5: Número de visitantes a los principales destinos turísticos de la región norte (número de turistas llegados por vía aérea y en cruceros)

Además, dado que este modelo es un modelo en el que los propios residentes locales ofrecen y operan productos turísticos utilizando lo que está en su propia área sin depender de capital extranjero, es efectivo en las provincias y regiones donde el desarrollo turístico no ha sido promovido y puede ser aprovechado en sitios donde se desarrolla la vida cotidiana de los residentes locales. Este es un modelo que no produce alto impacto en el corto plazo como el capital extranjero, pero es un modelo que se puede promover con sus propios recursos, y este enfoque es de alto impacto que conduce, en el largo plazo, al desarrollo turístico por los residentes locales. En ese caso, es posible extenderlo no solo al desarrollo puntual, sino a toda la región mediante los esfuerzos de formar rutas temáticas, destinos comunitarios, circuitos y rutas turísticas.





Figura 1-6: Nivel de desarrollo turístico en las 14 provincias de la región norte

En la región norte, todavía hay muchas provincias en vías de desarrollo turístico, y si los esfuerzos en el Cibao Noroeste continúan en el futuro, se convertirá en un ejemplo que se pueda aplicar de manera más efectiva a otras regiones. A medida que aumenta la demanda de turistas nacionales, incrementa el número de visitantes. No solo aumenta el número de turistas enviados por las agencias de viajes, sino también el número de turistas individuales, por lo tanto, las actividades turísticas están aumentando en todas las provincias. Considerando la aplicación y expansión de este modelo en el futuro, Dado que el gobierno ha planteado la región sur como un área prioritaria para el desarrollo turístico en el futuro, aprovechando este modelo en paralelo con el desarrollo turístico que depende del capital extranjero, se espera que se materialicen destinos turísticos (región) más atractivos con enfoque sostenible y comunitario que beneficien a los residentes locales.

A través de la práctica en la región norte en este Proyecto, se demostró que el desarrollo turístico en el que la comunidad juega un papel protagónico funciona como un nuevo modelo de desarrollo turístico en el que la región juega un papel central. Usando el desarrollo del TCS como modelo, se pueden aprovechar la "estructura que se ha funcionado" promovido por el nivel central, regional y comunitario, la "metodología que se ha usado" en el campo bajo el sistema de implementación, la "estrategia de desarrollo visible" en miras a la expansión del TCS al nivel nacional, los "recursos humanos capaces" que pueden desempeñar un papel activo en el campo y los "casos reales abundantes" acumulados de diversas actividades en diversos niveles. Utilizando este modelo, el turismo regional puede continuar y fortalecerse en el futuro.

### Modelo de desarrollo de TCS Las comunidades son protagonistas de desarrollo turístico



Figura 1-7: Imagen general del modelo de Desarrollo Turístico basado en la Comunidad con base en el desarrollo del TCS

La Figura 1-8 resume los resultados del Proyecto que contribuyeron a la formación de un nuevo modelo de desarrollo turístico a partir de las actividades del Proyecto. Una vez que se complete el Proyecto, se espera que sean aprovechados en la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo del TCS.



Figura 1-8: Actividades del Proyecto relacionadas con el modelo de Desarrollo Turístico basado en la Comunidad, sus resultados y dirección futura



## 2. Contenido de las Actividades del Proyecto

### 2-1 Flujo general de las actividades del Proyecto

En esta sección, repasando el proceso de las actividades del Proyecto, se describe el flujo desde el inicio hasta el final del Proyecto.

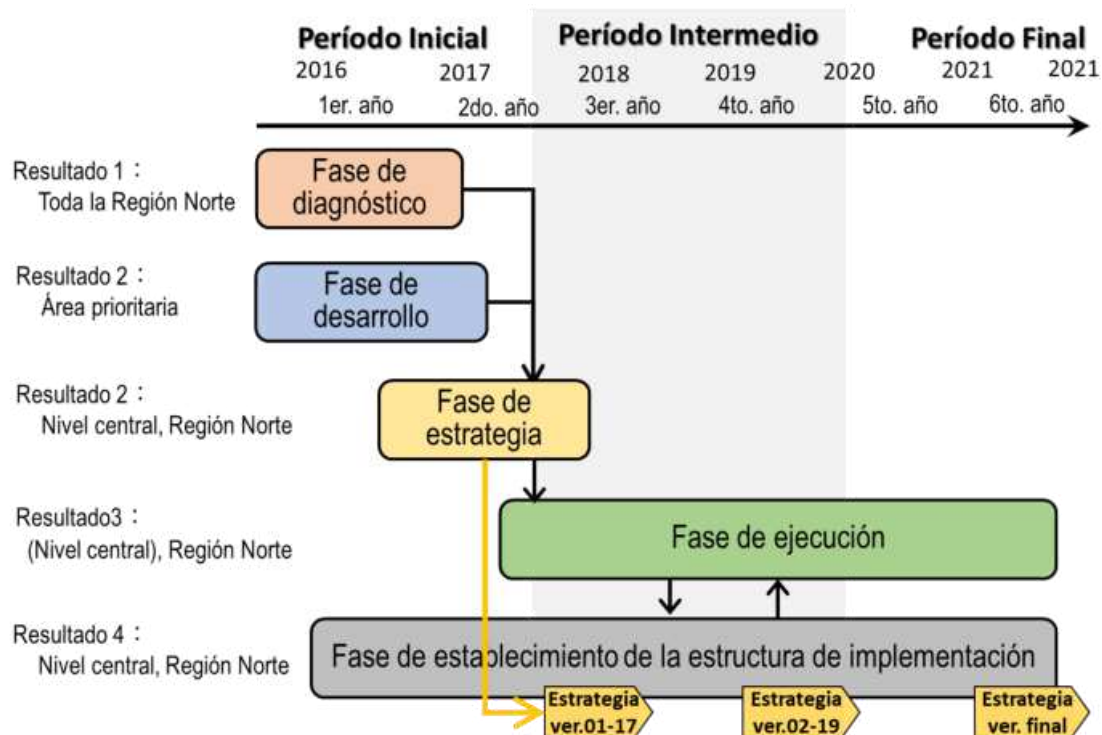


Figura 2-1: Flujo general de la implementación del Proyecto

Para llevar a cabo las actividades de este Proyecto, se dividieron en cinco fases y se estableció un enfoque diferente de las actividades para cada fase. El área objetivo consiste en 14 provincias, que es un área muy amplia. Por lo tanto, para poder involucrar a muchos actores centrales y locales, incluidos el MITUR y el INFOTEP, se establecieron áreas prioritarias y se procedió con la construcción de un sistema de implementación. Posteriormente, los resultados y las lecciones aprendidas a través de las actividades realizadas se reflejaron en estrategias y políticas y, finalmente, se organizó un mecanismo de desarrollo de TCS realista y sostenible.

En la etapa inicial del Proyecto, se implementaron la "Fase de Diagnóstico" en que se realizó un estudio general sobre el desarrollo de TCS, la "Fase de Desarrollo" en que se implementaron proyectos piloto en Puerto Plata y las cuatro provincias del Cibao Noroeste, en las que se veían esfuerzos antes del inicio de este Proyecto, como casos precedentes, y la "Fase de Estrategia" en que se plantea un borrador de documento de estrategia de desarrollo de TCS,

reflejando los resultados obtenidos en las etapas anteriores. A partir de la etapa intermedia del Proyecto, se realizaron la "Fase de Ejecución" en que se desarrollaron actividades de acuerdo con las líneas de intervención establecidas con base en el borrador de la estrategia, y la "Fase de Construcción del Sistema" para establecer un sistema bajo el cual se pueda continuar promoviendo el TCS a lo largo del Proyecto.

A continuación, repasaremos el progreso de las actividades en cada año fiscal.

### **Año 1 (de abril de 2016 a marzo de 2017)**

En este año, implementamos la "Fase de Diagnóstico" y la "Fase de Desarrollo", también hicieron los preparativos para la implementación de la "Fase de Estrategia" y se prepararon las bases para la "Fase de Construcción del Sistema".

En la "Fase de Diagnóstico", con el fin de conformar un mecanismo de coordinación para el desarrollo de TCS, a través de la asociación público-privada, se organizaron los actores, organizaciones relacionadas que juegan varios roles y funciones relacionadas con el desarrollo de TCS y sus métodos. Como parte de este trabajo, se realizaron unos estudios básicos sobre el desarrollo turístico y la promoción del turismo comunitario en la región norte. En los estudios básicos se averiguaron el potencial de TCS y 10 aspectos relacionados en 14 provincias de la región norte.

A través de este estudio del potencial, se identificaron 90 sitios de TCS, los cuales fueron clasificados en los sitios operados y los potenciales, y la información recolectada se organiza en la ficha informativa. También se reveló que las oficinas de promoción del MITUR que están en el interior y el exterior del país, no contaban con la información suficiente, aunque tenían mucho interés en el turismo comunitario y que, por lo tanto, se limitaban a promocionar balnearios como Punta Cana, de manera convencional. Además, se recopiló y se organizó la información relacionada con el desarrollo de TCS en la región norte, dividiéndola en nueve aspectos principales. Los resultados de cada estudio básico fueron utilizados para la planificación e implementación de proyectos piloto.

En la "Fase de Desarrollo" se formaron y se implementaron cinco proyectos piloto (PP) con base en los resultados de los estudios realizados en la fase anterior, "Fase de Diagnóstico", estableciendo como regiones prioritarias Puerto Plata, donde se implementó el proyecto anterior, Santiago, la región central de la región norte, y cuatro provincias del Cibao Noroeste.

Tabla 2-1: Lista de los proyectos piloto

PP1	Mejoramiento de capacidad de venta y promoción basado en ciclo de Marketing de TCS
PP2	Creación de base de “destino de circuito multiprovincial” con participación comunitaria
PP3	Elaboración de Rutas turísticas TCS a través de concursos con las universidades
PP4	Fortalecimiento y mejoramiento de un modelo de punto de información turística Público-Privado
PP5	Desarrollo de Herramienta de Mapping participativo (Appli Android y Base de Datos)

A través de la implementación de estos proyectos piloto, se mejoró y fortaleció el ciclo de mercadeo de productos y servicios desarrollados en el proyecto anterior. En las cuatro provincias del Cibao Noroeste, trabajamos en el desarrollo de rutas turísticas con la participación comunitaria e identificamos cuatro rutas. En cuanto a la formación de grupos territoriales (GT), se identificaron y conformaron en las cuatro provincias del Cibao Noroeste, la provincia de Puerto Plata y la provincia de Santiago. Se trabajó en la conformación de 5 grupos del nivel provincial y 1 grupo del nivel regional (2 provincias). Además, se inició el desarrollo de circuitos turísticos en la región noroeste.

Organizando los resultados y las lecciones aprendidas de estos esfuerzos, se hicieron los preparativos para reflejarlos en la propuesta del esquema del borrador de la estrategia que se elaboraría en la "Fase de Desarrollo" y "Fase de Estrategia". Al mismo tiempo, teniendo en cuenta la necesidad de “construir un sistema” en el centro y la región norte, construimos un sistema y fortalecimos capacidades en cada actividad.

### **Año 2 (de abril de 201 a marzo de 2018)**

En este año inició la “Fase de Estrategia” y la “Fase de Ejecución” que reflejan los resultados y lecciones obtenidas en la “Fase de Diagnóstico” y la “Fase de Desarrollo” que se llevaron a cabo el año anterior. Además, se continuó con la “Fase de Construcción del Sistema”.

En la "Fase de Estrategia", con el grupo de trabajo conformado por el personal del DPP del MITUR se elaboró la versión 1 del Documento de “Estrategia de Desarrollo de TCS en la Región Norte de la República Dominicana" (borrador). En este proceso, se definieron las estrategias y la composición (borrador), se hicieron gestiones para asegurar la consistencia con las políticas superiores y se organizaron los esfuerzos de mediano a largo plazo y esfuerzos de corto plazo. En el proceso de redacción de este documento de estrategia, la Mesa Coordinación Nacional (MCN) se reunió dos veces en total. Se confirmaron el esquema y política de la estrategia, y se incorporó este proyecto en el Plan Estratégico Institucional (PEI) del MITUR y en Plan Nacional Plurianual de Sector Público (PNPSP) del MEPyD como marco de la política para la construcción de un sistema de desarrollo de TCS a través de esta mesa de coordinación.

Se inició la "Fase de Ejecución" para implementar la estrategia. En la "Fase de Ejecución", las actividades de los proyectos piloto realizadas en la "Fase de Desarrollo" se organizaron como líneas de intervención para apoyar la realización de la estrategia de desarrollo de TCS, y se realizaron las actividades en campo. Las líneas de intervención se muestran en la siguiente Tabla 2-2:

Tabla 2-2: Líneas de intervención para el desarrollo de TCS 2018

[Actividades en el nivel territorial (Líneas de apoyo en el nivel territorial: LT)]
LT1: Fortalecimiento de negocio comunitario en ciclo de marketing con identidad local
LT2: Fortalecimiento de la organización de grupos territoriales (GT) que apoyan al desarrollo de rutas turísticas
LT3: Comercialización y promoción de rutas temáticas en plataformas territoriales bajo demanda orientada
[Actividades en el nivel nacional (Líneas de apoyo en el nivel nacional: NT)]
LN1: Fortalecimiento de una estructura de implementación y coordinación para fomento de TCS (unidad de implementación, reuniones de coordinación, etc.)
LN2: Promoción integral de Turismo Comunitario Sostenible con TIC
LN3: Coordinación para programa de formación turística

A través de estas líneas de intervención, apoyamos, como negocio de TCS, el ciclo de marketing de ventas y mejora de productos en el Cibao Norte, que es el área de desarrollo. Identificamos negocios de TCS, iniciamos el apoyo a la promoción y mejora de productos y desarrollamos acciones. En el Cibao Sur y el Cibao Noreste, se extrajeron productos que alcanzan un nivel en el que se pueden vender, y usando la metodología de apoyo para cada fase de desarrollo que se estableció provisionalmente con base en la experiencia adquirida hasta el momento, se llevaron a cabo actividades para incorporarlos en los negocios de TCS identificados (incluyendo potencial). Para fortalecer la organización de los GT, continuamos apoyando a los grupos en las cuatro provincias del Cibao Noroeste que se formaron el año anterior. Se formuló e implementó un plan de actividades para promover los temas identificados, con el fin de poder desarrollar actividades de apoyo a negocios de TCS y de activación del turismo regional.

Dado que es importante realizar actividades vinculando la "Fase de Ejecución" y la "Fase de Construcción del Sistema", teniendo en cuenta de la necesidad de construir un sistema para promover las estrategias en las regiones centro y norte, realizamos actividades para mejorar la relación entre el desarrollo turístico existente y el desarrollo local y materializar el desarrollo del sistema necesario y las propuestas del sistema. En el proceso de elaboración del documento de estrategia, llevamos a cabo la "promoción del sistema" para promover la estrategia en las regiones centro y norte.

Además, se llevó a cabo un curso de capacitación en Japón durante 14 días, del 19 de octubre al 1 de noviembre de 2017, con el propósito de aprender de casos de fomento de turismo urbano y suburbano/rural centrados en la región de Hokuriku, y proponer e implementar políticas

específicas y programas de apoyo para la realización de la estrategia de desarrollo de TCS en el país. Esta capacitación estuvo dirigida a cinco (5) funcionarios del nivel de director central y regional de las principales organizaciones relacionadas y representantes de organizaciones que juegan un papel de liderazgo en la región. Después del regreso al país, se hizo seguimiento a los participantes, y como parte del seguimiento, se logró que el MITUR participara en EXPO Turismo en septiembre de 2018.

### **Año 3 (de abril de 2018 a marzo de 2019)**

En este año, además de realizar las actividades de la "Fase de Ejecución", se llevaron a cabo las actividades para establecer el sistema de desarrollo de TCS en las regiones centro y norte en la "Fase de Construcción del Sistema".

En la "Fase de Ejecución", con base en las líneas de intervención necesarias para el apoyo a TCS identificadas en el segundo año del Proyecto, se desarrollaron actividades en el nivel regional y central, según el ciclo de planificación, ejecución, monitoreo y evaluación, en colaboración con la contraparte del MITUR y el INFOTEP. Además, se organizaron las "Líneas de intervención 2018" formadas en 2017 con base en los resultados de las actividades, las cuales fueron modificadas a las siguientes seis líneas (L).

Tabla 2-3: Líneas de intervención 2019-20

L1: Fortalecimiento de negocios del turismo aprovechando los recursos locales con base en el ciclo de marketing
L2: Fortalecimiento de la capacidad de gestión de destinos turísticos para el desarrollo de rutas turísticas y destinos comunitarios
L3: Promoción y fortalecimiento de desarrollo de productos para el posicionamiento de TCS
L4: Fortalecimiento de la capacidad de coordinación relacionada con la formación de recursos humanos de turismo
L5: Apoyo al desarrollo de infraestructura turística para mejorar la accesibilidad
L6: Fortalecimiento del sistema de implementación y coordinación sostenible y formación de un modelo de desarrollo

El INFOTEP propuso dos programas de capacitación como actividades de desarrollo de recursos humanos relacionadas con el desarrollo de TCS. El Proyecto apoyó en la creación del currículo educativo y los materiales, y estos programas fueron registrados como programas formales en julio de 2018.

En cuanto a la formación de líderes en el sistema de operación de destinos turísticos, se inició la identificación de las necesidades y la situación actual. Como un método para apoyar TCS similares en el futuro y una herramienta para el despliegue horizontal, se comenzó a extraer buenas prácticas en relación con el nivel de desarrollo de productos de TSC, el tipo de recursos

aprovechados, el sistema de operación de destinos turísticos como GT y el sistema de colaboración entre diferentes municipios, y el apoyo por unidades de ayuda en la región.

Los resultados de estas actividades contribuirán a fortalecer la capacidad y el mecanismo de coordinación para promover el TCS, que es el objetivo del Proyecto. En las actividades de campo, además del desarrollo de productos, la promoción de ventas, las actividades de promoción, se realizó la formación de recursos humanos que puedan demostrar liderazgo, mientras se construía un sistema de operación del turismo en cada región y un sistema de apoyo en la “Fase de Construcción del Sistema”.

#### **Año 4 (de abril de 2019 a marzo de 2020)**

En este año se continuó la implementación de actividades de la "Fase de Ejecución. En el proceso, se realizaron actividades para asegurar la sostenibilidad de la operación y construir un sistema realista que materialice el desarrollo de TCS a través del apoyo continuo desde el nivel central y regional, lo cual que corresponde a la “Fase de Construcción del Sistema”.

En la “Fase de Ejecución”, continuamos con los esfuerzos para desarrollar y operar productos turísticos y operar destinos turísticos en la región, con base en las seis “Líneas de intervención 2019-2020”, que fueron organizadas y revisadas en el tercer año del Proyecto. Teniendo en cuenta que la DPP del MITUR solo podía avanzar hasta la propuesta del desarrollo de infraestructura turística, realizando paralelamente los trabajos existentes y que no podía enfocar exclusivamente en la región norte, en esta actividad se estableció la nueva línea 5 (L5) “Fortalecimiento del sistema de implementación sostenible para la coordinación y el monitoreo”, que incluye la línea 6 (L6) “Fortalecimiento del sistema de implementación y coordinación”. Así se establecieron las “Líneas de intervención 2020-2021”, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2-4: Líneas de intervención 2020-2021

L1: Fortalecimiento de negocios del turismo aprovechando los recursos locales
L2: Fortalecimiento de la capacidad de gestión de destinos turísticos para el desarrollo de rutas turísticas y destinos comunitarios
L3: Promoción y fortalecimiento de desarrollo de productos para el posicionamiento de TCS
L4: Fortalecimiento de la capacidad de coordinación relacionada con la formación de recursos humanos de turismo
L5: Fortalecimiento del sistema de implementación sostenible para la coordinación y el monitoreo

“En la “Fase de Construcción del Sistema”, mientras se implementaban las líneas de intervención, de acuerdo con el plan de operación, se adelantó el fortalecimiento del sistema de desarrollo de TSC y la construcción de un mecanismo. Específicamente, se continuó con la elaboración del documento de estrategia de desarrollo de TCS (borrador) en que se ven organizados y reflejados los resultados de las actividades. En cuando al mecanismo para asegurar

la sostenibilidad del desarrollo de TCS, se analizaron las estrategias de desarrollo de TCS incorporadas en estrategias superiores como la estrategia de multidespacho, el sistema de implementación para desarrollar TCS a nivel central, regional y comunitario respaldado por el sistema de apoyo del MITUR, el INFOTEP, y los recursos humanos que desempeñen un papel apropiado en la implementación de la estrategia de desarrollo de TCS en cada nivel y organización..

Además, comenzamos a resumir los procedimientos y metodologías utilizadas hasta el momento, desarrollar un mecanismo de formación de recursos humanos que puedan utilizarlos, y construir un sistema de apoyo central y una red regional. En cuanto al desarrollo de recursos humanos, se estableció una línea de intervención para fortalecer la formación de recursos humanos de TCS, utilizando el sistema de implementación de capacitación del INFOTEP.

Además, igual que el año anterior, se llevó a cabo un curso de capacitación en Japón "Programa de desarrollo de capacidades para el desarrollo de la región del turismo comunitario sostenible", del 14 de octubre al 2 de noviembre de 2019, en el cual participaron 10 personas de ministerios y GT relacionados con este Proyecto. Luego de esta capacitación, se realizó un seguimiento con base en el plan de acción elaborado por cada capacitado.

#### **Año 5 (de abril de 2020 a marzo de 2021)**

Debido a la propagación del coronavirus (COVID-19) que se extendió por todo el mundo desde principios de 2020, comenzaron a aplicarse medidas de restricciones al movimiento en el interior de la República Dominicana a fines de marzo de 2020 y se detuvo la recepción de turistas internacionales. Originalmente, este año, como el año final del Proyecto, correspondía a la etapa para consolidar los resultados de la Fase de Ejecución y presentar el borrador de la estrategia. Sin embargo, la afectación por la pandemia en el sector del turismo fue importante, se detuvieron las actividades en todos los sitios y la situación no permitía realizar ninguna actividad del turismo. Sin embargo, con base en las relaciones construidas con las comunidades, regiones y actores centrales, pudimos iniciar actividades en línea con miras a la reanudación del turismo, a través de la creación y difusión rápida del protocolo para prevenir la propagación de la enfermedad.

Por otro lado, como resultado de las elecciones nacionales, incluida la elección presidencial celebrada el 05 de julio del 2020, hubo una gran reorganización de la administración pública, y muchos funcionarios del MITUR que venían colaborando con el Proyecto fueron reemplazados, por lo que se realizaron sesiones virtuales de explicación sobre el Proyecto al nuevo personal del MITUR, pero hubo momentos en que fue difícil continuar las actividades del Proyecto, debido a la ausencia de expertos japoneses en el sitio y la imposibilidad del personal local a trabajar en forma presencial. Según el plan inicial, el Proyecto finalizaba en abril de 2021, pero bajo esta

situación, la afectación por el COVID-19 era significativa, por lo que teniendo en cuenta la afectación a las comunidades que apoyaban y el logro del Objetivo del Proyecto, se decidió extender el período del Proyecto por 11 meses. Posteriormente, en marzo de 2021, se construyó el nuevo sistema de implementación del Proyecto mediante la realización activa de actividades en línea, la utilización de coordinadores locales y el asesoramiento al poco personal que se quedó, con el ánimo de crear un sistema de apoyo para reactivar y recuperar UP y GT de la grave situación.

### **Año 6 (de abril de 2021 a febrero de 2022)**

A medida que comenzaba gradualmente el regreso de los turistas internacionales a la República Dominicana, mientras apoyábamos la recuperación y el recrecimiento a gran escala de UP y GT, consolidamos los resultados, organizando métodos y estrategias de apoyo hacia el final del Proyecto.

Como apoyo concreto a UP y GT en la región, hemos realizado para 32 UP y 15 GT diferentes apoyos como la promoción para atraer turistas nacionales como acción piloto, la mejora de la calidad de la experiencia mediante el desarrollo de infraestructura simple y el desarrollo nuevos productos para la etapa post-covid. En el MITUR, se realizó el reconocimiento de buenas prácticas, la elaboración de documentos de estrategia de desarrollo del TCS (Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS, documentos de metodología, etc.) y la organización de otros documentos. Como acción piloto para mejorar la resiliencia, realizamos la formación de recursos humanos y mejoras del entorno de la oficina. Además, el proyecto del plan de recuperación de la OMT se inició en noviembre y se realizaron estudios de 5 aspectos en 6 áreas de desarrollo prioritarias. En febrero de 2022 se realizó un seminario regional en la región norte con el objetivo de presentar los resultados del Proyecto y compartir experiencias entre partes relacionadas.

### **2-2 Sistema de Implementación del Proyecto**

El sistema de implementación del Proyecto fue estructurado con la intención de construir un sistema que permita promover TCS en el futuro, fortaleciendo su función a través de la implementación de las actividades del proyecto para hacer que realmente funcione. Se busca que el sistema de implementación del Proyecto en sí permanezca como un sistema de desarrollo de TCS incluso después de que se completara el proyecto, y que desempeñe un papel central en la realización de la estrategia de desarrollo de TCS.



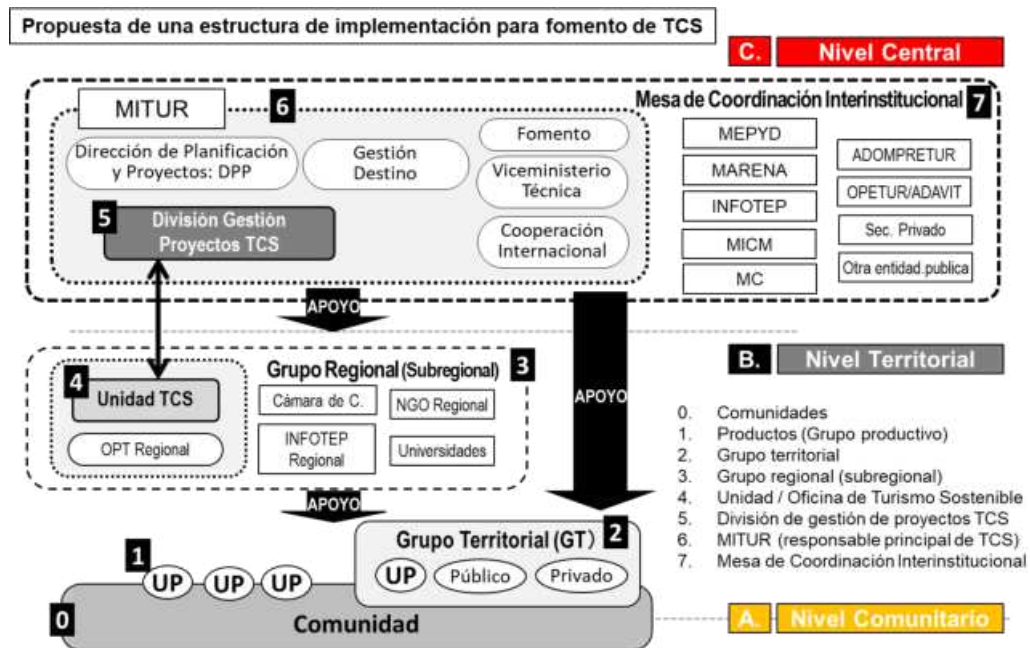


Figura 2-2. Diagrama del sistema de implementación de la estrategia de desarrollo de TCS

Como se muestra en el diagrama del sistema de implementación de la estrategia de desarrollo de TCS, se formaron y se instalaron las Unidades de Producción Turística (UP), que son los cuerpos principales de negocios del turismo comunitario que utilizan los recursos locales dentro de la comunidad, los Grupos Territoriales (GT) formados para que sean los cuerpos principales de operación de destinos turísticos en cooperación con las partes interesadas públicas y privadas en el nivel comunitario con el fin de aumentar los valores de la región, los Grupos Regionales (GR) conformados por diversos actores de cada región o subregión para fomentar destinos de zona amplia, las Unidades Territoriales de TCS que desempeñan el papel de coordinador que apoyan a GR, GT y UP, la División de gestión del proyectos TCS del MITUR, que apoya a las Unidades de TCS y a diferentes dependencias del interior del MITUR, y la Mesa de Coordinación Interinstitucional conformada por diversas organizaciones.

Como se muestra en la figura superior, en el sistema de implementación se necesita construir relaciones entre los tres niveles de comunidad, regional y central, y las actividades del Proyecto deben ser implementadas en paralelo en las áreas central y regional. Por lo tanto, se establecieron 5 oficinas y sedes del Proyecto.

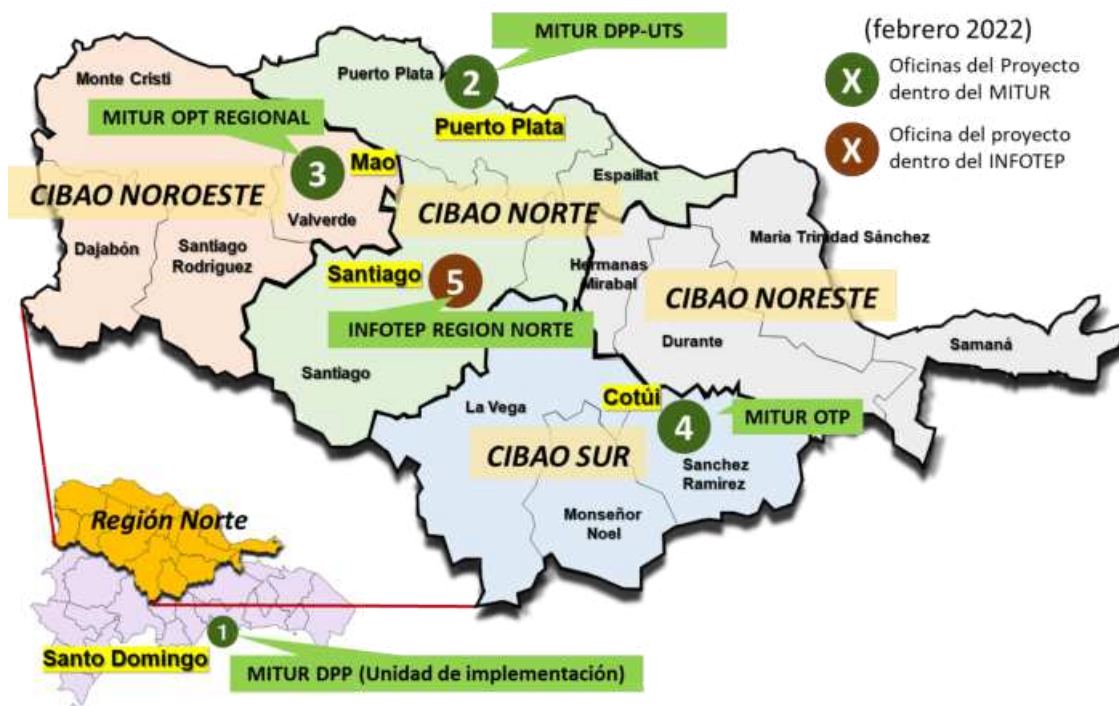


Figura 2-3: Oficinas y bases del Proyecto instaladas en 5 sitios

En el nivel central, se instaló una sede en la oficina del DPP del MITUR para formular estrategias de desarrollo de TCS, coordinar con otras dependencias dentro del MITUR, promover y coordinar la colaboración con ministerios relacionados y organizaciones privadas, y brindar orientación técnica a la región. En el nivel regional, se establecieron 4 sedes del Proyecto, las cuales son la Unidad TCS dentro de la oficina del DPP del MITUR en Puerto Plata, que tiene el Cibao Norte bajo su jurisdicción, la oficina del MITUR en Mao de la provincia de Valverde, que tiene jurisdicción sobre 4 provincias del Cibao Noroeste, la oficina del MITUR en Cotuí de la provincia de Sánchez Ramírez, que tiene jurisdicción sobre 3 provincias del Cibao Sur, y la oficina de la Zona Norte del INFOTEP ubicada en la provincia de Santiago, que coordina actividades relacionadas con el desarrollo de recursos humanos, a las cuales fue asignado el personal del Proyecto para que trabajen junto con la contraparte y coordinen con los actores locales.

### 2-3 Contenido de las Actividades del Proyecto (según el flujograma de trabajos)

En esta sección se describe el contenido de las actividades realizadas de acuerdo con el "contenido de trabajos" de los términos de condiciones. Para más detalles, consulte las Hojas de Seguimiento No. 1 a No. 12 presentadas hasta el momento.

[Aspectos comunes]

- (1) Elaboración y discusión del plan de trabajo

El plan de trabajo fue elaborado en mayo de 2016 y fue entregado a los actores relacionados.

(2) Monitoreo del avance del Proyecto

1) Monitoreo a través de las hojas de monitoreo

El monitoreo de las actividades del Proyecto ha sido importante para confirmar el progreso de las actividades del Proyecto entre las partes relacionadas, considerar contramedidas para cualquier problema e implementarlas en el sitio, y lograr sin problemas el Objetivos del Proyecto acordado inicialmente.

- Celebrar reuniones informativas, según la necesidad, entre los expertos japoneses que participan en las operaciones locales y la oficina de JICA.
- Realizar trimestralmente una reunión periódica de monitoreo entre el MITUR, el INFOTEP/INFOTEP, el MEPyD, la oficina de JICA y expertos japoneses.
- Presentar una hoja de monitoreo cada seis meses.
- Celebrar el Comité de Coordinación Conjunta (CCC) una vez al año (se realizan reuniones adicionales según sea necesario).
- Dado que los expertos japoneses son enviados para un período corto, el personal local desempeña el papel de contacto con la oficina de JICA.

Dado que era necesario coordinarse entre muchas partes interesadas del Proyecto para avanzar en las actividades del mismo, hemos puesto la importancia en la realización periódica de la reunión de monitoreo. Inicialmente, se realizaba aproximadamente una vez por trimestre, pero a partir de la mitad del proyecto, se celebró una vez cada dos meses y se elaboró un informe de monitoreo cada seis meses, con base en los resultados de las reuniones. El estado del monitoreo también se compartió periódicamente entre las partes interesadas. En el informe de monitoreo realizado desde la etapa intermedia hasta la etapa final del proyecto, además del seguimiento según la PDM del Proyecto, se mostró la estrategia provisional de desarrollo de TCS, por lo tanto, se implementó el plan de operación según las líneas de intervención establecidas y se realizó el monitoreo correspondiente.

Dado que realizamos reuniones regulares de monitoreo con partes relacionadas de esta manera, pudimos realizar reuniones en línea con más frecuencia (aproximadamente una vez cada uno o dos meses) bajo la pandemia por el COVID-19 presentada a partir de marzo de 2020, para responder a los problemas. Además, pudimos tomar medidas rápidamente ante el cambio de gobierno en agosto de 2020.

2) Hasta ahora se han elaborado 13 informes de monitoreo, incluyendo el Plan de Trabajo descrito en el informe de monitoreo No. 1, el Informe de Avance del Proyecto y el presente Informe de Finalización del Proyecto, los cuales fueron presentadas en las fechas abajo descritas:

Tabla 2-5: Lista de los informes de monitoreo presentado

	Informes de monitoreo	Mes de presentación
1	Informe de Monitoreo No. 1 / Plan de Trabajo	Mayo, 2016
2	Informe de Monitoreo No. 2	Octubre, 2016
3	Informe de Monitoreo No. 3	Abril, 2017
4	Informe de Monitoreo No. 4	Octubre, 2017
5	Informe de Monitoreo No. 5	Mayo, 2018
6	Informe de Avance del Proyecto / Informe de Monitoreo No. 6	Octubre, 2018
7	Informe de Monitoreo No. 7	Mayo, 2019
8	Informe de Monitoreo No. 8	Octubre, 2019
9	Informe de Monitoreo No. 9	Abril, 2020
10	Informe de Monitoreo No. 10	Octubre, 2020
11	Informe de Monitoreo No. 11	Abril, 2021
12	Informe de Monitoreo No. 12	Octubre, 2021

### 3) Celebración del Comité de Coordinación Conjunta

El Comité de Coordinación Conjunta (CCC) del Proyecto se llevó a cabo casi todos los años según lo planeado, y la reunión ordinaria se celebró en 6 ocasiones en total. Además, se realizaron tres reuniones extraordinarias; una al inicio del Proyecto, como pre CCC, y dos bajo la pandemia. Los principales contenidos y participantes del CCC se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 2-6: Registro de las reuniones del Comité de Coordinación Conjunta (CCC)

	Contenido	Principales participantes
Pre CCC Mayo de 2016	Posicionado como una reunión de arranque del Proyecto, las cuatro partes acordaron los antecedentes del Proyecto, la política de implementación, el plan de trabajo y el sistema de implementación. Además, aunque inicialmente se esperaba que el primer CCC fuera celebrado en julio, se acordó implementarlo alrededor de noviembre de 2016 cuando el sistema esté listo porque era posible que hubiera cambios de personal de acuerdo con la elección presidencial.	Subdirector de Cooperación Internacional y Director de Cooperación Bilateral del MEPyD, Director de DPP del MITUR, Oficial de Estrategia del INFOTEP, Subdirector de Oficina JICA, Líder del Proyecto
1º CCC Noviembre de 2016	Luego de los saludos de los representantes de las organizaciones afines según la agenda establecida, la C/P del Proyecto realizó una presentación sobre la estructura del mismo, la política de implementación y el sistema de implementación. Luego, los expertos explicaron la situación actual, centrándose en el progreso de las actividades del Proyecto, especialmente los contenidos de los proyectos piloto. También explicó los planes de actividades y temas a implementar en el futuro, y obtuvo el acuerdo de los miembros del CCC sobre el próximo plan. En el intercambio de opiniones entre los miembros del CCC y los miembros de la MCN, se confirmó que se desarrollará un apoyo concreto a través de la coordinación de la MCN.	Director del DPP del MITUR, Director de Estrategia y Director de la Regional Norte del INFOTEP, Director de Cooperación Bilateral del MEPyD, Director de Oficina de JICA y Líder del Proyecto
2º CCC Diciembre de 2017	Los siguientes puntos se destacaron principalmente como objeto de confirmación del progreso del Proyecto: el plan de elaboración de la versión 1 del documento de estrategia de desarrollo del TCS (borrador de la estrategia y Plan de Acción) y futuras revisiones, la	Subdirector de Asuntos Internacionales y Director del DPP del MITUR, Director del Departamento de Estrategia y Director de la Región Norte del

	Contenido	Principales participantes
	concentración de las actividades del Proyecto en 2018 en 7 provincias de la Región del Norte e iniciativas según las líneas estratégicas, la necesidad de establecer unidades Implementadoras del TCS en el MITUR, el fortalecimiento de la MCN, la organización del sistema de desarrollo del TCS a través de la materialización del sistema de implementación en el nivel territorial (por ejemplo, fortalecer el rol de la oficina de la región noroeste del MITUR y la oficina de la región norte del INFOTEP y construcción del sistema articulado), la importancia de entender y construir relaciones de confianza con organizaciones afines en el proceso de definición del borrador de la estrategia y de implementación de actividades, la coordinación con políticas de nivel superior, aportes considerando las funciones de las organizaciones existentes y la necesidad de responder a las vulnerabilidades de la comunidad ante desastres naturales.	INFOTEP, Director de Cooperación Bilateral del MEPyD, Director de Oficina de JICA, y Líder del Proyecto. Como observador, Viceministro de Cultura y Patrimonio del Ministerio de Cultura, Director de la unidad de ecoturismo del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, y Funcionario encargado de la Unidad de apoyo a Pymes del MICM. Director de promoción nacional, Director de promoción internacional, Director de empresas y servicios del MITUR y Líder del Proyecto.
3 ° CCC Febrero de 2019	En el informe de actividades de 2018 se dieron a conocer los resultados de cada línea de intervención y se mostró el esquema del plan de operación de la política de actividades para el 2019. También se presentaron los procedimientos y herramientas para el apoyo a negocios del TCS obtenidos a través de los esfuerzos hasta el momento, y se mostró que se utilizarán y mejorarán en el proceso de fortalecimiento y expansión del apoyo en el futuro. Los retos para las actividades futuras incluyen la formación de un sistema con la asignación adecuada de personal para difundir el TCS y la revisión del borrador de la estrategia con miras a 2030, por la iniciativa del DPP.	Viceministro de cooperación internacional y Director del DPP del MITUR, Director de la Región Norte del INFOTEP, Director de cooperación bilateral del MICM, Director de Oficina de JICA y Líder del Proyecto
4 ° CCC Marzo de 2020	El primer CCC realizado en la región (Municipio de Mocha, Provincia de Esparillat). Los representantes del MITUR e INFOTEP y el líder del Proyecto dieron a conocer el avance de las actividades de cada línea de intervención, los temas futuros, los planes de actividades para el 2020, y los preparativos para la firma de un convenio interministerial que incluye la conformación de una MCN.	Del lado del Proyecto: Director del DPP del MITUR, Director de estrategia y Director de la región norte del INFOTEP, Director General de Cooperación Bilateral del MEPyD, Director de Oficina de JICA, y Líder del Proyecto Como observador: representantes del Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Cultura y MEPyD, de la Cámara de Comercio e Industria de Santiago, el gobernador de la provincia de Esparillat, congresistas y el alcalde del municipio de Moca
CCC extraordinario Julio de 2020	Se discutió sobre la atención que se debe dar teniendo en cuenta la afectación por la pandemia. En cuanto a la introducción de un protocolo para prevenir la propagación de la enfermedad infecciosa, se decidió proceder con miras a la reapertura del turismo y se analizó la posibilidad de implementar un plan de recuperación (a nivel nacional) por parte de la OMT.	Director del DPP del MITUR, Director del Departamento de Estrategia y Director de la Región Norte del INFOTEP, Director de Cooperación internacional del MEPyD, Director de Oficina de JICA, y

	Contenido	Principales participantes
	Aunque es difícil lograr el objetivo durante el período del proyecto en la situación bajo la pandemia, se confirmó que se harán esfuerzos para lograrlo extendiendo el período por aproximadamente un año, y se acordó prepararse para adelantar dicho trámite.	Líder del Proyecto
Reunión de coordinación bajo el nuevo gobierno Septiembre de 2020	Con el cambio del gobierno, todos los viceministros y directores de departamentos principales, incluido el director del DPP, que es la C/P del MITUR, se discutió sobre el sistema de implementación del Proyecto y la continuación de las actividades bajo el nuevo sistema. Además de mantener las actividades del Proyecto y el sistema de implementación, se acordó que cooperarán activamente con otras dependencias	Nuevo Director del DPP y Viceministro de cooperación internacional del MITUR, Director de la región norte del INFOTEP, Director de cooperación bilateral, Director de Oficina de JICA y Líder del Proyecto
5 ° CCC Mayo de 2021	Se llevaron a cabo discusiones sobre el progreso de las actividades bajo la pandemia por el COVID-19 y las políticas futuras, pensando en la continuidad después de la finalización del Proyecto. Se confirmó que los compromisos del MITUR e INFOTEP se han incrementado aún más bajo el nuevo sistema establecido en el año pasado, y que se promoverá la coordinación necesaria con los ministerios y agencias relacionadas. También se confirmó la subcontratación de la formulación del plan de recuperación por parte de la OMT y el marco de implementación del mismo. Las pancartas del TCS y los productos reales se exhibieron en el lugar, y las muestras de productos de la región norte se presentaron empacados en una canasta de Cibao.	En forma presencial: Viceministro de Cooperación Internacional, Director del DPP y Viceministro de Fomento de Turismo del MITUR, Director de Estrategia y Director de la Región Norte del INFOTEP, Director General de Cooperación Bilateral del MEPyD, Director y Subdirector de Oficina de JICA, funcionario Encargado de la Cooperación Económica de la Embajada de Japón, Embajador de la República Dominicana en Japón, En forma virtual: Funcionario encargado del Proyecto en la sede de JICA, funcionario encargado de tecnología y funcionario encargado de coordinación del OMT
6 ° CCC Marzo de 2022	Confirmación de los resultados de las actividades del proyecto, confirmación de la Visión estratégica TCS 2030 y confirmación del compromiso de las futuras de las entidades después de la finalización del proyecto.	MITUR, INFOTEP, MEPyD, JICA

### (3) Planificación e implementación de la capacitación en Japón

En cuanto a la capacitación en Japón para el Proyecto, planeamos implementarla en tres ocasiones durante el período del Proyecto. Con el fin de llevar a cabo la capacitación en los momentos apropiados y construir un sistema de desarrollo del TCS en el campo, para el primer curso fueron seleccionados 5 personas de nivel de director de departamento o gerente de división a los que se les espera que desempeñen un papel central en la formulación de políticas y estrategias en el nivel central y nivel regional. El curso fue llevado a cabo en octubre de 2017. El profesor Asami Shikita del Instituto Avanzado de Ciencia y Tecnología de Japón supervisó el programa de capacitación y, además de las clases teóricas dictadas por instructores de experiencia, se llevaron a cabo visitas al campo principalmente en la región de Hokuriku y la región de Kanto. Los participantes definieron un plan de acción, reflejando estos aprendizajes.

El segundo curso de capacitación en Japón se llevó a cabo en octubre de 2019 y se seleccionaron y enviaron como aprendices a 10 personas que trabajan activamente en el nivel central, regional y comunitario. El propósito era profundizar la discusión, desde diferentes perspectivas, sobre cómo aplicar las experiencias de Japón a la República Dominicana, que tiene un entorno diferente. Bajo el programa de capacitación supervisado por el profesor Shikita igual que el primer curso, además de las conferencias de profesores activos en el sector público y privado, también visitaron la región de Hokuriku y la región de Kanto y participaron en la EXPO de Turismo Japón 2019, donde se realizó la capacitación aprovechando el stand de la República Dominicana. Además, se realizó una visita de cortesía a la ciudad de Matsudo, que hace intercambios con la República Dominicana, y los participantes formularon un plan de acción reflejando estas lecciones.

El tercer curso de capacitación en Japón estaba programado para realizarse en 2020, pero debido a la pandemia por el COVID-19, la perspectiva de implementación era incierta y la capacitación se realizó en línea en noviembre de 2021. Se realizaron once conferencias en vivo en línea, nueve conferencias por distribución a pedido grabadas en YouTube, capacitación de PCM, útil para la formulación del plan de acción, etc., y el plan de acción se formuló con base en estas lecciones. Un total de 13 personas participaron en esta capacitación en línea y, aunque la capacitación en Japón no se pudo realizar, se organizó una sesión para presentar la cultura japonesa a fin de promover la comprensión de la cultura japonesa y los esfuerzos de JICA.

De esta forma, a pesar de la afectación por la pandemia, realizamos capacitaciones en tres ocasiones según lo planeado y recibimos la participación de 28 personas en total. La capacitación ha contribuido en gran medida al involucramiento de los capacitados en el Proyecto, y la red entre los capacitados continúa incluso después de la formación. Además, la Oficina de JICA en la República Dominicana está trabajando para construir una red entre JICA y los ex becarios de JICA, y se espera que esos ex becarios contribuyan activamente en los proyectos de JICA que se realizan en la República Dominicana.

#### (4) Actividades de relaciones públicas

Las actividades de relaciones públicas del Proyecto fueron incluidas en el plan de acción, articulándolas con la estrategia de desarrollo de TCS para el posicionamiento de TCS. A través de artículos sobre TCS, entrevistas con medios locales, la creación de videoclips en colaboración con el Departamento de Relaciones Públicas de MITUR y la colaboración con personas influyentes (influencers), se realizó una amplia difusión de las actividades del Proyecto y el TCS. JICA recibió el premio anual otorgado por la Asociación de Medios de Turismo en 2018, y varias UP apoyadas por el TCS recibieron reconocimiento en el país y en el extranjero.

(5) Implementación del estudio de línea base

Como estudio de línea de base, realizamos un estudio sobre el potencial de desarrollo del turismo comunitario en la región norte, a través de la subcontratación. Se realizó un estudio de campo en 14 provincias de la región norte y se identificaron 90 sitios potenciales en total, en los cuales se incluyen aquellos que se están actualmente operando y aquellos que no se están operando, pero pueden ser desarrollados. Además de la lista, esta información fue organizada en una ficha de estudio por cada sitio potencial.

Con base en este estudio, se aclaró que, entre los productos turísticos ofrecidos por los sitios de turismo comunitario que operan en relación con los indicadores del Objeto Superior del Proyecto, hay 10 sitios (productos) que son objeto de venta por parte de agencias de viajes.

**[Aspectos relacionados con el Resultado 1]**

**Se ha diagnosticado el estado actual de TBC y los recursos locales en la Región Norte mediante la introducción y aplicación de un enfoque participativo con la colaboración de las instituciones relacionadas**

(6) Identificación de la situación actual del desarrollo de TSC en la región norte (Actividad 1.1)

Para comprender la situación actual, cada experto captó la información sobre la situación actual y la organizó en informes y hojas de información. Se elaboraron una lista de organizaciones, una lista de recursos regionales, datos estadísticos, etc., y se presentaron resumidos en un informe. El estudio inicial se completó en la "Fase de Diagnóstico", pero dado que los datos estadísticos y las listas de organización eran necesarios para el desarrollo horizontal y la formulación y corrección de la estrategia, la información se recopiló y corrigió según fue necesario.

(7) Estudio del potencial de TCS en la región norte

1) Realización del estudio de potencial

Como un estudio básico sobre TCS en la Fase de Diagnóstico, realizamos un estudio del potencial de TCS en 14 provincias de la región norte y un estudio sobre 9 aspectos relacionados, y organizamos los resultados.

En el estudio de línea de base mencionado anteriormente, expertos locales realizaron un estudio de sitios de turismo comunitario en 14 provincias. Se identificaron 90 sitios con potenciales y se elaboró una ficha de información para cada sitio. Al momento de la formulación y revisión de la estrategia, la información de los sitios potenciales identificados fue actualizada y recopilada como una base de datos.



Como otro estudio sobre la situación actual, la información relacionada con el desarrollo de TCS en la región norte se dividió en nueve grandes aspectos, y cada experto se encargó de recolectar y organizar la información. Los aspectos grandes del estudio sobre la situación actual se muestran en la siguiente Tabla 2-7:

Tabla 2-7: Aspectos del estudio de la situación actual y estado de progreso

	Aspectos grandes	Contenido principal
1	Perfilamiento regional	Perfil y estado del turismo de las 14 provincias de la región norte
2	“Potencial regional” de la región norte	Lista de entidades relacionadas y lista de recursos locales de las 14 provincias (provisionales)
3	“Potencial turístico” de la región norte	Lista de recursos turísticos y lista de turismos comunitarios potenciales
4	Estado actual del turismo comunitario en la provincial de Puerto Plata (luego del proyecto anterior)	Estado actual de productos y servicios de turismo comunitario y estado actual de RTC y UMPC
5	Estado actual de las áreas prioritarias del Noroeste	Estado actual de 5 rutas diseñadas por el MITUR en 4 provincias del noroeste
6	Políticas y estrategias relacionadas con el TCS	Recolección y análisis de materiales de políticas y estrategias relacionadas con el TCS
7	Promoción de TCS	Estudio sobre el manejo del TCS en las OPT del MITUR en el interior y en el exterior
8	Estadísticas turísticas	Identificación de datos estadísticos del turismo utilizable y organización de materiales de estadísticas
9	Metodología de redescubrimiento participativo de recursos locales	Revisión de los Lineamientos del Taller para el Redescubrimiento Participativo de Recursos Locales

En cada estudio sobre el estado actual, se organizaron los datos en informes, mapas y listas por cada elemento, y esta información se utilizó en la planificación e implementación de proyectos piloto. Además, con el fin de visualizar estas listas y documentos y utilizarlos en la formulación de estrategias, etc., la información especificada por DPP (recursos locales, recursos potenciales, características regionales, etc.) se colocó en el mapa.

## 2) Identificación de líderes en la región norte y construcción de relaciones

A través de actividades de estudio (estudios de potencial y de estado actual) y actividades de proyectos piloto, identificamos líderes y construimos relaciones. En la primera etapa del proyecto, en las cuatro provincias del noroeste, la provincia de Puerto Plata y la provincia de Santiago, las cuales, con las áreas prioritarias, se creó una lista por provincia, de más de 50 organizaciones y se identificaron organizaciones clave en cada área. En otras provincias distintas que las áreas prioritarias, se creó una lista provisional de organizaciones regionales y la lista de organizaciones relacionadas se revisó y se agregó, a través de actividades en la Fase de Ejecución.

### (8) Mejora del enfoque participativo

En la primera etapa del proyecto, se crearon los lineamientos sobre el taller participativo para el redescubrimiento de recursos locales, los cuales fueron utilizados en el taller realizado en

las provincias del Cibao Noroeste. A partir de los "Lineamientos sobre el Taller Participativo para el Redescubrimiento de Recursos Locales", las actividades realizadas en la Fase de Ejecución se resumieron en los lineamientos y manuales prácticos que muestran métodos y procedimientos en la Fase de Construcción del Sistema.

(9) Identificación de recursos regionales a través de un enfoque participativo

En la primera etapa del Proyecto, llevamos a cabo talleres participativos en cada una de las cuatro provincias del noroeste para identificar recursos locales. En la provincia de Puerto Plata se aprovecharon los resultados del proyecto anterior. Esta metodología fue establecida como una metodología con un enfoque participativo y se ha utilizado cuando ya fue posible apoyar el sistema de implementación a nivel de provincia (especialmente fue efectivo en provincias en vías de desarrollo turístico). La identificación de recursos locales mediante este enfoque participativo pudo ser utilizada no solo como un método para recopilar la información en regiones objeto de despliegue, sino también como un método para construir relaciones entre partes relacionadas y redescubrir valores regionales.

(10) Selección de candidatas a grupos territoriales

En la primera etapa del Proyecto, en las siete provincias del Cibao Norte y del Cibao Noroeste, se identificaron, a través de proyectos piloto, las organizaciones que seguían en el centro de GT, y se llevaron a cabo actividades como grupo. Desde la etapa intermedia hasta la etapa final del Proyecto, se expandió este ejercicio a siete provincias del Cibao Noreste y el Cibao Sur. En cuanto a los GT que fueron objeto de apoyo, mientras brindaba apoyo a UP a "nivel de municipio", y a "nivel de provincia". Si en esa región hay organizaciones que funcionan como clústeres de turismo, comités de desarrollo y ONG locales, no formaron un nuevo sistema, sino que incorporaron estas organizaciones existentes para apoyarlas.

**[Aspectos relacionados con el Resultado 2]**

**Se han formulado estrategias y planes para promover el TBC en la Región Norte, tomando en cuenta los casos implementados en la Provincia de Puerto Plata y las cuatro provincias del Noroeste.**

Se planeó formular proyectos piloto a partir de la información recopilada y organizada en la Fase de Diagnóstico, crear un borrador de estrategia de desarrollo de TCS en la Fase Estratégica con base en los resultados de la implementación y las lecciones aprendidas, y definir un plan de operación en línea con esa estrategia. Al mismo tiempo, a través de estas actividades, tanto en la DPP central como en las sedes regionales adelantaron la construcción de un sistema de desarrollo de TCS en las 14 provincias de la región norte, que era el área objetivo del Proyecto.

- (11) Elaboración e implementación de los planes de actividades piloto en la provincia de Puerto Plata y cuatro provincias del noroeste.

Se implementaron cinco proyectos piloto en la Fase de Desarrollo de la primera etapa del Proyecto. Las áreas objetivo de los proyectos piloto fueron la provincia de Puerto Plata, donde se realizó el proyecto anterior, la provincia de Santiago, que es el centro de la región norte, y cuatro provincias del Cibao Noroeste. Para realizar los proyectos piloto, se tuvo en cuenta los siguientes cuatro aspectos: (1) los proyectos pilotos no se llevarán a cabo solamente por el Proyecto sino en colaboración con organizaciones relacionadas centradas en MITUR, (2) los proyectos piloto serán revisados, a través de la implementación de las actividades, según sea necesario, para que los resultados se materialicen, de acuerdo con la situación real mientras, (3) asumiendo el sistema de implementación obtenido en los proyectos piloto como la base del grupo de trabajo, conectarlo con la siguiente acción, y (4) las metodologías, métodos y procesos utilizados en los proyectos piloto serán verificados y organizados para que se puedan aplicar y desarrollar efectivo y eficientemente a otras regiones. Los resultados de los proyectos piloto fueron consolidados.

Los cinco proyectos piloto implementados se muestran en la siguiente tabla. Para conocer la intención y las lecciones de cada proyecto piloto, consulte el Informe de Avance de las Actividades (enero de 2018):

Tabla 2-8: Lista de los proyectos piloto

PP1	Mejoramiento de capacidad de venta y promoción basado en ciclo de Marketing de TCS
PP2	Creación de base de “destino de circuito multiprovincial” con participación comunitaria
PP3	Elaboración de Rutas turísticas TCS a través de concursos con las universidades
PP4	Fortalecimiento y mejoramiento de un modelo de punto de información turística Público-Privado
PP5	Desarrollo de Herramienta de Mapping participativo (Appli Android y Base de Datos)

- (12) Desarrollar una Estrategia Integrada de TBC de la Región Norte y establecer un plan de acción

- 1) Desarrollar una Estrategia Integrada de TBC de la Región Norte.

Con base en los resultados de las acciones piloto, se conformó un grupo de trabajo para la formulación de la estrategia centrado en el personal de la DPP del MITUR, y luego de reiteradas reuniones estratégicas y discusiones sobre lineamientos de comprensión y desarrollo de TCS, se elaboró el primer borrador (Versión 1): 17) (en diciembre de 2017). La estrategia de desarrollo de TCS consta de tres líneas y diez lineamientos, y en 2018 se realizaron actividades con base en esta estrategia. Para relacionarlo con la estrategia multidestino, que es una estrategia de nivel superior, se agregaron al grupo de trabajo los principales miembros de la formulación de la estrategia multidestino de la DPP y la revisión se realizó a principios de 2019. La formulación de la estrategia se avanzó paso a paso para mejorar la precisión.

De esta forma, en cuanto a la formulación de la estrategia, se implementaron actividades con base en la estrategia provisional, reflejaremos los avances y resultados de las actividades en la estrategia. En total realizamos la revisión de la tres veces en 2017, 2019 y 2022, aproximadamente cada dos años para perfeccionarla.

2) Preparar el plan de acción regional del TBC, tomando como base la Estrategia Regional de TBC

Como se mencionó anteriormente, bajo las líneas estratégicas se formuló un plan de acción basado en la estrategia provisional de desarrollo de TCS. En la formulación del plan de acción, se llevaron a cabo discusiones en la Mesa de Coordinación Nacional en octubre de 2017, y se aprobó en el Comité de Coordinación Conjunta en diciembre de 2017. Esta primera versión también pudo asociarse con el Plan de Operación Anual (POA) del MITUR, por lo que el desarrollo del TCS se ha incorporado en el POA desde entonces. La versión 2, revisada en 2019, se organizó el plan de desarrollo del TCS de las Regiones del Norte, dividiéndose en subregiones y fue aprobado por el Comité de Coordinación Conjunta en febrero de 2019. Se agregó un plan para cada subregión y la revisión final se llevó a cabo en la etapa final del Proyecto con base en la implementación de las actividades del Proyecto y los resultados del monitoreo. A través de la implementación del plan de acción, se construyó un sistema de implementación más efectivo, que se espera como el Resultado 4 y se incluyó en la versión final de la estrategia como un sistema de implementación de la estrategia.

(13) Asistir a los GT en la formulación de sus planes de acción.

A través de los proyectos piloto realizado en la primera etapa del Proyecto, se formuló primero el plan de acción de los grupos territoriales de las tres provincias del Cibao Noroeste (Valverde, Santiago Rodríguez y Dajabón). En el plan de acción general formulado bajo la estrategia tentativa, se incluyó el apoyo a la formulación del plan de acción de los grupos territoriales del "nivel de municipio", nivel de municipios múltiples" y "nivel de provincia". Además de apoyar a las Unidades de Producción Turística (UP) de cada región, también apoyamos un sistema de promoción del turismo regional a través de alianzas público-privadas. Si ya existen organizaciones con funciones similares (clústeres turísticos, comités de desarrollo turístico, ONG regionales, etc.), hemos trabajado para hacer realidad el concepto de TCS, tomándolas como grupos territoriales.

(14) preparar un plan de desarrollo de recursos humanos para los grupos territoriales.

El plan de desarrollo de recursos humanos se posiciona como una de las líneas estratégicas y se trabajó para fortalecer programa de desarrollo de recursos humanos de TCS del INFOTEP. El programa de desarrollo de recursos humanos de TCS incluye la formación e implementación de cursos de capacitación especializados en el desarrollo de recursos humanos de TCS, la

implementación de desarrollo de recursos humanos que utiliza la capacitación existente, la implementación de actividades de sensibilización relacionadas con TCS, y el fortalecimiento de facilitadores e instructores. Así planeamos organizar el programa para que el programa aproveche de manera efectiva y eficiente estas oportunidades de formación de los recursos humanos de TCS. Estas actividades se realizaron a partir de la Oficina Zona Norte del INFOTEP como sede, involucrando cada sucursal satélite del INFOTEP, la oficina de planificación de la formación, etc., con el objetivo de formalizar y expandir el curso de operación del TCS a toda la región norte y potenciar los cursos relacionados.

### **[Aspectos relacionados con el Resultado 3]**

#### **Las actividades de los planes de acción regionales y locales para promover el TBC en la Región Norte son implementadas.**

(15) Implementar las actividades de acuerdo con plan de acción regional.

Se implementó un plan de acción de acuerdo con las líneas estratégicas de actividades presentadas en el borrador de la estrategia integral de desarrollo de TCS. Del 2018 al 2019 procedemos con tres líneas estratégicas a nivel central y tres a nivel territorial, y del 2019 al 2020 las integraremos en un conjunto de las siguientes seis líneas estratégicas: 1) Fortalecimiento de los negocios del TCS, 2) Fortalecimiento de la operación de destinos turísticos, 3) Fortalecimiento de la promoción, 4) Desarrollo de recursos humanos en turismo, 5) Apoyo al desarrollo de la infraestructura turística y 6) Fortalecimiento del sistema de implementación y coordinación, bajo las cuales se implementaron las actividades. Posteriormente bajo la pandemia por el COVID-19, en el año 2020 se añadió el tema del incremento de la resiliencia del turismo. A través de la organización y la revisión de las líneas, finalmente se establecieron las siguientes 6 líneas: 1) Fortalecimiento de los negocios del TCS, 2) Fortalecimiento de la operación de destinos turísticos, 3) Fortalecimiento de la promoción, 4) Desarrollo de recursos humanos en turismo, 5) Fortalecimiento de la gobernanza y 6) Fortalecimiento de la resiliencia, según las cuales se implementó el plan de acción. El detalle de las actividades realizadas hasta el momento se describe en los informes de monitoreo, pero el resumen de los resultados de la implementación se muestra en el anexo.

(16) Asistir a los grupos territoriales para llevar a cabo las actividades de sus planes de acción.

En el plan de acción a nivel regional se trabajó principalmente en el fortalecimiento de las actividades de negocios comunitarios turísticos (UP) y las actividades de los GT. El apoyo a la implementación de las actividades de UP y GT corresponde a las líneas estratégicas 1 y 2 del Borrador de la Estrategia de Desarrollo de TCS, y se ha brindado el apoyo a estos grupos como acciones piloto. Como acciones piloto para apoyar a UP, se apoyaron 11 UP en el Cibao Norte, 10 en el Cibao Noroeste, 5 en el Cibao Noreste y 5 en el Cibao Sur. Además, en cuanto a los GT

que forman la base del sistema de operación del turismo, se realizó el apoyo a 4 GT en el Cibao Norte, 5 en el Cibao Noroeste, 2 en el Cibao Noreste y 3 en el Cibao Sur. En la etapa inicial del Proyecto, el apoyo estaba dirigido al Cibao Norte y Cibao Noroeste, pero a partir de 2019, el área objeto se amplió y se llevaron a cabo acciones piloto en el Cibao Noreste y Cibao Sur. Consulte el archivo adjunto para conocer el estado de implementación.

- (17) Con la colaboración de INFOTEP, implementar las actividades del plan de desarrollo de recursos humanos.

Como se muestra en el numeral (14), la implementación del plan de desarrollo de recursos humanos principalmente por parte del INFOTEP se posiciona como una de las seis líneas estratégicas. Se implementaron en el marco del plan de acción las siguientes actividades: 1) Formación e implementación de cursos de formación especializados en el desarrollo de recursos humanos del TCS, 2) Fortalecimiento de la capacitación existente e implementación del desarrollo de recursos humanos aprovechando la capacitación existente, 3) Implementación de actividades de sensibilización relacionadas con el TCS, 4) Fortalecimiento de facilitadores e instructores y 5) Organización del programa para que se puedan aprovechar estas oportunidades de desarrollo de recursos humanos del TCS de manera efectiva y eficiente y construcción del sistema de implementación. La implementación del plan de desarrollo de recursos humanos se describe en el anexo en relación con la línea estratégica 4.

- (18) Organizar visitas en la Región Norte entre los grupos territoriales con el propósito de intercambiar conocimientos y experiencias.

En cuanto a las visitas mutuas de los GT, las visitas a otros casos fueron incorporadas en el curso de operación del TCS formado con el INFOTEP, en lugar de una actividad independiente, de modo que se pudieran facilitar un aprendizaje efectivo después de tener previamente los conocimientos básicos y conocer antecedentes. El GT de Dajabón, el grupo de kayak de Manzanillo, el grupo de guías de naturaleza de Monte Cristi, el grupo de guías de Las Galeras, el grupo de kayak de Sánchez, el grupo de guías de naturaleza de Sonador y otros visitaron a Jamao Ecotours, que es un caso antecesor, en el programa de capacitación.

Además, como actividad equivalente a la visita mutua, se puede destacar el EXPO Cibao celebrado en septiembre de 2019, en el cual los recursos humanos de UP y GT cooperaron para promover la región, y a través del intercambio, la cooperación y la colaboración entre líderes se pudo construir una base para trabajar conjuntamente como una región.

Inicialmente, se planeaba establecer muchas oportunidades del intercambio mutuo en la etapa final del Proyecto, sin embargo, debido a la pandemia por el COVID-19, se hizo difícil

realizar visitas, por lo que optamos por a la socialización en línea de actividades realizadas por UP y GT.

(19) Compilar cada seis meses los registros de actividades de los grupos territoriales.

Apoyamos el monitoreo de la implementación de los planes de acción elaborados por los GT, los cuales son principales organismos de turismo comunitario en la región, los planes de negocios de las UP y las acciones piloto creadas conjuntamente. Dependiendo de la situación de cada GT y UP, apoyamos el ciclo de planificación, implementación, monitoreo y mejoramiento de actividades bajo el sistema de cada subregión, y enfatizamos el fortalecimiento de las capacidades de los integrantes a la hora de realizar la orientación.

#### **[Aspectos relacionados con el Resultado 4]**

**Se ha establecido la coordinación institucional para la facilitación de las actividades de TBC en la Región Norte.**

(20) Recolectar y compilar periódicamente los resultados del monitoreo de las actividades llevadas a cabo por los grupos territoriales.

Como sistema de apoyo de TCS del lado del MITUR, se propuso la formación de una sección de gestión de proyectos del TCS en el centro y unidades del TCS en el nivel territorial, y se construyó un sistema que permite realizar el monitoreo de las actividades y la orientación hacia las UP y GT desde las 3 oficinas territoriales del MITUR y una oficina del INFOTEP en la zona norte. Bajo dicho sistema, se realizaron acciones piloto para apoyar a los planes de acción y planes de negocios de las UP y GT, y se realizó un monitoreo periódico de las actividades con los responsables del MITUR y el INFOTEP.

En la etapa intermedia del Proyecto se realizaron reuniones de monitoreo cada tres o cuatro meses en todo el Proyecto, en las que se dieron a conocer los avances de las actividades por línea estratégica y subregión, definiendo y revisando las políticas. A estas reuniones asistieron el personal del MITUR e INFOTEP, expertos del Proyecto, así como el personal del MEPyD, como coordinador, y el personal de JICA. En la etapa final del Proyecto, que corresponde a la época bajo la pandemia por el COVID-19, se realizaron reuniones de monitoreo en línea cada 1 o 2 meses con el mismo propósito. A partir de 2021 se continuó con la reunión con la incorporación del personal del MITUR que se involucró en el desarrollo del TCS tras el cambio del gobierno.

(21) Organizar talleres y eventos para compartir buenas prácticas de desarrollo de TCS.

El objetivo de la realización de seminarios y talleres es dar a conocer ampliamente los productos y servicios del TCS, las lecciones aprendidas del Proyecto, la política de desarrollo del TCS, etc., y vincularlos a la mejora de productos y actividades y nuevas iniciativas. En etapa

intermedia del Proyecto, como eventos realizados en subregiones, se pueden destacar talleres de desarrollo de productos del TCS, múltiples talleres sobre el desarrollo del TCS realizados en el Cibao Sur (abril a julio) y múltiples talleres para fortalecer la capacidad de OPT realizados en el Cibao Noroeste y mini-talleres de introducción del TCS para influencers. Para los ciudadanos en general, se llevaron a cabo la presentación del TCS para los medios, un panel de discusión sobre la marca y destino regional “Cibao” y un seminario para presentar el encanto de Cibao por parte de influencers. A partir de 2020, estos eventos se realizaron en línea, lo que permitió hacerlos más eficientes. De esta manera se realizaron el seminario de orientación de protocolo sobre medidas de bioseguridad contra el COVID-19 (3 veces), el seminario de introducción de actividades de 39 UP y GT (2 veces), el seminario para la presentación de los productos por la comunidad misma dirigido a los operadores de viajes nacionales e internacionales (dos veces).

Antes de finalizar el Proyecto, se realizó un seminario en febrero de 2022 en Santiago para dar a conocer los resultados finales en que tuvimos una amplia participación de representantes de UP y GT, el MITUR, el INFOTEP, el Ministerio del Medio Ambiente, funcionarios del MEPyD, medios de comunicación e influencers. En la presentación, luego de mostrar los resultados de todo el proyecto de parte del líder, la Visión 2030 para el desarrollo del TCS (MITUR), el desarrollo de recursos humanos (INFOTEP) y los resultados de las actividades de la promoción (por el experto correspondiente), se socializaron las actividades de desarrollo de productos por parte de la comunidad y el coordinador respectivo de cada una de las 4 subregiones. En el sitio del seminario, además de exhibir los productos del proyecto, se instalaron puestos de cada subregión para brindar un espacio de presentación conjunta de productos basados en el concepto. Este seminario se convirtió en un espacio para mostrar los resultados del Proyecto visualizados a las partes relacionadas y los medios y el compromiso de las partes interesadas de desarrollo del TCS para el futuro, a través del mejoramiento del posicionamiento del TCS.

(22) Preparar un manual de buenas prácticas sobre desarrollo de TCS.

Como un documento que corresponde a un manual que resume casos exitosos, se encuentran materiales que presentan las actividades de UP y GT que fueron apoyados por el Proyecto, y de los recursos humanos que desempeñaron papel importante. Además, hay materiales de promoción y de los resultados de los estudios realizados en el Proyecto. Entre los materiales elaborados por el Proyecto, se encuentran la recopilación de buenas prácticas que presenta casos individuales, un catálogo que presenta las actividades de UP y GT y sus perfiles, una colección de entregables creados en el Proyecto y un catálogo de recursos humanos que se formaron en el Proyecto.

La recopilación de buenas prácticas que presenta casos individuales es una colección de casos individuales que fueron reconocidos en el evento de presentación de buenas prácticas, que



se inició como una actividad del Proyecto y fue promovido por el MITUR en el último año del Proyecto.

En cuanto a los catálogos y perfiles que presentan las actividades de UP y GT, hay un catálogo que incluye 32 UP que el proyecto apoyó como negocios del TCS y 15 GT que forman la base del sistema de operación de turismo regional y un perfil que resume la organización y actividades piloto de las UP y GT y su estado de implementación.

Entre los catálogos de recursos humanos apoyados por el Proyecto, se elaboraron catálogos que presentan recursos humanos que están activos como guías locales, guías de naturaleza y colaboradores locales en el sitio de TCS a nivel comunitario, catálogos que muestran coordinadores que apoyan la práctica del TCS en el campo y facilitadores del INFOTEP que dictan programas relacionados con el TCS y catálogos que presentan los recursos humanos que están activos como líderes regionales de UP y GT que realmente promueven el TCS en el nivel comunitario.

A través de la organización y presentación de diversos casos acumulados durante el período del Proyecto, los grupos comunitarios que realmente están promoviendo el TCS en el campo y los recursos humanos que están activos allí, se puede facilitar la aplicación de estos resultados a otras regiones en el futuro y la articulación de estos esfuerzos al desarrollo continuo del TCS en la región norte.

- (23) Con la colaboración del INFOTEP, desarrollar programa de capacitación necesario para apoyar las iniciativas de TCS.

Hay tres programas de capacitación para el desarrollo de recursos humanos del TCS desarrollados con el apoyo del Proyecto y dos programas cuya base fue construida a través de la mejora con base en la identificación de retos de desarrollo de recursos humanos que se tenían en ese momento.

Con respecto a la planificación de nuevas capacitaciones, se identificaron dos necesidades; la formación de recursos humanos que se decidan a la recepción de los visitantes, al suministro de servicios, y la fabricación y venta de productos en el sitio del TCS y la formación de recursos humanos que se conviertan en líderes y coordinadores locales. Por otro lado, visualizamos el proceso de registro como formación reglada del INFOTEP y adelantamos el procedimiento junto con el personal encargado de planificación de la formación. El proceso de registro formal de una capacitación incluye la creación de un currículo con un tema de capacitación específico, la creación de materiales de capacitación, la realización de capacitaciones para facilitadores, el

registro provisional en la sede del INFOTEP, la implementación del piloto en el sitio, la evaluación de los resultados de la implementación y el registro final, luego de algunas mejoras.

Los siguientes tres programas se convirtieron, de esta manera, en programas oficiales del INFOTEP: la Capacitación del “Gestor de Turismo Basado en la Comunidad” para recursos humanos que promuevan el TCS en el campo, “Emprendedor del Turismo Comunitario Sostenible” dirigido especialmente para recursos humanos especializados en negocios de TCS, y "Líderes Comunitarios de TCS" para líderes que se encargan del desarrollo del TCS en la región.

Como iniciativa para abordar los retos de formación de desarrollo de recursos humanos existentes, hemos creado un grupo de trabajo integrado por responsables del MITUR, INFOTEP y el Ministerio del Medio Ambiente, el cual realizó actividades para unificar programas de formación de guías locales, guías de naturaleza, y soportes locales. A través de esta iniciativa, se identificaron los siguientes retos: Hay un problema en el mecanismo de registro de guías del MITUR, existen categorías del nivel nacional y local, pero este último es particularmente ambiguo, el procedimiento para capacitarse y adquirir calificaciones no es claro, el INFOTEP desarrolla recursos humanos, pero como no se notifica con anticipación al MITUR, cada vez se complica más el registro de culminación de la capacitación, y el título de guías de la naturaleza que ofrecen sus servicios en el interior de las reservas naturales que con de la competencia del Ministerio del Ambiente no están reconocidos por el MITUR, generando confusión en el campo y hay problemas para su adquisición similares que la capacitación del INFOTEP. Para abordar estos temas, hemos hecho la propuesta para aclarar las categorías y sistemas de registro de los guías locales y guías de naturaleza del MITUR y del Ministerio del Ambiente, y mejoras y digitalización de los materiales para la formación de guías de naturaleza del Ministerio del Ambiente. También hemos apoyado la implementación de capacitaciones para dos grupos de la provincia de Monte Cristi como piloto. Además, como base del segundo nuevo programa de capacitación, propusimos un marco de interacción en el sitio como capacitación del INFOTEP y un catálogo de capacitación. Esta propuesta fue implementada para 3 grupos del Cibao Norte y Cibao Noreste, en forma de prueba, tomando el caso de Jamao Ecotours como contenido de la capacitación.

- (24) Basado en la experiencia del Proyecto, desarrollar una serie de directrices ilustrando la coordinación institucional para el mecanismo de facilitación sostenible de TCS.

En cuanto a los lineamientos del sistema de desarrollo amplio del TCS, fueron elaborados diversos documentos para adelantar la estrategia de desarrollo de TCS en el campo, como el documento principal de la “Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS”, documentos relacionados, manuales y guías prácticas correspondientes a las líneas estratégicas enumeradas en la “Visión 2030” y catálogos de ofertas de apoyo.

La “Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS” es un documento estratégico que consta de 30 medidas bajo las 6 líneas estratégicas, para cumplir una visión fijada para el 2030 como año meta y metas de corto, mediano y largo plazo. Este documento muestra los principios básicos y el sistema de implementación. Abarca no solo la región norte, que es el área objetivo del Proyecto, sino todo el país, y se espera que se expanda y establezca en las regiones sur y este en el mediano y largo plazo.

Como anexo al texto principal, se incluyen: 1. Un informe de estudio simplificado de potencial de TCS de las regiones incluidas sur y este, 2. Plan de acción de la estrategia de desarrollo de TCS para la región norte, 3. Estudios de casos de UP y GT en la región norte y 4. Una colección de mapas creada por la DPP del MITUR.

Como documento de metodologías para el desarrollo del TCS, se elaboraron los siguientes manuales correspondientes a cada una de las líneas estratégicas con base en las experiencias de las actividades del Proyecto: 1. Manual para Emprendedores de Turismo Comunitario Sostenible 2. Manual sobre la formación y fortalecimiento de grupos territoriales. 3. Manual de promoción de TCS para gobiernos locales y grupos territoriales, 4. Manual de utilización de la capacitación del TCS para la comunidad y 5. Manual de operación básica para las oficinas territoriales del MITUR.

Hemos organizado pautas prácticas sobre 18 temas que se pueden usar inmediatamente a partir de la experiencia de actividades individuales. Algunas pautas prácticas se incluyen en los manuales mencionados anteriormente.

Como catálogos, se encuentran, además de los tres catálogos de recursos humanos mencionados, los siguientes dos: 1) Catálogo de herramientas de apoyo de ministerios y agencias relacionadas y 2) Catálogo de herramientas de apoyo al desarrollo de recursos humanos.

Con estos documentos, se espera que se continúe y se fortalezca el desarrollo del TCS en la región norte, que ha sido el área objetivo del Proyecto, y que se materialice la expansión y difusión a otras regiones (especialmente a la región sur) que se muestra en la “Visión de Desarrollo de TCS”.

Tabla 2-9: Documentos de metodología de la experiencia del proyecto

Manuales	
MA1-01	Manual para “EMPREENDEDOR DE TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE”
MA2-01	Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales
MA3-01	Manual para promoción de TCS
MA4-01	Manual para utilización de programa del TCS-INFOTEP (Para las Comunidades)
MA5-01	Manual de Operación Básica de las Oficinas Regionales para turismo regional y comunitario
Guías prácticas	
GP1-01	Guía para Taller de Identificación de Recursos Locales basado en la participación de actores locales
GP1-02	Guía práctica para Marketing Digital (A) / nivel negocio
GP1-03	Guía práctica de gestión sostenible de unidades productivas
GP1-04	Guía práctica para preparación de una ruta temática
GP2-01	Guía práctica para descubrimiento y valoración de recursos locales
GP2-02	Guía práctica para preparación de una ruta temática
GP2-03	Guía práctica para sensibilización/coordinación de las Instituciones Locales
GP2-04	Guía práctica para elaboración de visión conjunta de un territorio
GP3-01	Guía práctica para la presentación de destino turístico
GP3-02	Guía práctica para creación de materiales de audio visual para promoción de destino regional
GP3-03	Guía práctica para organización de Fam Trip
GP3-04	Guía práctica para la gestión de un sistema de información turística
GP3-05	Guía práctica para Marketing Digital (B) / nivel regional
GP4-01	Guía práctica para coordinación de los cursos de capacitación de INFOTEP
GP4-02	Guía práctica para seguimiento de los cursos de capacitación de INFOTEP
GP4-03	Guía práctica para apoyo a guías/anfitriones/intérpretes
GP5-01	Guía práctica para Registro de TCS
GP5-02	Guía práctica para instalación y mantenimiento de la oficina regional
GP5-03	Guía práctica para operación cotidiana de la oficina regional
GP5-04	Guía práctica para planificación e implementación de las actividades
GP5-05	Guía práctica para monitoreo y evaluación de las actividades
Catálogos	
CA5-01	Catálogo de ofertas institucional
CA4-01	Catálogo de ofertas de Capacitación
CA4-02	Catálogo de Talentos de coordinadores y facilitadores
CA4-03	Catálogo de Talentos de Líderes Comunitarios
CA4-04	Catálogo de Talentos de Guías Locales /Intérpretes /Anfitriones (39)

## 2-4 Otras Actividades

La propagación de la enfermedad por el nuevo coronavirus se confirmó en la República Dominicana en marzo de 2020, y además de las actividades establecidas en la PDM, que fue el plan inicial del Proyecto, brindamos el apoyo de emergencia para la toma de medidas para evitar el contagio, apoyo para la recuperación y apoyo para aumentar la resiliencia del sistema de

implementación general. Estos apoyos se cruzan parcialmente con las actividades de la línea estratégica 6 para el desarrollo del TCS.

### **Fortalecimiento de protocolos de prevención y control del contagio por el nuevo coronavirus**

Con respecto a la orientación sobre la introducción del protocolo de prevención de la propagación del nuevo coronavirus, entre abril a septiembre de 2020, se formó un grupo de trabajo con el personal técnico del Ministerio de Salud, además de las organizaciones relacionadas con el Proyecto, y se elaboraron las directrices para los grupos comunitarios del TCS sobre la introducción del protocolo y materiales para su difusión. Para la difusión del protocolo, realizamos tres talleres en línea y capacitamos a un total de alrededor de 180 líderes. Además, realizamos la adquisición y la entrega de equipos de protección necesarios para introducir el protocolo y prevenir el contagio en el campo bajo la coordinación con la oficina de JICA.

La primera entrega de equipos de protección se completó en febrero de 2021. Los beneficiarios directos fueron 52 grupos y 1.727 personas. Después de eso, se continuó con la orientación sobre las medidas para evitar el contagio y se hizo la segunda entrega a 28 grupos y 1.515 personas, la cual se completó a fines de agosto de 2021. Bajo la situación de emergencia de una pandemia, nos comunicamos con los grupos comunitarios que son difíciles de alcanzar el apoyo, compartiendo información y brindando el apoyo adecuado a GT y UT para que pudieran preparar un sistema para recibir visitantes lo antes posible. Pudimos responder a las necesidades de cada momento mientras continuábamos el monitoreo.

### **Apoyo a la implementación del Plan de Recuperación de la OMT**

En cuanto a la formulación del plan de recuperación de la OMT, el trabajo se llevó a cabo a partir de noviembre de 2021 tras concluir un contrato de subcontratación con la OMT y seleccionar un grupo de expertos. Debido a la duración del contrato, las actividades se realizaron de manera intensa en un corto período de tiempo. Se realizaron estudios de campo, talleres y seminarios sobre cinco temas (apoyo a las PYME turísticas, estrategias de marketing internacional, diversificación de productos turísticos, inteligencia de mercado turístico y fomento de la resiliencia turística). Dado que el área objetivo era a nivel nacional, se realizó un estudio detallado sobre cinco sitios prioritarios (Puerto Plata y Samaná en el norte, Pedernales en el sur, Miche en el este y Santo Domingo en el centro) seleccionados en consulta con el MITUR. El Comité Directivo se realizó en febrero de 2022 y el informe de dicho estudio fue presentado principalmente por funcionarios del MITUR.

### **Implementación de acciones de piloto para recuperar y fortalecer la resiliencia**

Se realizaron cuatro acciones piloto para fortalecer la resiliencia.

En cuanto a “1. Desarrollo de guías de gestión de riesgos para TCS”, se planeó la formulación de lineamientos y capacitación práctica basada en la perspectiva de las 4R de manejo de crisis turísticas, pero se pudo realizar hasta la formulación del borrador de lineamientos, las cuales fueron entregadas como material de la capacitación del INFOTEP sobre el manejo de crisis.

En cuanto a “2. Desarrollo de capacidades para el diseño de corredores turísticos con el uso de drones”, se realizó la adquisición de equipos y la capacitación técnica para el personal de la DPP (6 personas). Se hizo un estudio de campo en la vía costera del Atlántico norte en Río San Juan.

En cuanto a “3. Habilitación y fortalecimiento de capacidades de las bases de capacitación y enseñanza virtual”, se realizó la donación de equipos digitales en 5 oficinas (oficina del MITUR en Puerto Plata y la DPP en la oficina central, oficinas del INFOTEP en el norte de Santiago, en el nororiente de San Francisco y sucursal de Puerto Plata) y se hizo la organización y la mejora del ambiente para el desarrollo de recursos humanos mediante medios virtuales y equipos digitales.

En cuanto a “4. Desarrollo de capacidades de gestión de los destinos turísticos sostenibles de acuerdo con las normas mundiales”, se realizó una capacitación (20 horas en línea durante 2 semanas) por parte del GSTC (Global Sustainable Tourism Council), que desarrolla y difunde estándares globales para el turismo sostenible. Los participantes fueron: personal de nivel gerencial central y territorial del MITUR, asesores del INFOTEP, personal del Ministerio del Ambiente, ONG y actores privados de turismo, para un total de 40 personas, y finalmente 35 personas completaron el curso. En la sesión en vivo, los participantes se dividieron en grupos y discutieron sobre cuatro temas principales para profundizar la comprensión.

### 3. Estado de logro del Objetivo del Proyecto (según la PDM)

En esta sección, revisamos el estado de logro del Objetivo del Proyecto, teniendo en cuenta de las actividades implementadas y los principales resultados mencionados anteriormente. El grado de logro del Objetivo del Proyecto se muestra, de acuerdo con el "Objetivo del Proyecto" y sus indicadores, y el "Resultados esperados" y sus indicadores respectivos establecidos en la Matriz de Diseño del Proyecto (PDM).

Debido a la pandemia por el COVID-19, el trabajo local de los expertos japoneses se volvió imposible y las actividades originalmente planeadas no se pudieron realizar. Además, el turismo de playa, que había ido en constante aumento, se vio muy afectado y, al igual que otras naciones insulares del Caribe, se vio severamente perjudicada la economía que depende del turismo, por lo que parecía difícil lograr el Objetivo del Proyecto y allanar el camino para alcanzar el Objetivo Superior. Aunque aún se desconoce qué alcance tendrá el impacto de la pandemia y cuánto tiempo continuará, el período de implementación del Proyecto se extendió por 11 meses y las operaciones reales en el sitio se pudieron reiniciar a partir de febrero de 2021. Excepto algunos indicadores del Objetivo del Proyecto, pudimos lograr más que lo planeado. Aprovechando la relación entre las bases locales del Proyecto y las UP y GT, pudimos modificar con flexibilidad el plan y llevar a cabo las actividades, mientras atendíamos a la nueva situación que se generó en una situación crítica, a través de la orientación en línea.

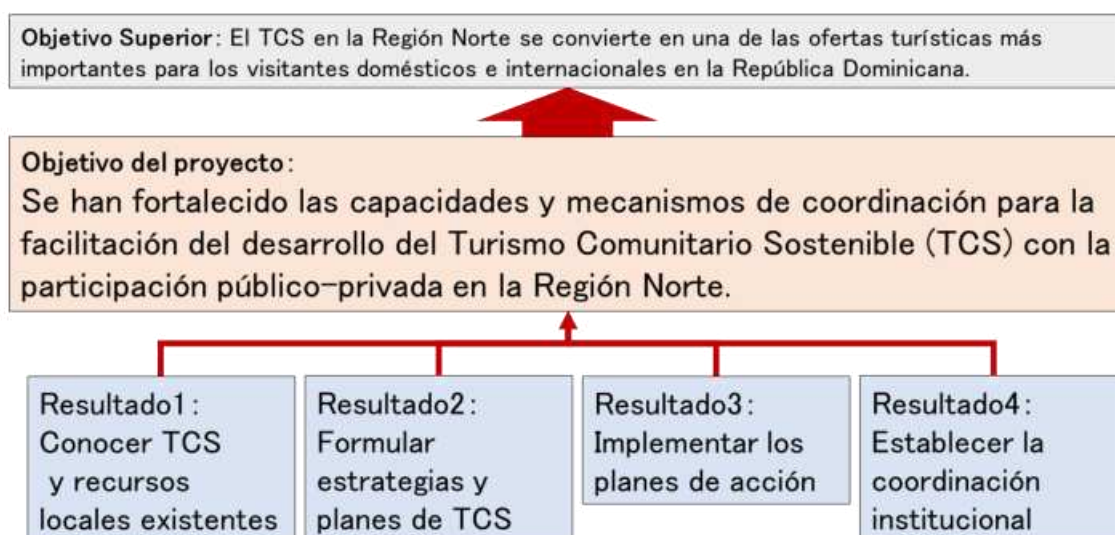


Figura 3-1 : Objetivo del Proyecto y Resultados

Con respecto al estado de logro que se muestra en esta sección, el grado de logro es 5 cuando el indicador está "completado / progresó más de lo planeado generando un impacto alto", 4 cuando está "casi completado / casi según lo planeado", 3 si está "casi completado, pero hay

espacio de mejora ", 2 cuando está "parcialmente no logrado y se requieren más esfuerzos", y 1 cuando está "sin lograr y no hay perspectivas de logro / es necesario considerar el contenido " (véase el Anexo).

### 3-1 Estado de logro del Objetivo del Proyecto

Esta sección describe el estado de logro del Objetivo del Proyecto que se muestra en la PDM, de acuerdo con los indicadores establecidos.

Objetivo del Proyecto: Se han fortalecido las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del TCS sostenible con la participación público - privada (PPP) en la Región Norte.	<b>4</b>
--	----------

Como resultado del logro del objetivo del proyecto, el mecanismo de coordinación para promover el desarrollo del TCS en la región Norte se posicionó como un modelo alternativo de desarrollo turístico orientado regionalmente para el desarrollo turístico en la República Dominicana, y se ha acumulado diversas experiencias y ejemplos a través de diversas iniciativas a nivel comunitario, regional y central. Hemos establecido un sistema de implementación para apoyar esto, y al tiempo que mostramos estrategias dirigidas a la expansión a nivel nacional, se han preparado manuales y guías prácticas que les ayudan a practicarlo, y a desarrollar aún más los recursos humanos que desempeñarán papeles activos allí. A partir de estos resultados concretos, se puede evaluar que este objetivo del proyecto se logró como se planeó originalmente al superar el desastre de COVID-19 y su impacto.

Sobre el Objetivo del Proyecto, están establecidos cinco indicadores. A continuación, se muestran el estado de logro y las perspectivas de logro de cada indicador.

Indicador 1: La Mesa de Coordinación Nacional (MCN) formada por las instituciones del gobierno central y sectores privados para facilitar las iniciativas TCS en la Región Norte ha sido formada y funciona.	<b>3</b>
--	----------

#### **Estado de logro del Indicador 1**

Con respecto al Indicador 1, como un sistema para desarrollar el TCS no solo en la región norte sino también a nivel nacional, en el interior del MITUR se formó un grupo de trabajo por 6 dependencias relacionadas con el tema, incluyendo el DPP (Dirección de Planificación y Proyectos), Viceministerio de Gestión de Destinos Turísticos, Viceministerio de Fomento, Viceministerio Técnico, Viceministerio de Cooperación Internacional y Viceministerio de Calidad Turística, y se conformó un sistema para evaluar buenas prácticas.



Aprovechando esta oportunidad, comenzaron a realizar la cooperación transversal entre el personal de nivel técnico dentro del MITUR y en el nivel territorial y de campo, en la implementación de las actividades de apoyo al TCS. Como un sistema de coordinación con otros ministerios y agencias, el DPP de MITUR atiende de manera individual a la dependencia correspondiente de cada entidad. El MITUR coopera, según la necesidad, con el nivel técnico de las entidades relacionadas como el INFOTEP, el MEPyD, el Ministerio del Medio Ambiente (Dirección de Ecoturismo) y el MICM (Departamento de apoyo a las Mipymes). Para ello, pudimos crear herramientas específicas como catálogos de ofertas de las instituciones centrales y catálogos de capacitación.

La Pandemia del coronavirus que golpeó en la segunda mitad del proyecto, donde se han expresado concretamente los resultados de las actividades de los años anteriores, ha estancado el movimiento de organizaciones relacionadas para fortalecer la mesa de coordinación para desarrollo de TCS. En tales circunstancias, han aprovechado las relaciones hasta el momento para involucrar a las principales entidades gubernamentales como MITUR, MEPyD, INFOTEP, el Ministerio del Medio Ambiente y el Ministerio de Salud, y ha concretamente realizado el apoyo de las comunidades para la formulación y operación de protocolos de prevención de propagación de enfermedades infecciosas tan pronto como en cualquier otro lugar en sector turismo. Sin embargo, no se ha llegado a establecer la Mesa de Coordinación Central que planeamos inicialmente. Por otro lado, los resultados de este Proyecto han comenzado a ser utilizados para promover el turismo comunitario en la región sur, y se espera que haya oportunidades para construir relaciones de cooperación concretas con los ministerios y agencias relacionadas con la estrategia de desarrollo del TCS.

Indicador 2: El grado de confianza para la facilitación de TCS en la Región Norte entre los miembros de la MCN.	<b>3</b>
---	----------

### **Estado de logro del Indicador 2**

En cuanto al Indicador 2, como se comentó en el Indicador 1, sobre la relación de confianza entre las partes involucradas en la conformación de la MCN, la relación dentro del MITUR ha mejorado, y también ha aumentado la relación entre el MITUR y cada uno de los ministerios. A través de la implementación de actividades específicas en sitio para promover el TCS, hemos promovido la construcción de relaciones individuales con organizaciones relacionadas. Se presentaron muchos cambios de personal en la etapa final del Proyecto, pero los esfuerzos continuos permitieron la formación de nuevas relaciones bajo la nueva administración. Por otra parte, se ha distanciado del Ministerio de Cultura, con el que no se han tenido muchas actividades comunes, y no se ha podido formalizar la MCN en su conjunto. Es posible aumentar el grado de

confianza entre los miembros, mientras se avanza en las actividades reales, además del acuerdo entre la alta dirección y el establecimiento de un sistema cooperativo a nivel técnico.

Indicador 3: Más de 7 grupos territoriales bajo el esquema de PPP, sirviendo como vehículo de coordinación y promoción del TCS, organizados y funcionado.	<b>4</b>
---	----------

### **Estado de logro del Indicador 3**

En cuanto al Indicador 3, se busca que los GT incrementen el valor de la región a través del turismo basado en la cooperación público-privada en cada región objetivo, y que se conviertan en la base de los destinos turísticos operados por actores regionales a nivel municipal, provincial, subregional y regional. Durante el período del Proyecto, se identificaron 16 GT los cuales ha sido objetivos de apoyo.

Estos grupos fueron formados en provincias en vías de desarrollo turístico y ciudades aledañas de áreas desarrolladas turísticamente, entre los cuales hay grupos territoriales formados fortaleciendo organizaciones existentes y grupos territoriales nuevos. Al final del Proyecto, se implementaron miniproyectos para apoyar un total de 15 GT (7 del nivel municipal y 7 del nivel provincial). Como apoyo a las actividades de desarrollo del TCS en municipios y provincias, se realizó la creación participativa de catálogos de recursos regionales, el desarrollo de tours temáticos en la región, la celebración de ferias regionales, la coordinación de viajes de familiarización (fam trip) y el apoyo a actividades de promoción. Además, también ha brindado orientación sobre la introducción del protocolo de prevención de la propagación de la enfermedad infecciosa. Se ha logrado la formación de 7 o más grupos regionales referida en este Indicador. Hay 4 grupos en el Cibao Norte, 5 en el Cibao Noroeste, 2 casos en Cibao Noreste y 3 en el Cibao Sur.

Indicador 4: Más de 30 productos y servicios para turistas, relacionados al TCS han sido desarrollados, promovidos y vendidos por los grupos territoriales.	<b>5</b>
---	----------

### **Estado de logro del Indicador 4**

En cuanto al Indicador 4, sobre el desarrollo y comercialización de productos y servicios del TCS en negocios comunitarios por parte de las UP, brindamos apoyo según la coyuntura como acción piloto desde cada base en cada subregión. Al final del proyecto, hay 10 UP en el Cibao Noroeste, 11 en el Cibao Norte, 5 en el Cibao Noreste y 5 en el Cibao Sur, para un total de 32 UP apoyadas por el Proyecto. Además, la cantidad de productos y servicios del TCS desarrollados, vendidos y promocionados es más alto que esta cifra.

Bajo la pandemia por el COVID-19, todas estas UP se vieron afectadas y desde la segunda mitad de 2020, también apoyamos la introducción del protocolo de prevención de propagación de

esta enfermedad y el establecimiento de un sistema de recepción después de la reactivación de actividades turísticas. A partir del primer semestre de 2021 se inició el movimiento de turistas nacionales, y todas las UP reanudaron las actividades, atendiendo a la reactivación de los turistas internacionales. Durante el 2021, brindamos el apoyo específico a estas UP como miniproyectos, mejorando productos de acuerdo con nuevas situaciones, desarrollando nuevos productos, instalando rótulos y tableros informativos, desarrollando infraestructura sencilla, elaborando materiales de promoción, fortaleciendo capacidades de marketing digital y formando. Se ha logrado el desarrollo, promoción y venta de más de 30 productos y servicios turísticos relacionados con el TCS, que son los objetivos de este Indicador.

Indicador 5: Más de 5 rutas turísticas integradas como destinos del TCS, han sido desarrolladas y promovidas.	<b>4</b>
---	----------

### **Estado de logro del Indicador 5**

En cuanto al Indicador 5, como destinos del TCS integrados, planteamos como destino de área amplia, el “Destino Turístico del Área Amplia del Norte: Cibao”, que apunta a toda la zona norte como uno de los circuitos multidestino nacionales establecidos en el plan del DPP del MITUR, bajo el cual se incluyen el “Circuito” del nivel de subregión, “Rutas temáticas” con el tema del nivel provincial y “Destinos comunitarios” del nivel municipal con base en las características y accesibilidad de cada zona, e hicimos el desarrollo y promoción de estos destinos involucrando a los actores locales. Dado que esta iniciativa se cruza con la formación de GT (Indicador 3), que son los organismos principales del nivel municipal y provincial, se considera que este indicador incluye hasta "circuitos temáticos" en múltiples provincias, pero que no se incluyen los “destinos comunitarios” del nivel municipal y provincial.

Hacia el final del Proyecto, hemos desarrollado y promocionado principalmente los siguientes tres proyectos: "Destino del área amplia del norte (descubrimiento de Cibao)", "Circuitos turísticos del Cibao Noroeste (Esencia del sabor)" y "Circuitos turísticos del Cibao Sur (Fuente de Cibao)". En el "Destino de área amplia del norte, descubrimiento de Cibao" se incorporaron como "Circuitos temáticos", la “Ruta de la costa donde se puede conocer una gran variedad de costas" y la "Ruta interior de la cultura y la gastronomía de Cibao". Así se formaron 5 casos en total.

### **3-2 Estado de logro de los Resultados del Proyecto**

#### 1) Estado de logro del Resultado 1

Resultado 1: Se ha diagnosticado el estado actual de TCS y los recursos locales en la Región Norte mediante la introducción y aplicación de un enfoque participativo	<b>4</b>
--	----------

con la colaboración de las instituciones relacionadas.	
--	--

El Resultado 1 es una iniciativa en la Fase de Diagnóstico, y están establecidos los siguientes dos indicadores, y el estado de logro se muestra sobre cada indicador:

RE 1-1 Se ha establecido la relación con los líderes locales en la región Norte	4
---	---

#### **Estado de logro del Indicador 1-1**

En la primera etapa del Proyecto, creamos una lista de partes interesadas, identificando organizaciones líderes para promover el turismo regional, construimos relaciones a través del apoyo para la formación y el fortalecimiento de UP y GT, realizamos exposiciones de turismo y seminarios regionales, y hemos construido relaciones entre actores, realizando viajes de familiarización e intercambios mutuos. Hemos venido actualizando la lista de partes relacionadas para cada subregión. A partir de 2000, comenzamos la capacitación de líderes comunitarios, la capacitación de expertos locales en el campo del turismo sostenible centrada en becarios de la capacitación JICA realizada en 2021, y los intercambios entre UP y GT, incluidos estos líderes. Así hemos construido una relación con se permite cooperar para participar en el evento. Además del desarrollo de recursos humanos individuales, se requería continuar fortaleciendo la construcción de relaciones entre los líderes y, en particular, era importante desarrollar recursos humanos intermedios locales para fortalecer la construcción del sistema de operación de destinos turísticos dentro de la región.

RE 1-2 Se ha elaborado un informe de diagnóstico del estado actual del TCS, recursos locales y grupos territoriales candidatos en la región Norte	4
---	---

#### **Estado de logro del Indicador 1-2**

El análisis de la situación actual se llevó a cabo a nivel regional y central como un "estudio básico". En el nivel regional, se resumió la situación actual del área objetivo (general y del turismo) para cada provincia, y se investigó el potencial de la región y del turismo. En el nivel central se realizaron la revisión de políticas y estrategias del sector turístico, el estudio sobre el estado actual de la promoción y el marketing, la recopilación de estadísticas relacionadas con el turismo y el estudio del estado actual de los sistemas estadísticos existentes. Organizamos el impacto de la pandemia por el COVID-19 generada en 2020 en la región y el sector turístico y reflejó la información en la estrategia y el plan de actividades. Además, dado que se busca expandir las actividades de desarrollo del TCS en todo el país en el futuro, también realizamos estudios básicos en otras regiones (región sur y región este) en un tiempo limitado.

2) Estado de logro del Resultado 2

Resultado 2: Se han formulado estrategias y planes para promover el TCS en la Región Norte, tomando en cuenta los casos implementados en la Provincia de Puerto Plata y las cuatro provincias del Noroeste	<b>4</b>
--	----------

En cuanto al Resultado 2, están establecidos los siguientes tres indicadores y se muestra el estado de logro para cada indicador.

RE 2-1 Se han desarrollado, ejecutado, monitoreado, y evaluado los planes de acción pilotos en la Provincia Puerto Plata y las cuatro provincias de la Región Noroeste	<b>4</b>
--	----------

**Estado de logro del Indicador 2-1**

En la primera etapa del Proyecto, se implementaron cinco proyectos piloto en el Cibao Norte y el Cibao Noroeste, y se prepararon informes de implementación para cada proyecto piloto. Los proyectos piloto realizados son los siguientes: Proyecto de mejora del ciclo de marketing de TCS a través de la creación de herramientas de promoción, 2. Proyecto de construcción de bases de destino de área amplia basado en la comunidad, 3. Proyecto de formación de temas y rutas turísticas por estudiantes universitarios, 4. Proyecto de Mejoramiento de la gestión del Centro de Información Turística con cooperación público-privada, 5. Proyecto de mapeo de información de recursos regionales. Además, desde la etapa intermedia hasta la etapa final del Proyecto, el apoyo a UP y GT individuales se posicionaba como acciones piloto, y adoptando un enfoque que facilite extraer desarrollo horizontal y metodologías basadas en la experiencia y las lecciones para mejorar la precisión y el efecto con el fin de reflejarlas en la estrategia realizamos periódicamente el monitoreo y la evaluación (utilizando los informes de monitoreo del Proyecto).

RE 2-2 Se han preparado una estrategia general y plan de acción en el nivel central para la facilitación de TCS, y al menos 7 planes de acción a nivel de grupos territoriales para promover TCS en la Región Norte.	<b>4</b>
--	----------

**Estado de logro del Indicador 2-2**

Con base en el esquema del documento de estrategia de desarrollo del TCS elaborado en 2018 y el borrador del plan de operación, fueron planificadas e implementadas las actividades del proyecto de acuerdo con las líneas estratégicas de las áreas centrales y locales. En 2019, con base en los logros y lecciones aprendidas hasta ese momento, se restablecieron las líneas estratégicas y se continuó con la implementación mientras se hacían ajustes menores a las actividades según las cinco líneas estratégicas. En 2020, mientras continuamos con las actividades en lo posible bajo la pandemia por el COVID-19, tomamos medidas de emergencia y respondimos teniendo en cuenta las condiciones cambiantes del mercado. En estas circunstancias, suponiendo la situación en la etapa post-corona llevamos a cabo actividades en 2021, según las seis líneas estratégicas. A

través del establecimiento provisional de dichas líneas estratégicas, la implementación de actividades de acuerdo con las líneas estratégicas, la revisión de actividades basadas en el monitoreo y la evaluación, hemos mejorado la precisión de la estrategia y, finalmente, se presentó el documento de la estrategia “Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS con 2030”. A su vez, se muestran los planes de actividades de cada subregión que están incorporadas en este documento de estrategia. El plan de actividades locales a nivel de GT también se relaciona con el Indicador 3 del Objetivo del Proyecto. Además de apoyar a 15 GT, se realizó el apoyo a 2 GL. A través del apoyo a 32 UP se hizo la planificación e implementación de las actividades. Por lo tanto, fue lograda la planificación de planes de acción de más de 7 grupos territoriales.

RE 2-3 Se ha preparado el plan de desarrollo de recursos humanos para promover el TCS en la región Norte.	<b>4</b>
---	----------

Utilizando la capacitación brindada por el INFOTEP y su sistema de implementación y apoyo, hemos establecido la línea estratégica para fortalecer el desarrollo de recursos humanos necesarios para promover el TCS, y elaboramos un plan que consta de seis siguientes pilares: 1. Formación y expansión de nueva capacitación del TCS, 2. Utilización de capacitación existente relacionada con el TCS, 3. Creación de materiales para la sensibilización sobre el TCS e implementación de seminarios, 4. Planificación e implementación de cursos de capacitación que respondan a las necesidades de fortalecimiento del sistema de desarrollo del TCS, 5. Fortalecimiento de facilitadores y asesores, y 6. Propuesta del programa integral de desarrollo de recursos humanos del TCS y formación de un sistema. De acuerdo con estos pilares, se implementaron actividades del Proyecto a partir de 2018.

### 3) Estado de logro del Resultado 3

Resultado 3: Las actividades de los planes de acción regionales y locales para promover el TCS en la Región Norte son implementadas	<b>5</b>
---	----------

Las actividades del Resultado 3 han sido las actividades principales junto con las actividades del Resultado 4 desde la etapa intermedia hasta la etapa final del Proyecto. Los siguientes tres indicadores están establecidos para el Resultado 3, y a continuación se muestra el estado de logro de cada indicador:

RE 3-1 Se han implementado al menos 30 actividades locales para desarrollar nuevos productos y servicios TCS	<b>5</b>
--	----------

### **Estado de logro del Indicador 3-1**

En cuanto a las UP formadas y desarrolladas a partir del 2018, se brindó una amplia variedad de apoyos para el desarrollo de productos y servicios turísticos como acciones piloto, y se logró apoyar a 32 UP al final del Proyecto. En realidad, se apoyaron a negocios más numerosas que esta cifra, pero aquí se muestra el número de las UP. Hay más de 50 productos y servicios del TCS que han recibido apoyo, y una UP ha desarrollado múltiples productos. Para respaldar esto, se implementaron 38 acciones hasta el 2020 (14 en el Cibao Noroeste, 16 en el Cibao Norte, 4 en el Cibao Noreste y 4 en el Cibao Sur) y entre el 2020 y 2021 se realizaron 44 acciones (11 en el Cibao Noroeste, 11 en el Cibao Norte, 4 en el Cibao Noreste, 5 en el Cibao Sur y 13 en otros sitios). En total se implementaron 82 acciones entre 2018 y 2021. Por lo tanto, fue logrado este Indicador que buscaba implementar al menos 30 actividades locales para el desarrollo y mejora de productos y servicios.

RE 3-2 Se han implementado al menos 5 actividades para desarrollar nuevas rutas turísticas	<b>4</b>
--	----------

#### **Estado de logro del Indicador 3-2**

Aunque se cruza con el Indicador 5 del Objetivo del Proyecto, hasta el momento se implementaron diversas actividades, como se describe a continuación. Como las actividades de "Destino de área amplia Cibao" se realizaron las siguientes tres actividades: la elaboración de la revista de "SOY CIBAO", la participación como "Destino CIBAO" en EXPO CIBAO, y la creación del sitio web del destino de área amplia Cibao. Como actividades relacionadas con "Circuitos turísticos de esencia del sabor " del Cibao Noroeste, se realizaron las siguientes tres actividades: la creación de estrategia regional de desarrollo, la implementación de múltiples viajes de familiarización, actividades de promoción de circuitos turísticos. Como actividades relacionadas con el "Circuito Turístico de Fuentes de Agua en Cibao " del Cibao Sur, se llevaron a las siguientes dos actividades: la producción y la presentación de mapas de conducción y la elaboración de un video de promoción. Además, se hizo el diseño de una ruta turística "Ruta de la costa norte para disfrutar 100 playas características" que es una de las 100 rutas temáticas. Por lo tanto, fue logrado este Indicador que buscaba realizar más de 5 actividades locales para desarrollar nuevas rutas turísticas (destino de área amplia, circuitos turísticos y rutas temáticas), ya que fueron implementadas 9 actividades en total.

RE 3-3 Se han capacitado más de 2000 personas en todos los niveles (ej. nivel local, grupos territoriales, nivel regional, y nivel central)	<b>5</b>
---	----------

#### **Estado de logro del Indicador 3-3**

La cantidad de personas que tomaron cursos relacionados con el TCS fue de 766 en 2018, 730 en 2019, 841 en 2020 y 726 en 2021, para un total de 3.063. El número de las personas que

participaron en las actividades de sensibilización sobre el TCS fue de 643 al final del 2018, 1.430 en 2019, 145 en 2020 y 1.037 en 2021, para un total de 3.255. A través las actividades realizadas hasta ahora, se han registrado oficialmente tres programas de capacitación del INFOTEP sobre el TCS, y dos propuestas están en preparación o modificación para el registro oficial. Además, hemos venido organizando un sistema que permite tomar otras capacitaciones relacionadas del INFOTEP en respuesta a las necesidades de UP y GT, por lo que hemos formado una base para el desarrollo continuo de recursos humanos. Se ha alcanzado el número de 2000 personas establecido en este Indicador, superando el número previsto de personas originalmente.

#### 4) Estado de logro del Resultado 4

Resultado 4: Se ha establecido la coordinación institucional para la facilitación de las actividades de TCS en la Región Norte	<b>4</b>
--	----------

En cuanto al Resultado 4, están establecidos 4 indicadores para establecer el sistema de desarrollo del TCS. A continuación, se muestra el estado de logro de cada indicador.

RE 4-1 Se ha preparado un manual recopilando las buenas prácticas de TCS en la Región Norte.	4
--	---

#### **Estado de logro del Indicador 4-1**

En cuanto a las buenas prácticas, hemos realizado hasta ahora el reconocimiento de buenas prácticas en el CCC del Proyecto (en febrero de 2019), el reconocimiento del turismo comunitario por la Asociación Nacional de Medios de Turismo (en junio de 2019), el reconocimiento de buenas prácticas en el Día Internacional del Turismo (en septiembre de 2019), y el reconocimiento de buenas prácticas por la iniciativa del MITUR, que se llevó a cabo bajo la pandemia después del cambio del gobierno (en noviembre 2021) En cuanto al reconocimiento de buenas prácticas por la iniciativa del MITUR, con el liderazgo de la DPP se formó un grupo de trabajo con otros cinco departamentos relacionados y este grupo evaluó las buenas prácticas de siete áreas. A través del proceso de definición de aspectos de evaluación, selección de candidatos, visitas in situ para la evaluación, entrevistas en línea, se extrajo para premiar un caso de buenas prácticas en cada uno de los 7 campos, desde los 50 candidatos. Este proceso de extracción de buenas prácticas y las buenas prácticas extraídas fueron documentados. Además, fue creado un memorial que resume las actividades de 32 UP y 15 GT que han sido apoyadas hasta el momento y el apoyo recibido. En las directrices de práctica individual, se muestran los métodos y procedimientos y se presentan ejemplos de su uso real.

RE 4-2 Se ha preparado un programa de capacitaciones para la facilitación de las actividades de TCS en la Región Norte	4
--	---



#### **Estado de logro del Indicador 4-2**

Como cursos oficiales de capacitación del INFOTEP (alrededor de 80 a 130 horas) relacionados con el desarrollo del TCS, hasta ahora se han realizado la implementación de prueba y el registro de los siguientes tres cursos: 1. Curso de capacitación básica del TCS (2018), 2. Curso de capacitación de desarrollo de productos turísticos del TCS (2019) y 3. Curso de formación de líderes (2020). Además, se elaboró el currículo y materiales de estos cursos y se inició la difusión horizontal de estos cursos. En 2021 se propuso una mejora del curso de formación de guías, en coordinación con el MITUR, el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y el INFOTEP. Además, apoyamos a construir las bases de programas de formación de recursos humanos que puedan ser ampliamente utilizados en el futuro, como la creación del borrador de curricular y materiales para programas de formación relacionados con la gestión de crisis turísticas, y la creación del currículo para programas de formación práctica basados en el intercambio entre UP y GT.

RE 4-3 Se ha elaborado una propuesta de medidas / recomendaciones para garantizar la sostenibilidad de las actividades de TCS en la Región Norte.	<b>4</b>
---	----------

#### **Estado de logro del Indicador 4-3**

Las recomendaciones para garantizar actividades sostenibles del TCS en la región norte están relacionadas con el Indicador 2-2 y se presentan como recomendaciones en el documento de la “Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS”. Hasta ahora, se elaboró el borrador del documento de estrategia de desarrollo del TCS en 2018 y se establecieron 5 líneas estratégicas de actividades para avanzar en la construcción del sistema de desarrollo del TCS. Luego, teniendo en cuenta la situación bajo la pandemia, presentamos una propuesta de 6 líneas estratégicas e implementamos acciones para materializar dichas líneas estratégicas en las actividades del Proyecto. Sacando lecciones de ese proceso, presentamos la versión final de la Visión 2030 y medidas para su realización. Por otro lado, además de la respuesta a corto plazo, suponiendo la atención que se requiere a medio y largo plazo teniendo en cuenta la situación post-covid, apoyamos el trabajo de elaboración de recomendaciones para la recuperación del sector turístico en cooperación con la OMT.

RE 4-4 Se han preparado las directrices del MCN para facilitación de las iniciativas de TCS en la Región Norte	<b>4</b>
--	----------

#### **Estado de logro del Indicador 4-4**

Organizando las experiencias y lecciones aprendidas a través de la implementación de las actividades del Proyecto, hemos creado manuales para apoyar el desarrollo de productos del TCS y la construcción de un sistema de operación de destinos turísticos. En relación con esto, hemos

creado directrices de práctica individual basadas en acciones individuales. Los principales contenidos de las directrices prácticas son el redescubrimiento de los recursos locales, el marketing digital, la creación de planes de negocios y la utilización de la capacitación para el desarrollo de recursos humanos. Estos manuales y directrices prácticas están vinculados con la Visión 2030, y se espera que el desarrollo del TCS continúe implementándose en la región norte y otras regiones incluso después de que se complete el Proyecto. En las directrices prácticas, se resumen los procedimientos, métodos y herramientas, y también se muestran casos específicos para que las actividades en Cibao se profundicen y expandan, permitiendo difundir horizontalmente a otras regiones. Asimismo, en enero de 2022 se actualizó el catálogo de herramientas de apoyo, cuya versión primera fue creada en 2020, para los organismos miembros de la MCN.

## 4. Recomendaciones para el Logro del Objetivo Superior

Esta sección muestra el Objetivo Superior del Proyecto que se espera materializar entre 3 y 5 años después del final del Proyecto y la perspectiva de logro al final del Proyecto según los indicadores. Al final del Proyecto, se realizó un cuestionario simple a las personas relacionadas con el Proyecto, para identificar los resultados e impactos del Proyecto. Con base en éstos, presentamos recomendaciones para lograr el objetivo Superior.

### 4-1 Perspectiva del logro del Objetivo Superior del Proyecto

Objetivo Superior: El Turismo Basado en la Comunidad (TBC, Turismo Comunitario Sostenible: TCS) en la Región Norte se convierte en una de las ofertas turísticas más importantes para los visitantes domésticos e internacionales en la República Dominicana	<b>4</b>
--	----------

El Objetivo Superior de este Proyecto es que el TCS en la región norte se convierta en un nuevo atractivo turístico además del turismo de playa, situación que se logrará en 3 a 5 años después de que se complete el Proyecto. Los esfuerzos realizados para ver la región norte como un destino de área amplia Cibao y posicionar el TCS en la promoción turística del MITUR son actividades que buscan acercar al logro del Objetivo Superior. A continuación, se muestra la situación al final del proyecto de acuerdo con los dos indicadores.

OS1. El número de los productos y servicios del TCS vendidos por parte de las agencias de viaje dentro y fuera de la República Dominicana se incrementará en 200%.	<b>4</b>
--	----------

#### **Estado de logro del Indicador 1**

Entre los productos de TCS / UP incluidos en la lista del TCS (enero de 2017), hay 10 sitios que se comercializan incorporados en viajes organizados. Con base en esta cifra, se busca tener 30 sitios del TCS, que corresponde al aumento del 200 %, que estén incluidos en viajes organizados y promocionados y vendidos por agencias de viaje. Para marzo de 2020, 15 sitios del TCS estaban incluidos en viajes nacionales e internacionales.

Debido a la propagación de la enfermedad por el nuevo coronavirus, las ventas de las agencias de viajes en el exterior cayeron drásticamente, pero en 2021, gracias al avance de la vacunación, se inició la recuperación general del turismo internacional. Por otro lado, en el segundo semestre de 2021, se volvió una situación difícil por la expansión de nuevas cepas mutantes y se proyecta en el mundo que se demorarían unos años más para recuperar completamente el turismo internacional. Así se espera que se continúe una situación difícil, para

que se organice el entorno de negocios estable para el sector de viajes nacionales e internacionales, bajo esta situación inestable. Al mismo tiempo, es necesario considerar que el uso de las TIC ha creado un entorno en el que los sitios del TCS pueden interactuar directamente con los viajeros y se han establecido canales de venta y promoción que no pasan por intermediarios. A fines de enero de 2022, la cantidad de productos y servicios del TCS vendidos a agencias de viajes nacionales y extranjeras fue de 26.

OS2. El estatus de la implementación del TCS en la Región Norte en las oficinas de promoción de turismo de MITUR dentro y fuera de República Dominicana.	<b>4</b>
--	----------

### **Estado de logro del Indicador 2**

Luego del establecimiento de la nueva administración en agosto de 2020, se reorganizó el sistema del MITUR, y hubo cambios significativos del personal de la C/P comparando con el personal que se encontraba hasta la etapa intermedia del Proyecto. Las oficinas en el extranjero siguen siendo las Oficina de Promoción Turística (OPT) bajo el Departamento de Promoción Turística, y las oficinas regionales en el país se ubicaron recientemente bajo el Departamento de Destinos Turísticos. Como Oficinas de Gestión de Destinos Turísticos (OGD) están instaladas oficinas locales y oficinas provinciales. Bajo este sistema, coordinando con el DPP y el Departamento de Destinos Turísticos se trabajó en el fortalecimiento de las funciones de las oficinas locales y la capacidad de los recursos humanos allí asignados. Hasta ahora, la función de promoción no se cumplió en su totalidad, pero se espera que jueguen un papel importante en el desarrollo del turismo regional, incluido el TCS. Además, se espera expandir el TCS horizontalmente a otras regiones, utilizando el sistema, la experiencia y los recursos humanos de la región norte, y ya se está preparando para la expansión a la región sur. Además, como promoción interna, la oficina de promoción interna del Departamento de Promoción Turística realiza viajes de familiarización y también se realizan actividades de promoción utilizando materiales y el sitio web.

Las oficinas de promoción de turismo en el extranjero no pudieron responder adecuadamente debido a las diferencias en la situación de la pandemia y la respuesta tomada en cada país, pero hicimos una presentación de la región norte en línea, a las oficinas de los países hispanohablantes. Se hizo la presentación de productos y destinos de área amplia por parte de la comunidad, pero no fue posible hacer un seguimiento suficiente porque la respuesta a la pandemia fue priorizada.

## **4-2 Recomendaciones para el logro del Objetivo Superior**

### **Fortalecimiento adicional de las funciones y los recursos humanos de las oficinas regionales**

Con la reorganización del MITUR, se espera que en el futuro se fortalezcan las funciones de las oficinas territoriales. En el sistema a nivel regional, además de fortalecer los recursos humanos de los destinos individuales existentes (provincias), se propuso asignar recursos humanos que tienen jurisdicción sobre múltiples provincias a nivel de región o subregión y que apoyan el desarrollo del TCS. Para fortalecer las funciones de las oficinas territoriales, es necesario asignar recursos humanos adecuados y presupuestos para actividades. Los recursos humanos con experiencia, conocimiento y pasión son indispensables para comunicarse ampliamente con las partes interesadas locales, recopilar la información y desarrollar la coordinación y el apoyo necesarios para las actividades. Para promover la diversificación del turismo, se debe considerar alguna delegación de competencias de la sede central a las oficinas territoriales. Es necesario asignar recursos para fortalecer el sistema regional tanto como sea posible para asegurar la efectividad del apoyo.

En cuanto a las oficinas de promoción en el extranjero, solo pudimos responder de manera limitada, como la realización de estudios en la primera etapa del Proyecto y actividades de promoción en línea en la etapa final, pero aún es necesario fortalecer los recursos humanos de las oficinas que son las bases de la promoción turística del MITUR en cada país. Para que puedan hacer gestión al mercado, aprovechando las fortalezas de estas sedes en el exterior, será efectivo enviar algunos funcionarios encargados del TCS (del nivel central o territorial, o expertos externos) a ferias del turismo que se realizan en cada mercado (como FITUR en España) para que haga la promoción.

### **Fortalecimiento del sistema para responder al nuevo entorno del mercado**

En cuanto al aumento del número de productos y servicios del TCS vendidos a agencias de viajes referido en el Indicador 1, la distribución de productos y servicios TCS ya no depende necesariamente de las empresas turísticas debido a la diversificación de los mercados turísticos y las cadenas de valor. Las UP y GT del nivel comunitario tienen más oportunidades de interactuar directamente con los consumidores finales, y el papel de los intermediarios está cambiando. Al mismo tiempo, al poder asegurar varios canales de distribución, será posible responder a los mercados cambiantes y los cambios ambientales en la industria del turismo, permitiendo reducir riesgos. Es deseable que la parte que ofrece el apoyo pueda responder de manera oportuna con base en la información como el estado más reciente de la industria del turismo y las tendencias futuras del mercado. El MITUR pone importancia en las estadísticas de turismo y la inteligencia de mercado en los últimos años, y si la información se puede utilizar dentro de la organización y para la comercialización del TCS, se podrá conducir a una promoción más eficaz del TCS.

Por otro lado, el cuerpo principal de los productos y servicios del TCS es la comunidad, y el del sistema de implementación serán UP y GT. Si se aumentan las oportunidades de interacción

directa con los consumidores finales sin pasar por agencias de viajes se podrá conducir a la diversificación de productos que satisfagan las necesidades del mercado y la expansión de las ganancias para los residentes. Las regulaciones sobre el sector turístico también deben atender a esta situación. Es importante que los límites del sistema de implementación basado en el MITUR no se conviertan en los límites del desarrollo del TCS, sino que se realicen los esfuerzos basados en un entendimiento pleno sobre la superioridad del regional y comunitario y la flexibilidad para responder al entorno cambiante.

## 5. Retos, Ideas Creativas y Lecciones Aprendidas en la Gestión de la Implementación del Proyecto

En esta sección, como resumen de los retos, las ideas creativas y las lecciones aprendidas en la gestión de la implementación del Proyecto, se describen los retos y las lecciones relacionados con el diseño del Proyecto, los retos a los que se enfrentaron en la implementación y las lecciones obtenidas y las ideas creativas para mejorar la eficacia del Proyecto.

### 5-1 Retos del diseño del Proyecto

Como retos del diseño del Proyecto, se muestran los retos relacionados con los aspectos básicos del Proyecto que se han venido revelando durante la implementación y la reflexión y las lecciones aprendidas.

#### **Retos relacionados con la formación de la MCN**

**Retos:** La Mesa de Coordinación Nacional (MCN) de los ministerios y organismos pertinentes para el desarrollo del TCS no es un sistema que pueda tomar acciones concretas como un lugar para la coordinación funcional.

La MCN se muestra en el indicador del Objetivo del Proyecto como un espacio de coordinación y cooperación integral para el desarrollo del TCS, con la participación de representantes de diferentes ministerios y agencias, bajo la iniciativa del MITUR, la contraparte principal del Proyecto. Inicialmente, la reunión plenaria se realizó en ocasión del CCC y también se celebraba para profundizar el entendimiento para la formulación de la estrategia de desarrollo del TCS, el aporte desde las dependencias y los ministerios relacionados hacia la MCN fue limitado.

Inicialmente, se pretendía formar oficialmente la MCN con base en el acuerdo de alto nivel de los ministerios participantes, pero se veía que, aunque el acuerdo se realizara sin organizar acciones específicas, no sería un espacio que funcionara. También se reveló que hay condición limitada que el DPP del MITUR tuviera una función central de coordinación entre diferentes ministerios, por lo tanto, cambiamos lineamientos de esfuerzos dirigidos para el fortalecimiento y la oficialización de la MCN.

**Respuesta:** Cambiamos lineamientos desde la creación de una herramienta de apoyo común, a la manifestación de resultados concretos a través de la cooperación entre dos ministerios enfocándose en temas específicos.

Se decidió que la cooperación entre varios ministerios se debe basar en la creación de un catálogo de herramientas de apoyo y su actualización, y se puso más énfasis en la cooperación en la implementación de actividades específicas en el campo a partir de la relación entre dos ministerios. A partir de ahí, seleccionamos temas específicos que conducirían a acciones específicas, profundizamos el análisis de los retos con las personas involucradas y los vinculamos a la cooperación de actividades en el sitio. Cuando trabajamos en el desarrollo de recursos humanos de turismo y guías locales, nos enfocamos en la coordinación entre los programas del MITUR, el INFOTEP y el Ministerio de Medio Ambiente, y discutimos y coordinamos con el Ministerio de Cultura y representantes de asociaciones nacionales de guías. Como resultado, pudimos proponer procesos de aplicación específicos, mejorar los programas de capacitación y realizar capacitación piloto real (2 grupos) ante los problemas de los guías locales y guías de naturaleza, que han permanecido (o que han estado presentes) durante muchos años con el Ministerio del Medio Ambiente. Además, se logró realizar el apoyo a negocios comunitarios por parte del Centro PyMES del MICM.

Para hacer esta coordinación, fue necesario comprender las funciones originales, las herramientas y los programas de apoyo y las capacidades de cada ministerio y dependencia, aclarar el apoyo que podíamos brindar y ajustar las necesidades del sitio a las necesidades de ministerios, antes de plantear las actividades. Esto iba mucho más allá de las funciones del DPP del MITUR, por lo que fue dirigido por el Proyecto. Antes de desarrollar activamente la MCN, se priorizó el incremento de la función de coordinación entre diferentes dependencias del MITUR y se fortaleció la cooperación individual entre el DPP y cada una de las otras dependencias del MITUR, que es el coordinador general, para materializar la coordinación con otros ministerios.

**Lección: Verificar los requisitos previos para construir una MCN funcional y realista**

Entre los muchos temas del desarrollo turístico, para formar una MCN funcional en el tema específico del desarrollo del TCS, si no existe una acumulación de experiencias de creación de un consenso y colaboración entre organizaciones relacionadas con el desarrollo turístico en general, es necesario prever un proceso que toma tiempo para conducir a un sistema concreto. Si el MITUR no tiene función de coordinación o si no se entiende la necesidad, se requiere cambiar la posición de la MCN y el tiempo de formación según la situación. Además, dado que existen múltiples temas relacionados con el desarrollo de TCS en todos los ámbitos, sería bueno que se encargue algún ministerio o dependencia que tiene experiencia por tema específico.

Si la construcción de la MCN se va a realizar al mismo tiempo que se instala el sistema de implementación del Proyecto dentro de la organización C/P, se debe tener en cuenta la capacidad previa de coordinación externa de esta organización. Un sistema como una MCN es solo un medio, y si ese medio no se puede utilizar, no debe construirse a la fuerza bajo la iniciativa del Proyecto.



### **Retos relacionados con el área objeto amplio**

**Retos:** En la zona norte conformada por 14 provincias a las que se dirigía el Proyecto, no existe una organización que gestione la región en conjunto (incluyendo al MITUR) Bajo esta situación, ¿cómo se debe adelantar las actividades con el sistema de implementación, con los aportes y el tiempo limitado, desarrollando no solo sitios del TCS sino también el sistema de operación de destinos y rutas turísticas que incluyen muchos actores relacionados?

El área objeto de este Proyecto son 14 provincias de la región norte, con una población de 3,2 millones que corresponde al 30% de la población total, y un área de 18,9 mil km<sup>2</sup> que equivale al 33% del territorio total. Además de apoyar a la comunidad, venimos trabajando con la intención de aumentar a la región las oportunidades de participación en el turismo. Se requiere desarrollar un apoyo que se adapte a las características de cada región y la situación de los actores relacionados, y también se debe establecer un sistema de apoyo en la región. Por otro lado, en la estructura del MITUR no hay una oficina para toda la región Norte, y las oficinas territoriales que están en los principales destinos turísticos tienen funciones limitadas en términos de personal, experiencia y presupuesto.

En la primera etapa del Proyecto, las áreas prioritarias eran el Cibao Norte y el Cibao Noroeste, pero en la etapa final, las áreas prioritarias se ampliaron a cuatro provincias del Cibao Noreste y tres provincias del Cibao Sur, pero tuvimos dificultades para implementar actividades efectivas en el campo, por la falta de recursos existentes, particular recursos humanos.

**Respuesta:** Implementar iniciativas modelo teniendo en cuenta el objetivo, mientras responden con múltiples escenarios de implementación.

A partir de las actividades realizadas hasta ese momento, comenzamos el desarrollo posterior con énfasis en los siguientes puntos: (1) Aprovechando al máximo el sistema existente de organismos afines centrados en el MITUR, fortalecer las bases en cada subregión con base en las funciones necesarias para las actividades características del TCS, (2) Identificar y fortalecer las actividades ya realizadas (circuitos y rutas o sitios del TCS donde hay movimiento de visitantes), (3) A través del planteamiento y la verificación de métodos, medios y procesos del desarrollo, organizarlos para que puedan realizar el desarrollo y la aplicación en otras regiones, de manera más efectiva y eficiente, y (4) Identificar los sitios del TCS y las comunidades (municipios) a apoyar y estratégicamente realizar el apoyo pensando en la expansión que se hará en el futuro.

Específicamente, durante el período del Proyecto, logramos establecer y fortalecer las bases para cada subregión. La oficina que es la base de Puerto Plata se ha mudado dos veces, pero de 2019 a 2020 se habilitaron una oficina de la unidad encargada de la nueva oficina territorial. En el Cibao Noroeste, inicialmente no había oficina, pero cuando se instaló en Mao, se estableció una oficina de promoción del TCS. De manera similar, en el Cibao Sur, se instaló una oficina en Cotuí.

Durante la ejecución del Proyecto logramos fortalecer la función y realizar la gestión con comunidad, luego de identificar la necesidad de la instalación de la oficina, presentar la solicitud, obtener el permiso formal y realizar la instalación y el apoyo al personal. Por otro lado, en el Cibao Noreste, donde no se pudo instalar la oficina, se limitó al apoyo remoto y puntual, y no alcanzó el posicionamiento del TCS en la región ni la cooperación entre organizaciones afines (subregión).

**Lección:** Cuando se desarrollan actividades en toda la región (actividades en una región o subregión conformada por varias provincias), es necesario que esté establecida una oficina territorial con la asignación del personal. Sin estas condiciones previas se demora tiempo en la construcción de un sistema de desarrollo en el nivel comunitario o regional.

Es importante comprender muy bien la realidad de la región junto con la CP, con respecto al establecimiento de oficina y la asignación del personal en el área objeto, y verificar que existe un sistema que cubre el área objeto, antes del inicio del proyecto.

### **Retos relacionados con el desarrollo turístico basado en la comunidad**

**Retos:** Con respecto a la formación de un sistema de desarrollo de destinos turísticos basado en un enfoque participativo, el enfoque de desarrollo basado en la iniciativa y autonomía de la comunidad es bastante diferente que el desarrollo turístico que prioriza la inversión extranjera, que la República Dominicana adelanta prioritariamente. Además, lleva tiempo para que las personas interesadas entiendan que se demora un tiempo prolongado para que los productos y servicios turísticos generen ganancias y que esas ganancias se retornen a la comunidad.

El concepto básico de este Proyecto, "Turismo Basado en la Comunidad", enfatiza no solo la diversificación de los productos turísticos, sino también la iniciativa y autonomía de la comunidad y el desarrollo de su sistema de operación. Este enfoque de desarrollo regional que enfatiza la iniciativa y la autonomía requiere esfuerzos en unidades de varios años o más de una década, a diferencia del mero fomento de pequeñas y medianas empresas. Al observar los casos de desarrollo regional como el movimiento de OVOP (Movimiento Un Pueblo, Un Producto) de

la prefectura de Oita e "Irodori" de la prefectura de Tokushima, se observa que tomaron más de una década para obtener retorno de las ganancias a la región, repitiendo prueba y error.

En este proyecto, con el fin de fomentar la iniciativa y la autonomía de la comunidad, los representantes de la comunidad identificaron los recursos locales, establecieron temas de la región y promovieron la comercialización de los productos turísticos derivados de esos recursos locales. El ciclo sinérgico de fortalecer la iniciativa de la comunidad local y comercializar los recursos locales ha comenzado a rotar, pero pasará algún tiempo antes de que realmente pueda atraer turistas y vender productos. Es difícil que los actores internos y externos del Proyecto lo entiendan.

**Respuesta:** Como resultado de profundizar las discusiones con la CP al inicio del Proyecto, se definió que el propósito de "Turismo Comunitario Sostenible (TCS)" es diversificar las ofertas turísticas, expandir los intereses de las comunidades locales y empoderar a la región, de acuerdo con el contexto de la República Dominicana. Hemos venido confirmando constantemente este propósito y enfatizábamos estos tres puntos cuando socializábamos el TCS con el fin de ofrecer el apoyo adecuado de desarrollo dirigido al mismo propósito. Además, mostramos el estado del ciclo ideal de negocios del TCS y territoriales, a través de casos reales de apoyo, y dividimos el proceso para alcanzarlo en varias etapas. Esto permitió mostrar la línea de tiempo de este enfoque, aclarar el estado objeto y el progreso actual del Proyecto, y compartirlo con las personas involucradas en el Proyecto.

**Lección:** Dado que se espera que incluso el TCS, que generalmente se considera, puede variar según la historia del desarrollo del país y el estado actual del desarrollo turístico, los conceptos y términos clave deben ser discutidos y revisados a fondo según sea necesario, y profundizar la comprensión sobre ellos. En la etapa final del Proyecto, se hizo posible profundizar la consideración del empoderamiento regional a partir de ejemplos y resultados concretos.

A través del esfuerzo de los actores de UP y GT en el TCS, se ven casos donde la forma de participación ha llegado a un nivel alto donde se asocian varios actores para el desarrollo de un proyecto y realizan una operación y gestión autónoma, en lugar de una participación sólo en la planeación. Sin embargo, es necesario ser plenamente consciente de que lleva tiempo para generar estos resultados.

## Escaleras para la participación ciudadana (mirada de las comunidades)

Forma de participación		Nivel	Resumen
6	Dirigir	De la participación a la gestión.	Autogestión, gestión y ONG
5	Soportar		Socio de Negocios/Gestión
4	Participar	Participación activa	Participación en la planificación
3	Demandar	Participación una vía	Quejas, órdenes, recomendaciones y sugerencias
2	Pensar	Participación reactiva	Inspección, comparación y evaluación
1	Escuchar y conocer		Recopilación de información, introducción y recorridos

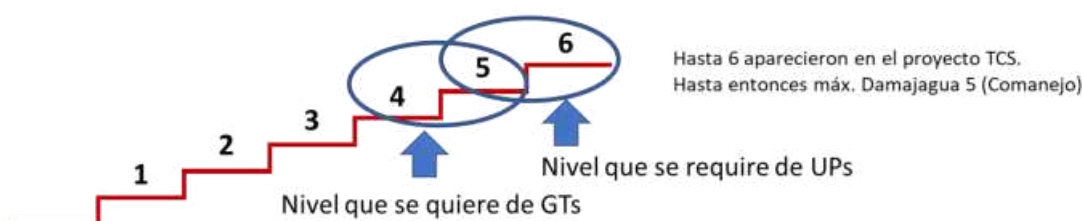


Figura 5-1: Escaleras del nivel de participación, teniendo en cuenta el empoderamiento de la comunidad local en el TCS

### 5-2. Retos encontrados en la implementación del Proyecto

#### Retos y lecciones aprendidas relacionadas con el apoyo a negocios comunitarios 1

**Retos:** Los costos de apoyo a negocios de pequeña escala (apoyo a la introducción y atención) para UP individuales han aumentado, y la cantidad de personal se ha convertido en un factor limitante para la cantidad de grupos que pueden recibir apoyo.

**Ideas creativas:** El apoyo a negocios individuales se clasificó desde una perspectiva de costos y se incorporó a la evaluación del modelo de apoyo.

Los 14 objetivos de apoyo del Cibao Norte fueron analizados, y se clasificaron en dos categorías; (1) la conversión de empresas existentes en empresas de turismo y (2) la formación de nuevas empresas de turismo, desde el punto de vista de los costos de apoyo. Dado que las empresas de la categoría (1) ya tienen los fundamentos del negocio y el costo de apoyo es relativamente bajo, pudimos responder con apoyos técnicos puntuales centrados en la capacitación de INFOTEP. En caso de (2), no existe una entidad y cuesta mucho formarla, por lo tanto, hemos limitado la cantidad de apoyo en la etapa final del Proyecto en el Cibao Norte.

**Lección:** Para aumentar el número de proyectos objeto de apoyo, la conversión de empresas existentes en empresas turísticas (1) es el atajo. Para formar una empresa o un organismo con varios actores (2), se requiere una cierta cantidad de recursos, por lo que se debe aplicar la habilidad y los recursos del MITUR que ofrece el apoyo. Pensando que el apoyo del MITUR se realice en cada región a través de la oficina regional, es necesario evaluar el objeto que debe ser apoyado con recursos públicos. En el Proyecto, se realizaron evaluaciones de acuerdo con los tres grandes objetivos del desarrollo del TCS (1. mejora de las ofertas turísticas, 2. beneficios para la región a través del turismo, y 3. sí conducirá al empoderamiento de la región). Los “4. Puntos a mejorar (intervención)”, “5. Necesidad de permiso y aprobación”, y “6. Costo de apoyo al posicionamiento actual” fueron utilizados como aspectos de evaluación (véase la figura). Se puede levantar y desarrollar muchos negocios turísticos, apoyando desde las empresas que se requieren menos “costo de apoyo”, de acuerdo con el presupuesto y la capacidad del personal del MITUR. Por otro lado, aquellos que pueden generar el empoderamiento local y beneficios al involucrar muchos actores en un área determinada deben ser analizados, aunque el “costo de apoyo” pueda ser elevado, ya que pueden desarrollarse ampliamente por mucho tiempo, como un núcleo del desarrollo local apoyado por el grupo territorial

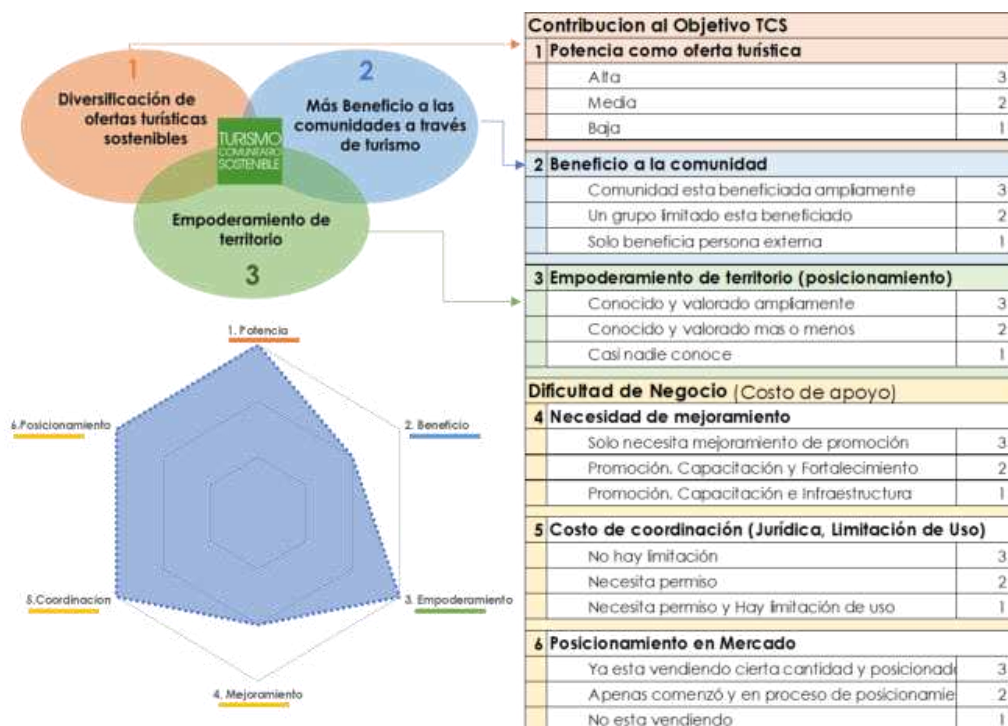


Figura 5-2: Tabla de evaluación de negocios comunitarios del turismo

## Retos y lecciones aprendidas relacionadas con el apoyo a negocios comunitarios 2

**Retos:** Hay límite en el “alcance de apoyo” según la naturaleza de cada entidad. Por ejemplo, el

INFOTEP es una institución de formación que por su función no puede brindar apoyo material o financiero posterior a la formación. Así fue difícil la obtención de un apoyo de este tipo de alcance.

Existen diversas necesidades en la promoción de los negocios comunitarios, y las instituciones existentes no siempre cuentan con herramientas de apoyo que respondan con precisión a esas necesidades. En tales casos, a menudo se tomó tiempo para brindar apoyo, el apoyo brindado no se utilizó en el campo y el efecto se redujo drásticamente.

**Ideas creativas:** El Proyecto complementó y ajustó las falencias de cada institución, y en algunos casos, el Proyecto brindó apoyo como piloto.

**Lección:** Para apoyar a negocios locales entre diferentes entidades (MITUR, el Ministerio de Medio Ambiente y el INFOTEP), se requiere un costo de coordinación y es difícil mantener la motivación del objeto de apoyo.

En el Proyecto, hemos aplicado ideas creativas para que la capacitación que realiza el INFOTEP en relación con el turismo sea una “capacitación fructífera”, haciendo el apoyo material, pero se debe asegurar el presupuesto que permite al INFOTEP realizar el apoyo material y de la capacitación, después de la finalización del Proyecto, y analizar la posibilidad de unificar los programas de apoyo en el MITUR.

### **Retos y lecciones aprendidas relacionadas con la transferencia técnica al nivel central 1**

Importancia de considerar la consistencia entre el contenido de actividad del proyecto y el contenido de trabajos de las dependencias de C/P.

**Retos:** Inicialmente, MITUR no contaba con un departamento a cargo del turismo comunitario sostenible, que es el tema principal del Proyecto. Esta situación puede suceder en otros proyectos, y puede ocurrir en el sentido de que se adopte un enfoque diferente al desarrollo turístico convencional. Sin embargo, el departamento que se convirtió en la C/P directa del Proyecto (Dirección de Planificación y Proyectos Turísticos: DPP) es un departamento que se encarga del diseño de áreas turísticas (elaboración de planos de diseño del desarrollo urbano), y se puede decir que es un campo completamente diferente que el apoyo a las actividades y al sistema de operación de destinos turísticos basado en la comunidad. Por lo tanto, será difícil que estas transferencias técnicas conduzcan al fortalecimiento de las funciones y capacidades del departamento, y por razón de la naturaleza de del departamento, ha sido difícil para el departamento asignar personal y presupuesto a esos propósitos. Por otro lado, con el cambio de gobierno en 2021 y el consiguiente cambio de ministro de turismo y reestructuración organizacional, se estableció el

Viceministerio de Gestión de Destinos Turísticos dentro del MITUR. Se espera que esta dependencia se encargue de fortalecer la capacidad de gestión turística local, y está planificando y asumiendo contenidos de trabajo acordes con las actividades del Proyecto.

**Ideas creativas:** Inmediatamente después del establecimiento de dicho Viceministerio, enfatizamos que las actividades del Proyecto están estrechamente relacionadas con los contenidos del trabajo del Viceministerio y las ventajas de este al encargarse de los resultados expresados del Proyecto.

**Lección:** La importancia de responder con flexibilidad y apoyo ofrecido desde la perspectiva de largo plazo.

La forma más efectiva de mostrar que el turismo comunitario sostenible puede ser un enfoque alternativo para promover el desarrollo turístico en la República Dominicana es mostrar los resultados reales del campo. Cuando se estableció el Viceministerio de Gestión de Destino, los resultados en el campo ya se habían concretado, por lo que se pudo demostrar que el TCS es efectivo como un enfoque para el desarrollo turístico y la importancia de apoyar el sistema de operación de destinos turísticos, y fue aceptado relativamente fácil. No es fácil introducir a un país nuevos conceptos y enfoques que no existían, y es necesario tener una perspectiva de largo plazo. Al mismo tiempo, es necesario que el lado del proyecto cambie de manera flexible el departamento de C/P, de acuerdo con el cambio de la organización.

### **Retos y lecciones aprendidas relacionadas con la transferencia técnica al nivel central 2**

La necesidad de fomentar el sentido de propiedad a lo largo del tiempo, cuando se introduce un nuevo concepto y enfoque.

**Retos:** Aunque se relaciona con la dificultad en la asignación de personal y presupuesto para actividades del TCS en las instituciones y departamentos que se convirtieron en la C/P, fue corto el tiempo para generar resultados suficientes que convencieran a la contraparte de que esta actividad pueda ser un enfoque del desarrollo del turismo en la República Dominicana. Tampoco fue suficiente la transferencia de técnicas y métodos para ese fin.

**Ideas creativas:** En cuanto al manual de operación de destinos turísticos, se involucró en el proceso de elaboración al personal del DPP, que es el departamento de C/P directa, y al personal del Viceministerio de Gestión de Destino, quienes en el futuro jugarán un papel en la aplicación de los contenidos del manual en el campo.

Los contenidos del manual, que ya habían sido definidos, fueron discutidos nuevamente desde la redacción y el manual fue creado profundizando el entendimiento mutuo. El proceso de esta discusión también sirvió como espacio de capacitación del personal, fomentando la apropiación del manual y fortaleciendo sus capacidades.

**Lección:** Aunque se demore tiempo, pensar y tomar decisiones junto con la C/P eventualmente fortalece la capacidad de la C/P y fomenta la apropiación, y contribuirá en la transferencia técnica al país receptor que busca un proyecto de cooperación técnica.

### **Respuesta a la propagación del contagio por el nuevo coronavirus**

**Retos:** La pandemia por el COVID-19 ocurrió en el último año de implementación del Proyecto, y el sector turístico al que se dirigía este Proyecto se vio muy afectado. La cantidad de turistas ha disminuido en el mundo y se han impuesto medidas de restricción del movimiento. Por lo tanto, las actividades turísticas se han detenido, los ingresos han desaparecido y el apoyo no ha llegado a la comunidad, lo que dejó a los actores del de TCS en una situación difícil sin saber qué hacer.

**Ideas creativas:** Aprovechando las relaciones que habían sido establecidas hasta ese momento, estando en Japón, establecimos en forma remota el protocolo para la comunidad y mientras dábamos orientación a la comunidad, adelantamos preparativos para la reapertura del movimiento de personas.

### **Lección:**

La pandemia generada esta vez superó la imaginación de cualquier persona y la afectación es global e incluso más prolongada. Es difícil prepararse para una situación como ésta, pero es importante establecer un sistema que permite responder de manera flexible al lugar donde se está generando la crisis, manteniendo comunicación entre diversos niveles. Las cosas no se adelantan solo con la actitud receptora, por eso, se debe fortalecer la preparación, aclarando el rol del nivel central y territorial, recolectando y compartiendo la información constantemente.

A partir de finales de marzo de 2020 fueron impuestas las restricciones de movimiento y hasta que se levantaran a finales de agosto, hicimos el apoyo a negocios del TCS para la introducción del protocolo, organizamos el sistema de aceptación, y confirmamos las condiciones sociales y económicas de la comunidad a través de coordinadores locales. Por lo tanto, estos sitios del TCS pudieron recibir visitantes al ser levantadas las restricciones al turismo. A febrero de 2022, casi todos los sitios del TCS están en mejores condiciones que antes de la pandemia por el COVID-19, gracias al aumento del turismo interno y la expansión del mercado, como las experiencias de aventura que brindan los sitios del TCS.



### **5-3 Ideas creativas para aumentar el efecto del Proyecto**

#### **Implementación de actividades en paralelo en diferentes niveles**

Según el diseño del Proyecto, se debe adelantar en forma paralela las actividades con el nivel central y el nivel comunitario. Así que en el nivel comunitario apoyamos negocios del TCS, en el nivel municipal, provincial y regional hicimos coordinación entre los actores de la zona, realizamos la gestión a los ministerios centrales relevantes, y realizamos coordinación entre diferentes dependencias de MITUR, en forma paralela. Aunque los recursos para la implementación eran limitados, propusimos el sistema de desarrollo en la primera etapa del Proyecto, procedimos con las actividades de acuerdo con esta propuesta, y adelantamos las actividades mirando el conjunto para que las debilidades de un nivel pudieran ser compensado por el otro nivel. Compartimos información y coordinamos la cooperación entre los diferentes niveles de manera oportuna, y procedimos con las actividades del Proyecto mientras dábamos prioridad al desarrollo de las actividades en el sitio, tanto como fuera posible. Como resultado, se profundizó el entendimiento entre las partes involucradas y pudimos construir una base para el desarrollo continuo del TCS.

#### **Visualización de los resultados**

Hemos hecho la visualización de los productos y experiencias turísticas creadas por UP y GT, el potencial de la región, etc. en lo posible, junto con los actores relacionados, y realizamos esfuerzos para mejorar los productos, así como venderlos y promocionarlos. Se realizaron la elaboración de materiales como hojas de viajes, catálogos de productos, catálogos de tesoros regionales, mapas de turismo comunitario, mapas de conducción, videoclips en cooperación con personas influyentes y relaciones públicas del MITUR, videos de imágenes para promoción de autoayuda, páginas web y recomendación de redes sociales. Como resultado, los actores relacionados con UP y GT se entusiasmaron más con sus productos y encontraron activamente oportunidades de promoción, lo que condujo a la mejora de productos y al desarrollo de nuevos productos. En algunas UP interactuaron directamente con influencers y operadores turísticos para aprovechar al máximo sus herramientas de promoción, y a través de materiales se dieron a conocer en la comunidad y ayudaron a mejorar su posicionamiento en la zona.



## 6. Anexos

1. Fotos e imágenes de las actividades del proyecto
2. Hojas de monitoreo (según la PDM y el PO)
3. Registro del envío de los expertos
4. Flujograma del trabajo
5. Resultado de la recepción de becarios en la capacitación en Japón
6. Lista de artículos donados y prestados
7. Actas del Comité de Coordinación Conjunta y otras reuniones
8. Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS
9. Informes de monitoreo del plan de acción de la estrategia de desarrollo de TCS
10. Tabla y memoria del avance de las actividades del desarrollo de productos del TCS
11. Manual para emprendedores del TCS
12. Manual para la formación y el fortalecimiento de GT
13. Lista de las capacitaciones realizadas en el campo
14. Lista de materiales elaborados
15. Plan de recuperación por el OMT



# **Anexo 1**

## **Fotos e imágenes de las actividades del proyecto**



ANEXO 1 Fotos e imágenes de las actividades del proyecto



Primera Comité de Coordinación Conjunta (nov.2016)



Taller participativo de descubrimiento de tesoros



Capacitación para facilitadores



Entrega de certificación para facilitadoras



Taller participativo para coordinadores TCS



Taller participativo para coordinadores TCS



Reunión regular del proyecto en MITUR



Sesión sobre elaboración de la estrategia





Reunión comunitaria para discusión de productos



Apoyo a elaboración de plan de negocio



Elaboración de señalética para ruta de miel



Jabones de miel y logo de productos



Taller para elaboración de tours en Sonido de Yaque



Taller para anfitriones de Monción



Grupo de Kayak en área protegida de Manzanillo



Integración de museo taino en tour comunitario





Apoyo al Aso. Guías de Las Galeras



Asesoría al grupo de Guías de Gaia



Reunion con Jamao Ecotour



Entrevista a actores de la Ruta de Casabe



Taller de elaboración de tours en Monción



Entrada elaborada por Aso. Guías de Damajagua



Realizacion de Famtrip en Cibao Noroeste



Explicación de su experiencia de Grenmon





Investigación de tubing en río Mao en Valverde



Nueva experiencia para la misión de la JICA



Capacitación de INFOTTEP en señalética para Chocolala



Material para explicación de producto



Apoyo para instalación de zafacones artísticas



Mapa comunitario elaborada junto con la comunidad



Catálogo de tesoros comunitarios de Rio San Juan



Presentación de TCS en el programa de Radio





Equipo TCS en EXPO TURISMO



Módulo de TCS en EXPO Turismo



Ejemplo de materiales de promoción TCS



Materiales elaborados para exposición



Módulo de TCS en Expo Descubre Puerto Plata



Viceministro entrevistado en frente del módulo TCS



Taller estratégico para ampliación de la región Cibao 1



Taller estratégico para ampliación de la región Cibao 1





Lectura de Concientización para estudiantes



Ganadores del concurso de creación de tours por estudiantes



Instrucciones para evitar la propagación en la Ruta de Gallo



Entrega de materiales contra COVID'19 en Rancho Don Lulu



Entrega para Aso Artesanos de Imbert



Apoyo a INFOTEP para emergencia en COVID'19



Comunidad que higienizan las manos de sus visitantes.



Parte de materiales elaborados para protocolo





Participación a EXPO Turismo durante del curso en Japón



Con el embajador de RD en Japón durante de EXPO Turismo



Aprenden sobre sistema de transporte en Kanazawa



Experiencia de Cocina Soba en Pueblo Ikeda



Visita a fabrica en Pueblo Ikeda



Presentación de planes de acción en el curso en Japón



Visita al embajador de RD durante del curso en Japón



Participación a expo turismo en Japón durante del curso





Módulo de Experiencia de aventura en EXPO CIBAO



Módulo de Experiencia cultural en Expo Cibao



Experiencia real de creación de muñeca sin rostro



Entrega de certificación para embajadores Cibao a Influencers



Presentación de TCS y "Soy Cibao" a prensas



Módulo de día cotidiana de Expo Cibao



Modulo de Experiencia de Aventura en EXPO CIBAO



Presentaicon integrada de Destino Cibao en EXPO CIBAO





Seminario Regional turismo sostenible 2019



Presentación y reconocimiento de buenas practicas 2019



Seminario regional TCS 2022



Presentación de las comunidades en Seminario 2022



Equipo de TCS en el seminario regional 2022



Módulo de Subregión Cibao Noroeste en el seminario 2022



Sexta reunión de CCC en mar. 2022



Participantes de 6ta reunión de CCC





## **Anexo 2**

**Hojas de monitoreo  
(según la PDM y el PO)**



# Hoja de Monitoreo

Fecha actualizada: 1 de marzo 2022

<b>Nombre del Proyecto:</b> Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte		<b>Entidades Responsables:</b> MITUR, INFOTEP, MEPVD	
		<b>Duración:</b> Abril 2016 - Marzo 2022 (Extendida)	

Objetivo Superior	Nivel Cum.	Nivel Cum.
El Turismo Basado en la Comunidad (TBC, Turismo Comunitario Sostenible: TCS) en la Región Norte se convierte en una de las ofertas turísticas más importantes para los visitantes domésticos e internacionales en la República Dominicana.	4	4
OS1. El número de los productos y servicios del TCS vendidos por parte de las agencias de viaje dentro y fuera de la República Dominicana se incrementará en 200%.	4	4
OS2. El estatus de la implementación del TCS en la Región Norte en las oficinas de promoción de turismo de MITUR dentro y fuera de República Dominicana.	4	4

Objetivo del Proyecto	Nivel Cum.	Nivel Cum.
Se han fortalecido las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del TCS sostenible con la participación público-privada (PPP) en la Región Norte.	4	3
OP1. La Mesa de Coordinación Nacional (MCN) formada por las instituciones del gobierno central y sectores privados para facilitar las iniciativas TCS en la Región Norte ha sido formada y funciona.	4	3
OP2. El grado de confianza para la facilitación de TCS en la Región Norte entre los miembros de la MCN.	3	3
OP 3. Más de 7 grupos territoriales bajo el esquema de PPP, sirviendo como vehículo de coordinación y promoción del TCS, organizados y funcionados.	4	4
OP 4. Más de 30 productos y servicios para turistas, relacionados al TCS han sido desarrollados, promovidos y vendidos por los grupos territoriales.	5	4
OP 5. Más de 5 rutas turísticas integradas como destinos del TCS, han sido desarrolladas y promovidas.	4	4

5	Cumplido y más impacto que lo planeado
4	Cumplido como planeado
3	Hay tareas para cumplir, y se puede cumplir si hay recursos y tiempo.
2	No se ha cumplido algunos y necesita más esfuerzo
1	Difícil para cumplir y se necesita consideración de ajuste del plan

Resultados Esperados	Nivel Cum.	Nivel Cum.
Resultado 1. Se ha diagnosticado el estado actual de TCS y los recursos locales en la Región Norte mediante la introducción y aplicación de un enfoque participativo con la colaboración de las instituciones relacionadas.	4	4

Entre los productos TCS / UP en la lista TCS (enero de 2017), hubo 10 sitios que se incorporaron a la guía y se vendieron. Con base en esta cifra, el índice tiene como objetivo incluir, promover y vender 30 sitios TCS, un aumento del 200%, en tours, etc. Para marzo de 2020, 15 guías nacionales e internacionales se habían incluido en el sitio de TCS. Aunque las ventas de agentes de viajes en el extranjero han disminuido drásticamente debido a la propagación de la nueva enfermedad infecciosa corona, la recuperación general está progresando, y los servicios de viajes nacionales también se están recuperando al extranjero las ventas a los viajeros nacionales de los viajeros extranjeros hasta entonces. En estas circunstancias, el número de productos y servicios de TCS vendidos a estos agentes de viajes nacionales y extranjeros se supervisará y evaluará como un estudio final a finales de enero de 2022.

El sistema del Ministerio de Turismo se ha reorganizado, y la oficina en el extranjero sigue siendo una oficina de promoción turística (OPT) bajo la Oficina de Promoción Turística, pero la oficina nacional se ha colocado recientemente bajo la Oficina de Destinos Turísticos, y se dice que será una oficina de gestión de destinos turísticos (OSD) de la oficina de promoción turística. Las oficinas locales que han sido nombradas en su nombre, no han cumplido plenamente sus funciones de promoción, pero también se ha emprendido un trabajo de campo para contribuir al desarrollo del turismo regional, incluidas las funciones de promoción. En estas circunstancias, las actividades de promoción de TCS se han llevado a cabo activamente en las oficinas de destino de turismo y las oficinas locales. Para uso doméstico, también se realizan viajes de hecho y creación de material por parte de la Oficina Nacional de Promoción de la Oficina de Promoción Turística. Por otro lado, las promociones en las oficinas gubernamentales en el extranjero a través del Ministerio de Turismo se han estancado.

Como sistema para promover la ECT no solo en las regiones del norte sino también en todo el país, se formó un grupo de trabajo de seis estaciones relacionadas, incluida la DPP (Oficina de Planificación de Proyectos, Oficina de Destinos Turísticos, Oficina de Promoción Turística, Oficina Técnica, Oficina de Cooperación Internacional, Oficina de Calidad del Turismo) dentro del Ministerio de Turismo para evaluar las buenas prácticas. Con esta oportunidad, la implementación de actividades de apoyo a TCS se ha llevado a cabo a nivel regional y de sitio, la cooperación entre las oficinas entre el personal de nivel técnico dentro del Ministerio de Turismo. Por otro lado, se ha convertido en una correspondencia de nivel individualmente con el DPP del Ministerio de Turismo como un sistema de ajuste con otros ministerios y agencias, y el Ministerio de Turismo se ha convertido en un sistema que coopera a nivel técnico de la Agencia de Formación Profesional, el Ministerio de Planificación y Desarrollo Económico, el Ministerio del Medio Ambiente (Oficina de Ecoturismo) y el Ministerio de Comercio e Industria (Oficina de Comercio y Medianas Empresas) según sea necesario. Sin embargo, no se ha establecido la tabla central de ajuste que se suponía inicialmente. Por otro lado, con el fin de promover el turismo comunitario en la región sur, los resultados de este proyecto han comenzado a ser utilizados, y trataremos de formalizar la cooperación con los ministerios y agencias pertinentes en relación con la estrategia de promoción de TCS.

Como se observa en el indicador 1, la relación entre el Ministerio de Turismo y los distintos ministerios y organismos ha ido en aumento con respecto a la relación de confianza entre las partes interesadas en relación con la formación de la tabla central de ajuste dentro del Ministerio de Turismo. A través de la implementación de actividades relacionadas con la promoción de TCS, hemos estado trabajando para construir relaciones de diversas maneras. Además, muchos cambios de personal se realizaron en la segunda mitad del proyecto, pero también se han hecho esfuerzos continuos para formar nuevos relaciones. Por otro lado, se ha distanciado del Ministerio de Cultura, que no ha tenido muchas actividades comunes hasta el momento, y es un reto llegar a nivel ministerial hasta que se formalice como mesa central de ajuste.

Los grupos regionales (GT) esperan que la cooperación público-privada en cada región mejorará el valor de la región a través del turismo y la forme como base para los destinos a nivel de ciudad, prefectura, subregión y región. Durante el período del proyecto, se identificaron 14 GT y se señalaron como objetivos de apoyo a 11 GT (7 a nivel de ciudad y 4 a nivel de prefectura) se implementa actualmente como un mini-proyecto. Las actividades de apoyo para GT durante 2021, incluyen la creación de recursos regionales participativos, el desarrollo de guías temáticas regionales, la celebración de ferias regionales y la adaptación de viajes de pluma como actividades de promoción de TCS en ciudades y prefecturas. Además, se ha llevado a cabo una orientación sobre la introducción del protocolo de prevención de la propagación de enfermedades infecciosas. Es posible lograr la formación de siete o más grupos regionales en este índice.

Para el desarrollo de productos y servicios de TCS en negocios comunitarios por parte de la Unidad de Productores Turísticos (UP), hemos estado apoyando a UP desde cada base para cada subregión. Hasta la fecha, hemos desarrollado y integrado un total de 30 productos TCS, incluidos nueve en el noroeste de Shiba, cinco en el norte de Shiba, cinco en el noreste de Shiba y cinco en el sur de Shiba. Afectados por la propagación de nuevas infecciones por coronavirus, todas estas UPS se han visto afectadas, y a partir del segundo semestre de 2020, el apoyo a la introducción de protocolos para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas y el apoyo al establecimiento de un sistema de adaptación tras el inicio de las actividades turísticas, el movimiento de turistas nacionales ha comenzado en 2021, y se avanza hacia la recuperación. Como un mini-proyecto, apoyamos la mejora de los productos hasta el momento, el desarrollo de nuevos productos, la instalación de los ferros y paneles informativos, el desarrollo de infraestructura simple, promociones individuales y capacitación de guías. El objetivo de este indicador es lograr el desarrollo, promoción y venta de más de 30 productos y servicios turísticos relacionados con los TCS.

Los destinos de TCS incluyen "Destino Regional del Norte" como uno de los circuitos multiestado con el tema nacional, "Ruta temática" a nivel de subregión, "Ruta temática" con un tema centrado en el tema a nivel de prefectura y "Destino comunitario" a nivel de ciudad. Se superpone en parte con la formación (indicador 3) de GT que se convierten en el tema a nivel de prefectura y ciudad. En este índice, no se incluyen los "destinos comunitarios", incluidas las "carreteras temáticas", en múltiples prefecturas. Hasta ahora, hemos promovido tres promociones, "Northern Wide Area Destination (Shivao Discovery)", "Shivao Northwest Tour Route (Shivao Source)", y "Shivao Southern Tour Route (Shivao Source)", hemos preparado dos "carreteras temáticas", y formaremos cinco proyectos en total.

[En desarrollo] En la primera mitad del proyecto, identificamos organizaciones que desempeñan un papel de liderazgo en la creación de una lista de partes relacionadas, la promoción del turismo en la región y la construcción de relaciones mediante la promoción de iniciativas de GT, la celebración de exposiciones de turismo y seminarios regionales. Hemos estado actualizando la lista de partes secuencialmente para cada subregión. Hemos estado llevando a cabo capacitación de desarrollo de líderes comunitarios iniciada en 2020 y capacitación de expertos locales en el campo del turismo sostenible centrada en aprendices que regresan actualizada en 2021, pero en el futuro, intensificaremos intercambios entre UP y GT, incluidos estos líderes, construiremos relaciones entre líderes además del desarrollo de recursos humanos individuales y conductores al desarrollo de recursos humanos intermedios locales para la construcción de sistemas de gestión regional de turismo en la región.

[Terminado y Adición] El análisis de la situación actual se llevó a cabo a nivel regional y central como una "encuesta básica". A nivel regional, además de recopilar el estado actual del área objetivo (general y turismo) para cada prefectura, realizamos una encuesta de la región y el potencial del turismo (poder turístico). El nivel central investigó y compiló el examen de los sistemas estadísticos existentes. El impacto de la propagación del covid-19 en el mundo y la comercialización, la recopilación de estadísticas relacionadas con el turismo y el estado actual de los sistemas estadísticos en la región. El impacto de la propagación del covid-19 en el mundo y el sector turístico se resumirá y reflejará en la estrategia y el plan de acción. Además, dado que nuestro objetivo es expandir las actividades de promoción de TCS en todo el país en el futuro, se realizarán encuestas básicas en otras regiones (sur, centro y este) tanto como sea posible.

<p><b>Resultado 2.</b> Se han formulado estrategias y planes para promover el TCS en la Región Norte, tomando en cuenta los casos implementados en la Provincia de Puerto Plata y las cuatro provincias del Noroeste.</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[Terminado] En la primera mitad del proyecto se llevaron a cabo cinco proyectos piloto en el norte de Sibao y el noroeste de Sibao, y se prepararon informes de ejecución para cada proyecto piloto.</p>
<p>RE 2-1 Se han desarrollado, ejecutado, monitoreado, y evaluado los planes de acción piloto en la Provincia Puerto Plata y las cuatro provincias de la Región Noroeste</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[En desarrollo] Sobre la base de la redacción del Documento de Estrategia de Promoción de TCS preparado en 2018 y el plan de acción propuesto, planificamos e implementamos actividades de proyectos en líneas de apoyo central y locales, y en 2019, sobre la base de los resultados y las lecciones aprendidas, establecimos una línea de apoyo a las actividades y llevamos a cabo actividades bajo cinco líneas de apoyo, modificándolas ligeramente. En respuesta al desastre de Corona a partir de 2020, en función de la situación esperada en el futuro después de corona, se agregó una línea de apoyo y se llevaron a cabo actividades en seis líneas de apoyo hasta el final del proyecto. A partir de este resultado, estamos redactando el borrador final del documento estratégico de la visión de promoción de TCS con un año objetivo de 2030. Modifique el plan de actividades de cada subregión que se adhiera a este documento de estrategia. El plan de actividades locales a nivel de GT también está relacionado con el índice de objetivos del proyecto 3, y se supone que se lograrán más de 7 casos.</p>
<p>RE 2-2 Se han preparado una estrategia general y plan de acción en el nivel central para la facilitación de TCS, y al menos 7 planes de acción a nivel de grupos territoriales para promover TCS en la Región Norte.</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[Completado] Al utilizar el sistema de implementación de infotep, hemos establecido una línea de apoyo para fortalecer el desarrollo de recursos humanos de TCS, y 1. Formación e implementación de nuevos TCS training. 2. Utilización de la capacitación existente relacionada con el TCS. 3. Creación de material y seminarios para la sensibilización sobre las ECT. 4. Planificación e implementación de cursos de capacitación en línea con las necesidades de fortalecimiento del sistema de promoción de TCS. 5. Fortalecimiento de facilitadores y asesores. 6. El plan consta de seis pilares: la propuesta de un programa integral de desarrollo de recursos humanos de TCS y el establecimiento de un sistema, y se implementa como una actividad de proyecto.</p>
<p>Resultado 3. Las actividades de los planes de acción regionales y locales para promover el TCS en la Región Norte son implementadas.</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>5</b></p>	<p>[En desarrollo] Hemos apoyado a la Unidad de Producción Turística (UP) para crear 30 productos y servicios de TCS. En el noroeste de Sibao, se han llevado a cabo 14 actividades para 2020, se han implementado nuevos desarrollos y mejoras de productos, y se continúan proporcionando nuevos proyectos de apoyo en 2021. En el norte de Sibao, 16 actividades han dado como resultado 11 desarrollos y mejoras de productos para 2020, y se realizarán 11 proyectos de apoyo en 2021. En el noroeste de Sibao, cuatro actividades han dado lugar a dos desarrollos de productos y mejoras para 2020, pero en 2021, se han realizado un total de cinco proyectos de asistencia adicionales. En el sur de Sibao, para 2020, se desarrollarán y mejorarán dos productos a través de cuatro actividades, pero en 2021, proporcionaremos cinco proyectos de apoyo. Hasta el momento, 68 actividades han apoyado a 30 UPS. La compañía ha logrado 30 desarrollos y mejoras de productos y servicios, que son los indicadores, y continuará completando el soporte para 30 UPS.</p>
<p>RE 3-2 Se han implementado al menos 5 actividades para desarrollar nuevas rutas turísticas</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[En desarrollo] Aunque se superpone con el índice 5 del objetivo del proyecto, como una actividad de "Shiwo Wild Area Destination", promoción por la red y el sitio web "SOY CIBAO", dos casos de participación como "Destina CIBAO" en EXPO CIBAO, impulsando la producción de mapas (trabaja) como una actividad de "Escence of taste tour road" en el noroeste de Sibao. Como un viaje de más de mil kilómetros, tres actividades de promoción de carreteras de ida y vuelta y "la carretera de la gira de la fuente de agua de Cibao" se llevaron a cabo dos casos: producción y presentación de mapas de conducción en cada región, historia natural de actividades de intercambio dentro y fuera de la región. Como otra "carretera temática", se el Emperador quien se implementará en el futuro, y se espera que se logre la implementación de cinco o más actividades locales para el desarrollo de nuevas rutas turísticas (destinos de área amplia, carreteras temáticas, carreteras temáticas) que son este indicador.</p>
<p>RE 3-3 Se han capacitado más de 2000 personas en todos los niveles (e: nivel local, grupos territoriales, nivel regional, y nivel central)</p>	<p><b>5</b></p>	<p><b>5</b></p>	<p>[En curso] A finales de 2018, 766 habían tomado cursos relacionados con TCS, 730 en 2019 y 844 en 2020, momento en el que ya había 2.337. Debido que hemos formado un total de tres programas de capacitación infotepinos en TCS a través de nuestras actividades hasta ahora, y hemos establecido un sistema que nos permite tomar otra capacitación infotep relacionada en respuesta a las necesidades de UPS y GT, hemos formado una base para el desarrollo continuo de recursos humanos. En 2021, hemos estado desarrollando recursos humanos para xxx personas, y aunque se han logrado las 2.000 personas que figuran en este índice, continuaremos desarrollando recursos humanos.</p>
<p>Resultado 4. Se ha establecido la coordinación institucional para la facilitación de las actividades de TCS en la Región Norte.</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[En desarrollo] Con respecto a la práctica intestinal, hemos estado otorgando la práctica intestinal en el ICC del proyecto (febrero de 2019), la recomendación de turismo comunitario por parte de la Asociación Nacional de Medios de Turismo (junio de 2019) y la recomendación de práctica intestinal (septiembre de 2019) en el Día Internacional del Turismo. A partir de julio de 2021, el DPP dirigió un grupo de trabajo con otras cinco estaciones relevantes para evaluar las buenas prácticas en siete áreas. Seleccionamos los temas de evaluación y los candidatos, visitamos el sitio para la evaluación, entrevistamos en línea, etc. Se extrajeron buenas prácticas a premiar en cada uno de los 7 campos de entre 50 candidatos. Inicialmente, el evento de anuncio estaba programado para celebrarse en el Día Internacional del Turismo en septiembre, pero se cambió a noviembre de 2021 o más tarde. Estas prácticas intestinales extraladas serán documentadas.</p>
<p>RE 4-2 Se ha preparado un programa de capacitaciones para la facilitación de las actividades de TCS en la Región Norte</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[En desarrollo] En cuanto al curso oficial de formación (unas 80 a 130 horas) relacionado con la promoción de TCS por parte de INFOTEP, ha sido del 1.5% hasta el momento. Curso de Formación Básica TCS (2018). 2. El plan de estudios y los materiales del Curso de Capacitación en Desarrollo de Productos Turísticos de TCS (2019) y el Curso de Capacitación en Desarrollo de 3. Leader (2020) se prepararon y registraron, y se inició el desarrollo lateral. En 2021, reuniones coordinadas entre el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Medio Ambiente e INFOTEP, mejoramos el curso de capacitación para la capacitación de guías, establecimos una base que pueda implementarse en el futuro, como programas de capacitación práctica basados en intercambios entre UP y GT, y programas de capacitación relacionados con la gestión de crisis turísticas.</p>
<p>RE 4-3 Se ha elaborado una propuesta de medidas / recomendaciones para garantizar la sostenibilidad de las actividades de TCS en la Región Norte.</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[En desarrollo] Las recomendaciones para garantizar actividades sostenibles de ECT en las regiones del norte, en relación con los indicadores 2-2, se formularán en la documentación de la Visión de Promoción de ECT 2030 que se está preparando actualmente. Hasta la fecha, hemos estado trabajando en la construcción de un sistema de promoción de TCS a través de actividades que establecieron un borrador de documento de estrategia de promoción de TCS en 2018 y cinco líneas de apoyo a actividades en 2019, y actualmente estamos llevando a cabo actividades con seis carreras de apoyo basadas en la situación del desastre del coronavirus. Finalmente, en base a los resultados de estas actividades, presentaremos la versión final de la Visión de Promoción de TCS 2030 y un plan de acción para realizarla. Por otro lado, además de las respuestas a corto plazo, planeamos apoyar el trabajo para hacer recomendaciones para la recuperación del sector turístico en cooperación con la OMT, asumiendo que responderemos a la luz de la situación posterior al coronavirus a mediano y largo plazo, y compilaremos recomendaciones para la futura promoción de TCS basadas en esto.</p>
<p>RE 4-4 Se han preparado las directrices del MCN para la facilitación de las iniciativas de TCS en la Región Norte.</p>	<p><b>4</b></p>	<p><b>4</b></p>	<p>[En desarrollo] Hemos resumido las experiencias e lecciones aprendidas de la implementación de actividades de proyectos anteriores, y preparado directrices sobre temas individuales que son importantes para promover las ECT, como el desarrollo de productos de ECT, el sistema de gestión regional del turismo, las actividades de promoción y el desarrollo de los recursos humanos. Estas directrices están asociadas con la Visión de Promoción de TCS 2030 y asumen que la promoción de TCS en la región norte y otras regiones continuará implementándose incluso después de que se complete el proyecto. Cada uno de estos temas se resume en una guía, y se incluyen ejemplos concretos para que las actividades dentro de Sibao puedan profundizarse y ampliarse, y se pueda organizar el despliegue horizontal en otras regiones. Además, el catálogo de herramientas de soporte (con la versión 2020) se actualizará a las organizaciones relevantes de la tabla de ajuste central al final del proyecto.</p>





## **Anexo 3**

### **Registro del envío de los expertos**







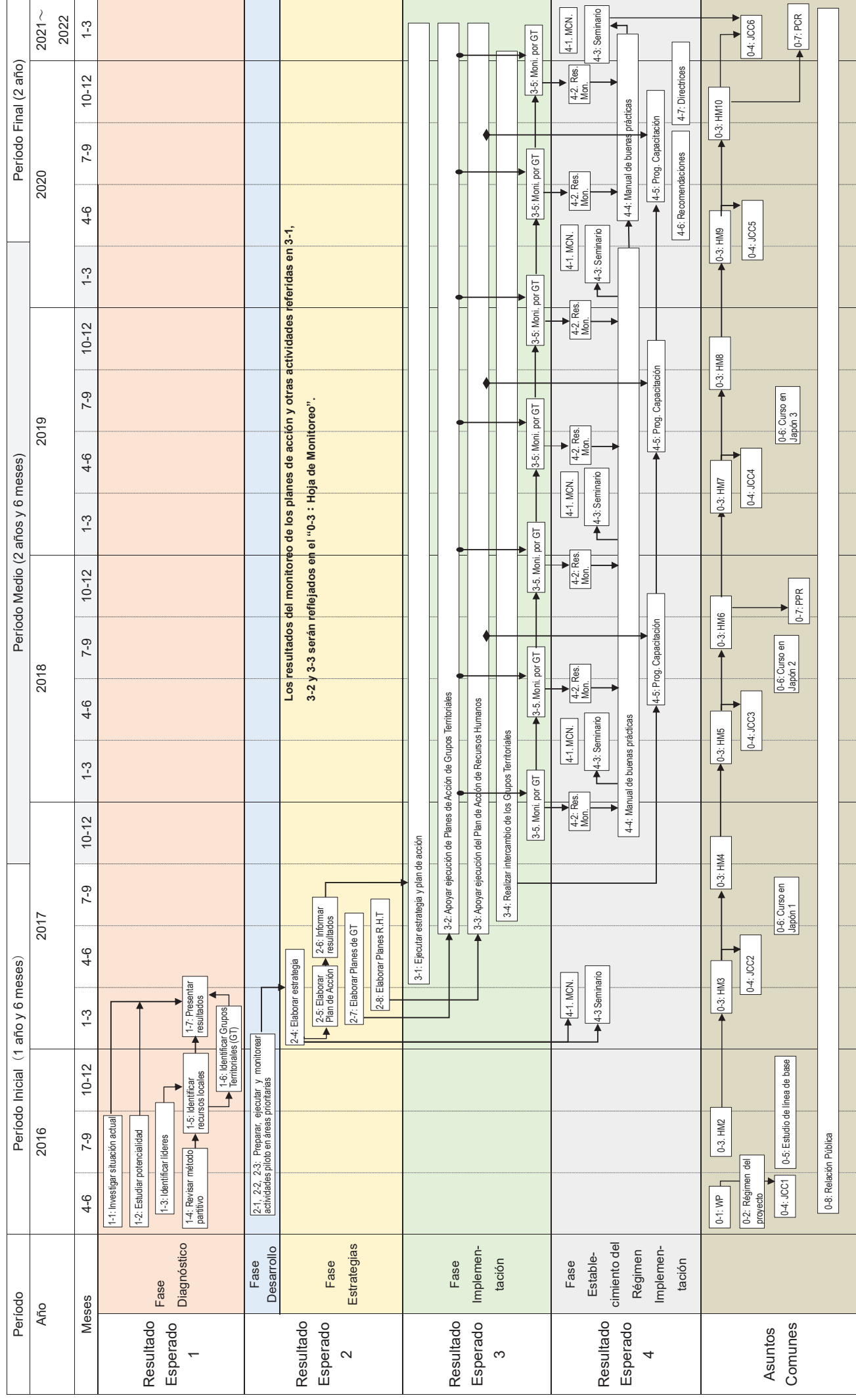


**Anexo 4**

**Flujograma del trabajo**



Anexo 4 Flujiograma de Trabajo





## **Anexo 5**

# **Resultado de la recepción de becarios en la capacitación en Japón**





## Anexo5 Resultado de la recepción de becarios en la capacitación en Japón

### Primer curso en Japon

Periodo de curso:

19 oct 2017 (llegada a Japón) - 1 nov 2017 (salida de Japón)

Número de becarios:

5 personas

Lista de becarios :

Nombre	Cargo
Ms. Maribel Villalona	Directora, Departamento de Planificación y Proyectos, Ministerio de Turismo
Ms. Arysleida Tineo	Gerente, Oficina Regional del Norte, INFOTEP
Ms. Indira José	Directora, Departamento de Promoción Internacional, Ministerio de Turismo
Mr. Jose Eduardo Núñez	Director de la Oficina Regional de Promoción Turística del Noroeste, Ministerio de Turismo
Ms. Soraya Rodríguez	Miembros de la Junta Directiva de la Federación de Hoteles de Montecristi

Principales destinos:

Tokio, prefectura de Saitama (ciudad de Kawagoe), prefectura de Ishikawa (ciudad de Kanazawa, ciudad de Suzu, ciudad de Wajima, ciudad de Kaga, ciudad de Nomi), prefectura de Fukui (ciudad de Ikeda).

### Segundo curso en Japon

Periodo de curso:

14 oct 2019 (llegada a Japón) - 2 nov 2019 (salida de Japón)

Número de alumnos:.

10 personas

Lista de becarios :

Nombre	Cargo
Ms. Milka Hernandez	Directora, Departamento de Promoción Nacional, Ministerio de Turismo
Mr. Prudencio Ferndinad	Analista, Departamento de Relación Pública, Ministerio de Turismo
Mr. Kelvin Almeida	Asesor, Oficina Regional de la Costa Norte, INFOTEP
Mr. José Ricardo Pérez	Asesor, Oficina Regional del Noroeste, INFOTEP
Mr. Ekers Raposo	Director, Departamento de Ecoturismo, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
Mr. Fernando Puig	Vicepresidente de la Cámara de Comercio e Industria

	de Santiago
Mr. Ramón Paulino	Presidente del Comité del Cluster de Turismo de Santiago
Mr. Felix Manuel Rodriguez	Coordinador, Grupo de Promoción Turística de Monción
Ms. Raquel Samoboy	Representante del Grupo de Turismo Sostenible de Las Galeras
Mr. Gregorio Díaz Roja	Presidente de la UMPC Guanatico

Principales destinos:

Tokio, prefectura de Saitama (ciudad de Chichibu), prefectura de Chiba (ciudad de Matsudo), prefectura de Ishikawa (ciudad de Kanazawa, ciudad de Hakusan, ciudad de Nomi), prefectura de Fukui (ciudad de Ikeda), prefectura de Osaka (ciudad de Osaka)

### **Tercera curso en japon (Curso en línea)**

Periodo de curso:

18 de noviembre de 2021 - 15 de diciembre de 2021

Número de becarios:

13 personas

Lista de becarios :

Nombre	Cargo
Ms.Ilich Sayuri Díaz	Asistente ejecutiva, MITUR
Ms.Vileysi Espinal	Encargado, MITUR
Ms.Andrea Reid	Analista, MITUR
Ms.Altagracia Tavarez	Asesor, INFOTEP
Ms.Maribella Muñoz	Asesor, INFOTEP
Mr.Gustavo Saint-Hilare	Presidente, Cluster, Santiago Rodríguez
Mr.Arismendi Gómez	Vicepresidente, GREMONT
Mr.Julio Pérez	Miembro, Cluster, Valverde
Ms.Hosanna Durán	Director Provincial, MITUR
Ms.Maryoli Gómez	Encargado, Ruta Histórica de Moca
Mr.Alexis Hernández	Presidente, CODEJAN
Ms.Yocasty Artilles Solis	Director de Promocion, CONTUGAL
Ms.Yeni Rodríguez	Miembro, UMPC Guanatico

Número de clases (incluidos los ejercicios):

Conferencias online vivo: 11

Videoconferencias en YouTube: 9

20 conferencias en total

## **Anexo 6**

### **Lista de artículos donados y prestados**



添付資料6: 貸与物品リスト  
Anexos6: Lista de artículos donados y prestados

## 貸与物品リスト List of Property Lending

業務名称 (Name of Project) : Project for Enhancing the Mechanism for Sustainable Community Based Tourism Development in the North Region  
対象国 (Country) : Dominican Republic  
事業担当部課 (Division in Charge) : Industrial Development and Public Policy Department

(2022年3月現在)  
(As of March, 2022)

物品名称 (Name of Property)	規格・品番 (Standard, Part Number)	個数 (Quantity)	取得価格 (Purchase Price)		検査合格日 (Date of Inspection Passed) Year/Month/Day	配置場所 (Location)	現況 (Current State)	備考 (Remarks)	事業終了後の 取扱い (After Completion of Project) Handover/Return
			取得価格 (Purchase Price)	通貨 (Currency)					
Photocopier	XEROX DOCU COLOR 252	1	285,000.00	DOP	695,543	Santo Domingo Office	In use		Donation
Projector	EPSON H552A	1	26,750.00	DOP	67,916	Santo Domingo Office	In use		Donation
Computer	APPLE MACBOOK PRO	1	113,124.00	DOP	253,092	Santo Domingo Office	In use		Donation
Computer	HPG5 15.6 I3	1	28,500.00	DOP	66,054	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	HPG5 15.6 I3	1	28,500.00	DOP	66,054	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	HPG5 15.6 I3	1	28,500.00	DOP	66,054	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	APPLE MACBOOK PRO	1	96,999.00	DOP	232,971	Puerto Plata Office	In use		Donation
Camera	NIKON D5500 AF-P 18-55	1	48,017.00	DOP	115,327	Puerto Plata Office	In use		Donation
Projector	EPSON H552A	1	28,200.00	DOP	67,305	Puerto Plata Office	In use		Donation
Photocopier	XEROX WORKCENTRE 7120	1	89,500.00	DOP	196,114	Santiago Office	In use		Donation
Projector	Projector EPSON X51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI/WIFI	2	53,749.00	DOP	108,733	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO V15 C17/I.306GHZ/8GB/1TB/15.6"/W10P-SPA	2	44,722.00	DOP	90,472	Puerto Plata Office	In use		Donation
Projector	Projector EPSON X51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI/WIFI	2	53,749.00	DOP	108,733	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO V15 C17/I.306GHZ/8GB/1TB/15.6"/W10P-SPA	2	44,722.00	DOP	90,472	Puerto Plata Office	In use		Donation
Projector	Projector EPSON X51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI	1	45,550.00	DOP	92,147	San Francisco de Macoris Office	In use		Donation
Projector	Projector EPSON PowerLite E10+ Portatil C15/3.26Z/8GB/1TB	1	38,925.00	DOP	78,744	Santiago Office	In use		Donation
Computer	Computadora Dell OPTIPLEX 7090 SFF C15/3.26Z/8GB/1TB	3	58,875.00	DOP	119,103	San Francisco de Macoris Office	In use		Donation
Monitor	Televisor Stodia 65 D-LED FHD Smart 4k C15/3.26Z/8GB/1TB	1	58,385.00	DOP	117,250	Santiago Office	In use		Donation
Computer	Computadora Dell OPTIPLEX 7090 SFF C15/3.26Z/8GB/1TB	10	58,875.00	DOP	118,234	Santiago Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO V15 C17/I.306GHZ/8GB/1TB/15.6"/W10P-SPA	2	59,413.00	DOP	119,314	Santo Domingo Office	In use		Donation
Projector	Projector EPSON X51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI/WIFI	2	54,575.00	DOP	109,599	Santo Domingo Office	In use		Donation
Network receiver	Denon DRA-800	1	69,970.00	DOP	140,515	Santo Domingo Office	In use		Donation
Speaker	Klipsch C18 Speaker	2	34,836.03	DOP	69,958	Santo Domingo Office	In use		Donation
Audio equipment connection cable	Cable Blindado OFC 14/2 500pies	1	33,485.34	DOP	67,246	Santo Domingo Office	In use		Donation
Wireless Speakers	Denon Home 150	1	35,068.99	DOP	70,426	Santo Domingo Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO IDEAPAD 3 C13/I.206GHZ/4GB/128GB SD/15.6"/W10	1	37,819.00	DOP	80,407	Valverde Office	In use		Donation
【以下、JICAから貸与されている物品 (Property Lent by JICA)】									
プロジェクト車両 (Toyota Fortuner 2017)	MHFHZ3FS300102013	1	1,578,000	DOP	4,048,801	Santo Domingo Office	In use		Return to JICA office



## **Anexo 7**

# **Actas del Comité de Coordinación Conjunta y otras reuniones**





## Anexos7 Actas del Comité de Coordinación Conjunta

A continuación se presenta un resumen de las seis reuniones del Comité de Coordinación Conjunta (CCC).

También muestra las actas firmadas y acordadas por el CCC.

	Contenido	Principales participantes
1° CCC Noviembre de 2016	Luego de los saludos de los representantes de las organizaciones afines según la agenda establecida, la C/P del Proyecto realizó una presentación sobre la estructura del mismo, la política de implementación y el sistema de implementación. Luego, los expertos explicaron la situación actual, centrándose en el progreso de las actividades del Proyecto, especialmente los contenidos de los proyectos piloto. También explicó los planes de actividades y temas a implementar en el futuro, y obtuvo el acuerdo de los miembros del CCC sobre el próximo plan. En el intercambio de opiniones entre los miembros del CCC y los miembros de la MCN, se confirmó que se desarrollará un apoyo concreto a través de la coordinación de la MCN.	Director del DPP del MITUR, Director de Estrategia y Director del Norte del INFOTEP, Director de Cooperación Bilateral del MEPYD, Director de Oficina de JICA y Líder del Proyecto
2 ° CCC Diciembre de 2017	Los siguientes puntos se destacaron principalmente como objeto de confirmación del progreso del Proyecto: el plan de elaboración de la versión 1 del documento de estrategia de desarrollo del TCS (borrador de la estrategia y Plan de Acción) y futuras revisiones, la concentración de las actividades del Proyecto en 2018 en 7 provincias de la Región del Norte e iniciativas según las líneas estratégicas, la necesidad de establecer unidades Implementadoras del TCS en el MITUR, el fortalecimiento de la MCN, la organización del sistema de desarrollo del TCS a través de la materialización del sistema de implementación en el nivel territorial (por ejemplo, fortalecer el rol de la oficina de la región noroeste del MITUR y la oficina de la región norte del INFOTEP y construcción del sistema articulado), la importancia de entender y construir relaciones de confianza con organizaciones afines en el proceso de definición del borrador de la estrategia y de implementación de actividades, la coordinación con políticas de nivel superior, aportes considerando las funciones de las organizaciones existentes y la necesidad de responder a las vulnerabilidades de la comunidad ante desastres naturales.	Subdirector de Asuntos Internacionales y Director del DPP del MITUR, Director del Departamento de Estrategia y Director de la Región Norte del INFOTEP, Director de Cooperación Bilateral del MEPYD, Director de Oficina de JICA, y Líder del Proyecto. Como observador, Viceministro de Cultura y Patrimonio del Ministerio de Cultura, Director de la unidad de ecoturismo del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, y Funcionario encargado de la Unidad de apoyo a Pymes del MICM. Director de promoción nacional, Director de promoción internacional, Director de empresas y servicios del MITUR y Líder del Proyecto.
3 ° CCC Febrero de 2019	En el informe de actividades de 2018 se dieron a conocer los resultados de cada línea de intervención y se mostró el esquema del plan de operación de la política de actividades para el 2019. También se presentaron los procedimientos y herramientas para el apoyo a negocios del TCS obtenidos a través de los esfuerzos hasta el momento, y se mostró que se utilizarán y mejorarán en el proceso de fortalecimiento y expansión del apoyo en el futuro. Los retos para las actividades futuras incluyen la formación de un sistema con la asignación adecuada de personal para difundir el TCS y la revisión del borrador de la estrategia con miras a 2030, por la iniciativa del DPP.	Viceministro de cooperación internacional y Director del DPP del MITUR, Director de la Región Norte del INFOTEP, Director de cooperación bilateral del MICM, Director de Oficina de JICA y Líder del Proyecto
4 ° CCC Marzo de 2020	El primer CCC realizado en la región (Municipio de Mocha, Provincia de Esmeraldas). Los representantes del MITUR e INFORMEP y el líder del Proyecto dieron a conocer el avance	Del lado del Proyecto: Director del DPP del MITUR, Director de estrategia y Director de la región norte

	de las actividades de cada línea de intervención, los temas futuros, los planes de actividades para el 2020, y los preparativos para la firma de un convenio interministerial que incluye la conformación de una MCN.	del INFOTEP, Director de cooperación internacional del MEPyD, Director de Oficina de JICA, y Líder del Proyecto Como observador: representantes del Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Cultura y MEPyD, de la Cámara de Comercio e Industria de Santiago, el gobernador de la provincia de Espaillat, congresistas y el alcalde del municipio de Moca
5 ° CCC Mayo de 2021	Se llevaron a cabo discusiones sobre el progreso de las actividades bajo la pandemia por el COVID-19 y las políticas futuras, pensando en la continuidad después de la finalización del Proyecto. Se confirmó que los compromisos del MITUR e INFTEP se han incrementado aún más bajo el nuevo sistema establecido en el año pasado, y que se promoverá la coordinación necesaria con los ministerios y agencias relacionadas. También se confirmó la subcontratación de la formulación del plan de recuperación por parte de la OMT y el marco de implementación del mismo. Las pancartas del TCS y los productos reales se exhibieron en el lugar, y las muestras de productos de la región norte se presentaron empacados en una canasta de Cibao.	En forma presencial: Viceministro de cooperación internacional, Director del DPP y Viceministro de Fomento de Turismo del MITUR, Director de Estrategia y Director de la Región Norte del INFOTEP, Director de cooperación internacional del MEPyD, Director y Subdirector de Oficina de JICA, funcionario encargado de la cooperación económica de la Embajada de Japón, Embajador de la República Dominicana en Japón, En forma virtual: Funcionario encargado del Proyecto en la sede de JICA, funcionario encargado de tecnología y funcionario encargado de coordinación del OMT
6 ° CCC Marzo de 2022	Confirmación de los resultados de las actividades del proyecto, confirmación de la Visión estratégica TCS 2030 y confirmación del compromiso de las futuras de las entidades después de la finalización del proyecto.	MITUR, INFOTEP, MEPyD, JICA

MINUTA DE LA PRIMERA REUNION  
DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA  
ENTRE EL MINISTERIO DE TURISMO INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN  
TÉCNICA PROFESIONAL MINISTERIO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y  
DESARROLLO Y LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL JAPÓN  
DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE  
DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA  
REGIÓN NORTE, REPÚBLICA DOMINICANA

El Ministerio de Turismo (en lo adelante referido como MITUR) y el Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional (en lo adelante referido como INFOTEP), en coordinación con el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (en lo adelante referido como MEPyD) ejecutan el Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte (en lo adelante referido como el Proyecto) desde el mes de abril de 2016 con apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (en lo adelante referido como JICA) con duración de 5 años.


El Proyecto tiene como propósito fortalecer las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del Turismo Basado en la Comunidad (TBC) sostenible con la participación público-privada en la Región Norte de la República Dominicana.

Como resultado de la primera reunión del Comité de Coordinación Conjunta (en lo adelante referido como CCC) realizado en fecha del 11 de noviembre de 2016, las partes involucradas acordaron los aspectos que se relacionan en los documentos adjuntos.

Santo Domingo, 11 de noviembre del 2016

  
Sr. Francisco Javier García  
Ministro  
Ministerio de Turismo  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Akihiko Yamada  
Representante Residente  
Agencia de Cooperación Internacional del Japón en la República Dominicana

  
Sr. Inocencio García  
Viceministro de Cooperación Internacional  
Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo,  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Rafael Antonio Ovalles Rodríguez  
Director General  
Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional,  
Gobierno de la República Dominicana

MINUTA DE LA PRIMERA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN  
CONJUNTA DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL  
MECANISMO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA  
COMUNIDAD EN LA REGIÓN NORTE

En la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, siendo las 10:30 a.m. del día once (11) del mes de noviembre del año 2016, estando reunidos en la sala Multiuso del MITUR, la Sra. Maribel Villalón, Directora del Departamento de Planeación y Proyecto (DPP) del MITUR, en representación del Sr. Francisco Javier García, Ministro de Turismo, la Sra. Arleida Tineo, Gerente de la Región Norte del INFOTEP, en representación del Sr. Rafael Ovalles, Director General del INFOTEP, la Sra. María Fernanda Ortega, Directora General de Cooperación Bilateral en representación del Sr. Inocencio García, Viceministro de Cooperación Internacional del MEPyD y el Sr. Akihiko Yamada, Representante Residente de la JICA, se llevó a cabo la primera reunión del Comité de Coordinación Conjunta del Proyecto dentro del cual se desarrollaron los siguientes puntos:

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

PRIMER PUNTO:

Desarrollo de la Agenda del día y los Participantes

La agenda del día y el listado de participantes de la primera reunión del CCC corresponden a los Anexos 1 y Anexo 2, respectivamente.

SEGUNDO PUNTO:

Marco Lógico Plan General del Proyecto

Los miembros del CCC confirmaron el inicio del proyecto desde el mes de abril 2016, con el marco lógico denominado la Matriz de Diseño del Proyecto (PDM), siglas en inglés, correspondiente al Anexo 3, y el Plan de Operación (PO) correspondiente al Anexo 4). Los miembros de CCC confirmaron el objetivo del proyecto, el objetivo superior, cuatro (4) resultados esperados y plan general del proyecto, lo cual consiste en cinco fases de las actividades planeadas: Fase de Diagnóstico, Fase de Desarrollo, Fase Estratégica, Fase de Ejecución y Fase de Establecimiento de la Estructura de Implementación, con duración de 5 años desde el mes de abril 2016 hasta el mes de marzo 2021, los cuales fueron presentados por la Sra. Yanilet Matus, Encargada Unidad de Planeación del DPP del MITUR (Anexo 5), y están descritos detalladamente en el Informe Inicial del Proyecto presentado en el mes de mayo de 2016.

TERCER PUNTO:

Retroalimentación de la Discusión de la Reunión del Pre-CCC

Los miembros del CCC concuerdan la realización de la coordinación previa para la primera reunión del CCC, realizada en el mes de mayo 2016 para establecimiento interinstitucional básico entre el MITUR, el MEPyD, el INFOTEP y la JICA con objetivos de ejecutar de manera eficiente y efectiva el Proyecto.

CUARTO PUNTO:

Confirmación de la Estructura del CCC y el Mecanismo de Implementación

Los miembros del CCC confirman la estructura de la implementación del proyecto. El CCC es conformado por el Ministro de Turismo, el Viceministro de Cooperación del MEPyD, el Director General del INFOTEP, y el Representante Residente de la JICA como máxima instancia del proyecto o en quien deleguen, con el objetivo de facilitar la coordinación interinstitucional de ejecutores del proyecto y funciones de: 1. Revisar los avances generales del proyecto, 2. Revisar el plan general de ejecución si es necesario, 3. Aprobar el plan anual y llevar a cabo la evaluación de su ejecución, y 4. Intercambiar opiniones sobre los asuntos relevantes. El CCC se celebrará por lo menos una vez al año, y cuando sea necesario basado en la demanda de las entidades responsables de la operación y se convoca por el MEPyD.

La Mesa de Coordinación Nacional (MCN) conformada por los representantes técnicos de las diferentes entidades nacionales relacionadas con promoción y desarrollo de turismo comunitario sostenible como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Ministerio de Industria y Comercio, el Ministerio de Cultura, el Consejo Nacional de Competitividad y otras entidades relevantes además de los departamentos correspondientes al tema del MITUR, el MEPyD y el INFOTEP, se conforma como un mecanismo de coordinación institucional para realizar apoyo a las iniciativas locales de promoción del turismo comunitario sostenible en la Región Norte.

Los miembros de la MCN participarán en el CCC como observadores por la invitación del MITUR, el MEPyD y el INFOTEP. De igual manera, un representante de la Embajada del Japón en la República Dominicana, formará parte de los observadores del CCC por la invitación de la JICA.

La estructura de la implementación del proyecto se corresponde a las hojas de presentaciones de los Anexos 5 y Anexo 6.

QUINTO PUNTO:

Reconocimiento de los Avances y Aprobación del Plan de las Actividades en 2017 (Incluyendo los Proyectos Piloto)

Los miembros del Comité de Coordinación Conjunta conocieron los avances de las actividades del proyecto y están de acuerdo con la continuación de las actividades planeadas en el Plan de Actividades del Proyecto para el año 2017, los cuales fueron presentados por el Sr. Takashi Aoki, el Coordinador General del Proyecto del equipo de la JICA (Anexo 6).

5-1. Acciones realizadas

Resumen de las actividades realizadas durante 5 meses desde inicio del proyecto, se están a continuación:

1. Inicio del diagnóstico de 19 temas incluyendo el estudio de base de potencialidad de los sitios de turismo comunitario y rutas temáticas de la región Noroeste;
2. Diseño, coordinación y preparación de cinco (5) actividades piloto en las provincias prioritarias (Provincias de Puerto Plata, Santiago, Monción, I. Valverde, Santiago Rodríguez y Daabón);
3. Coordinación interinstitucional del MITUR, el MEPyD, el INFOTEP y la JICA;
4. Coordinación interdepartamental del MITUR;
5. Instalación del proyecto.

5-2. Actividades piloto

Se planearon cinco (5) actividades piloto en el primer año de la ejecución del proyecto con objetivos de obtener lecciones aprendidas para elaboración de estrategias integradas con aplicación a otras zonas y fortalecimiento de un mecanismo de implementación de turismo comunitario sostenible en la Región Norte.

Las actividades piloto son las siguientes:

1. Mejoramiento de capacidades de venta y promoción basada en el ciclo de Marketing de turismo comunitario sostenible;
2. Creación de base de "destino de circuito multiprovincial" con participación comunitaria;
3. Elaboración de rutas de turismo comunitario a través de concursos con las universidades considerando el ciclo de marketing con plataforma territorial;
4. Fortalecimiento y mejoramiento de un modelo de centro de Información Turística Público-Privado; y
5. Desarrollo de Herramienta de Mapping participativo (Appli Android).

5-3. Plan de Actividades de 2017

Según el Informe Inicial del proyecto, las actividades siguientes son planeadas con algunas modificaciones.

1. Elaboración del informe de diagnóstico preliminar y conclusión de Fase de Diagnóstico;
2. Continuación de los proyectos piloto y organización de lecciones aprendidas en las áreas prioritarias. Concentración de las actividades en las provincias prioritarias en la primera mitad del año y aplicación de las experiencias a otras provincias desde segunda mitad del año;
3. Elaboración de un borrador de estrategias integradas para aplicación de las experiencias a otras zonas de la Región Norte;

4. Conformación de grupos territoriales (GTs) y elaboración de planes de acción de los GTs en las áreas prioritarias. Preparación e inicio de la intervención en resto de las provincias.
5. Inicio de la intervención al resto de las provincias de la Región Norte;
6. Fortalecimiento de la Mesa de Coordinación Nacional (MCN).
7. Elaboración de los planes de acciones de las entidades a nivel nacional para apoyar los planes de acciones de los GTs incluyendo programa de capacitación con el INFOTEP; y
8. Realización del curso de capacitación en Japón.

**SEXTO PUNTO:**

**Establecimiento de Mecanismo de Monitoreo**

Los miembros del CCC están de acuerdo con la necesidad del establecimiento de un mecanismo de monitoreo del proyecto a partir de realización del CCC anualmente. Se conformará un equipo de monitoreo conformado por los miembros del equipo técnico del MITUR, el MEPyD, el INFOTEP y la JICA, con el objetivo de realizar periódicamente reuniones de monitoreo.

**SEPTIMO PUNTO:**

**Confirmación de las Asignación de Personal**

Los miembros del CCC confirmaron el estatus de la asignación de personal por parte del MITUR, el MEPyD, el INFOTEP y la JICA para implementación del proyecto. Cada entidad continuará esfuerzos para realizar asignación necesaria para lograr los objetivos del proyecto. Se refiere al estado de los miembros técnicos del Proyecto en el anexo 5.

7/9  
CR

WZ  
Rat

MINUTA DE LA SEGUNDA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA ENTRE EL MINISTERIO DE TURISMO, EL MINISTERIO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, EL INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL Y LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL JAPÓN, DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA REGIÓN NOROCCIDENTAL EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.


El Ministerio de Turismo (en lo adelante referido como MITUR) y el Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional (en lo adelante referido como INFOTEP) en coordinación con el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (en lo adelante referido como MEPyD), ejecutan el Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Noroeste en la República Dominicana (en lo adelante referido como el Proyecto) desde el mes de abril de 2016 con apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (en lo adelante referido como JICA) con una duración de 5 años.

El propósito del Proyecto es fortalecer las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad con la participación público-privada en la Región Noroeste de la República Dominicana.

Como resultado de la segunda reunión del Comité de Coordinación Conjunta (en lo adelante referido como CCC) realizado en fecha del 5 de diciembre de 2017, las partes involucradas acordaron los aspectos que se relacionan en los documentos adjuntos.

Santo Domingo, 5 de diciembre del 2017

  
Sr. Francisco Javier García  
Ministro  
Ministerio de Turismo  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Inocencio García  
Vice-ministro de Cooperación Internacional  
Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo,  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Rafael Antonio Ovalles Rodríguez  
Director General  
Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional,  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Akihiko Yamada  
Representante Residente  
Agencia de Cooperación Internacional del Japón en la República Dominicana

MINUTA DE LA SEGUNDA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA REGIÓN NOROCCIDENTAL EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.

En la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, siendo las 10:20 a.m. del día cinco (5) del mes de diciembre del año 2017, estando reunidos en el salón Multifuncional del MITUR, el Sr. Fausto Fernández, Vice-ministro de Cooperación Internacional en representación del Sr. Francisco Javier García, Ministro de Turismo, la Arq. Maribel Villalona, Directora del Departamento de Planeación y Proyectos del Ministerio de Turismo, la Sra. Ondina María, Gerente Planificación Estratégica e Inteligencia Institucional en representación del Sr. Rafael Ovalles, Director General del INFOTEP, la Sra. Ariselda Tineo, Gerente Regional Norte del INFOTEP, la Sra. María Fernanda Ortega, Directora General de Cooperación Bilateral, en representación del Sr. Inocencio García, Vice-ministro de Cooperación Internacional del MEPyD, el Sr. Akihiko Yamada, Representante Residente de la JICA en República Dominicana y el Sr. Takashi Aoki, Líder del equipo del proyecto de la JICA, se llevó a cabo la segunda reunión del CCC dentro del cual se desarrollaron los siguientes puntos:

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

PRIMER PUNTO:

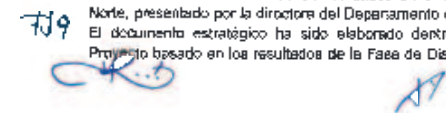
Desarrollo de la Agenda del día y los Participantes

La agenda del día y el listado de participantes de la segunda reunión del CCC se corresponden con los Anexos 1 y 2, respectivamente. Además de los miembros del CCC, hay una importante participación del Sr. Federico Henríquez Galarsaux, Vice-ministro para el Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura y de varios departamentos del MITUR como el Departamento de Promoción Nacional, Departamento de Promoción Internacional, Departamento de Formación, Departamento de Empresas y Servicios, Departamento de Gestión de Cambio de Patrimonio del Ministerio de Cultura, y otras entidades nacionales como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Proyecto de Biodiversidad Costera y Turismo apoyado por el PNUD, el Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES como observadores del CCC.

SEGUNDO PUNTO:

Confirmación de avances: Elaboración de la Estrategia de Fomento de TCS en la Región Noroeste.

Los miembros del CCC conocieron el borrador de la Estrategia de Fomento de Turismo Comunitario Sostenible: TCS (en la Estrategia, se usa TCS como abreviatura al término TBC, Turismo Basado en las Comunidades en el PDM del Proyecto) en la Región Noroeste, presentado por la directora del Departamento de Planeación y Proyectos (DPP). El documento estratégico ha sido elaborado dentro de la Fase de Estrategia del Proyecto basado en los resultados de la Fase de Diagnóstico y la Fase de Desarrollo.

2-  
7/9  


El mismo contiene los resultados de la fase de diagnóstico, así como la correspondiente a la estrategia incluyendo la visión de desarrollo del TCS, tres ejes estratégicos, nueve resultados esperados, estructura de implementación, grupos meta, Instituciones responsables y objetivo anual. En el Anexo 3 se detalla el resumen ejecutivo de la estrategia.

TERCER PUNTO:

Marco general del plan de desarrollo de recursos humanos de INFOTEP:


Los miembros del CCC confirmaron la aprobación de trabajo en el área de capacitación de recursos humanos del TCS, presentado por la Gerente Regional Norte de INFOTEP. El INFOTEP apoyará la capacitación de líderes comunitarios (en temas de "Gerencia y Liderazgo" y "Trabajo en Equipo"), la sensibilización de la comunidad y el fortalecimiento de la capacidad de productos del TCS de acuerdo con los lineamientos de la estrategia de fomento del TCS. En el año 2018, se capacitarán alrededor de 500 personas en la Región Noroeste. Otras entidades como el MITUR apoyarán activamente este esfuerzo.

CUARTO PUNTO:

Confirmación de los avances del proyecto según la Matriz de Diseño del Proyecto (PDM)

4-1. Los miembros del CCC confirmaron los avances de las actividades del proyecto realizadas durante el periodo de noviembre 2016 a noviembre 2017, incluyendo la elaboración de la Estrategia de Fomento de TCS, presentada en el CCC por los miembros del equipo técnico del proyecto, los cuales han sido presentados detalladamente en el Informe de Monitoreo III y el Informe de Monitoreo IV entregados en el mes de abril 2017 y el mes de octubre 2017 respectivamente. Los miembros del CCC confirmaron los avances generales del proyecto según la Matriz de Diseño del Proyecto (Anexo 4) y el Plan de Operación del Proyecto (Anexo 5).

4-2. Los miembros del CCC confirmaron los procesos generales del Proyecto. Se han logrado progresos sustanciales en las actividades ejecutadas según el Informe Inicial del Proyecto (presentados en el mes de mayo de 2016). Hasta ahora se han completado las Fases de Diagnóstico y Desarrollo; actualmente se encuentra en la parte final de la Fase de Estrategia. El proyecto presenta una demora de más o menos 6 meses en comparación con los resultados esperados descritos en el informe inicial del proyecto presentado en el mes de mayo 2016. Esta demora, por un lado se debe a que se invirtió mayor tiempo de lo programado en la estructuración de la base del mecanismo de fomento de TCS, pues se trató de un proceso socializado con las entidades relacionadas en la definición de borrador de estrategias y proyectos piloto, y por otro lado a que se presentaron inundaciones en zonas objeto del Proyecto por lluvias intensas y huracanes ocurridos entre octubre y noviembre en el 2016, y entre

7/9  


mayo y septiembre en el 2017. No obstante, los miembros del CCC consideraron los avances favorables. Por ejemplo, se estableció la oficina local de MITUR, la cual tiene a su cargo las cuatro provincias de la región noroeste, con la cual se han iniciado actividades para convertirla en un modelo de gestión y articulación local entorno al Turismo Sostenible: el TCS fue incorporado en el Plan Estratégico Institucional de 2016-2021 (PEI) del MITUR y en el Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP) del MEPyD, los cuales son planes superiores a nivel institucional; se ha conformado el mecanismo de colaboración entre el nivel nacional y el nivel regional, entre diferentes dependencias públicas y privadas; se conformó una mesa de coordinación interinstitucional entre diferentes ministerios, y se ha fortalecido la alianza entre diferentes donantes con la mesa técnica de cooperación internacional. De esa manera se ha ido fortaleciendo esta iniciativa por parte de la República Dominicana, que persigue establecer un mecanismo de fomento del TCS.

QUINTO PUNTO:

Proceso de definición y seguimiento de la Estrategia de Fomento de TCS


Los miembros del CCC confirmaron el proceso de definición y seguimiento del documento estratégico de fomento del TCS.

5-1. Proceso de elaboración de estrategias a corto plazo

Se debe culminar la elaboración del primer documento estratégico (versión 1-17) y el plan de acción en enero de 2018, de acuerdo con los lineamientos planeados y resultados presentados. En el proceso de definición de la estrategia de fomento del TCS, se ha fortalecido la iniciativa del lado de la República Dominicana y se ha construido la base del sistema de promoción y fomento del TCS.

5-2. Proceso de elaboración de estrategias a mediano plazo

En cuanto al mecanismo del TCS, que se menciona en el Objetivo del Proyecto, se considera debe estar sustentado a un marco realista y sostenible, a través de un documento estratégico, el desarrollo de una estructura de implementación y la formación de recursos humanos. El documento estratégico (versión 1-17) deberá ser revisado en el año 2019, teniendo en cuenta los resultados de actividades realizadas entre 2017 y 2018. También, se debe asegurar la concordancia del mismo con otras políticas de Estado. En el año 2021, este documento será ajustado de manera que contemple los componentes necesarios para asegurar el mecanismo de fomento sostenible en etapas posteriores al Proyecto. El CCC debe realizar la gestión necesaria para que este documento se posicione como una de las políticas del turismo más importantes del país. Durante dicho proceso, e igual que hasta ahora, se trabajará en la formación del recurso humano para el desarrollo y el fortalecimiento del mecanismo de fomento del TCS y el CCC apoyará estos esfuerzos.

2-  
7/9  




**SEXTO PUNTO:**

**Líneas del Plan de trabajo y estructura del proyecto 2018:**

Los miembros del CCC confirmaron las líneas de trabajo y estructura de ejecución del proyecto 2018.

6-1. Líneas del Plan de Trabajo 2018. Los Miembros del CCC conciliaron las líneas del Plan de Trabajo del Proyecto para 2018 que se acomode en parte de la implementación de la estrategia de fomento del TCS. Las líneas del Plan de Trabajo del Proyecto contienen dos niveles, Nivel Territorial y Nivel Nacional. En el Nivel Territorial, existen las tres líneas siguientes: la Línea Territorial Uno de "Fortalecimiento de negocio comunitario en ciclo de marketing con identidad local", que se corresponde al Eje 1-3 de la Estrategia. La Línea Territorial Dos de "Desarrollo de rutas y circuitos basados en plataformas territoriales en la región Noroeste" que se corresponde a los Ejes 2-1 y 2-2 de la Estrategia. La Línea Territorial Tres de "Comercialización y promoción de rutas temáticas en plataformas territoriales con orientación a la demanda en las provincias turísticas de la Región Norte" que se corresponde al Eje 2-1 de la Estrategia. En nivel Nacional hay tres líneas: la Línea Nacional Uno de "Fortalecimiento de una estructura de implementación y coordinación para fomento del TCS", que se corresponde a los Ejes 3-1, 3-2, 3-3 de la Estrategia. La Línea Nacional Dos de "Promoción Integral de Turismo Comunitario Sostenible con TIC", que se corresponde principalmente al Eje 3-4 de la Estrategia. La Línea Nacional Tres de "Coordinación para programa de formación turística", acciones transversales en ejes de estrategias.

El Plan de Trabajo elaborado basado en las líneas territoriales y nacionales se presentará en enero 2018.

6-1. Para establecer las oficinas del TCS planteadas en la Estrategia, se debe organizar bajo la iniciativa del MITUR e mecanismo de coordinación en el nivel nacional y regional. Dicho proceso será apoyado por el Proyecto. Actualmente la sede del Proyecto se encuentra dentro de los espacios del DPP en el MITUR, y cuenta con otras dos en el nivel regional, una de ellas dentro de la Unidad de Turismo Sostenible de la Oficina Norte del DPP del MITUR (Cabaleta) y la otra en la Oficina de Promoción Turística (OPT) de la región Noroeste del MITUR en la provincia Valverde.

Actualmente se está preparando un espacio en el interior de la Oficina Regional Norte del INFOTEP como base de desarrollo de recursos humanos de esta región. Tan pronto se saque el personal por la contraparte dominicana, el Proyecto iniciará el apoyo para establecer dicha base. En el año 2018, las actividades serán ejecutadas dando importancia a la articulación entre las oficinas del MITUR en Cabaleta y Mao, las cuales cubren un total de 7 provincias de la Región Norte Cibao y la Región Noroeste, que se zona priorizada en el marco de implementación del Proyecto.

6-2. La Mesa Técnica de Coordinación Nacional (MTCN) está conformada por el MEPyD, INFOTEP, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Industria y Comercio, Ministerio de Cultura bajo la coordinación del MITUR, y se reúne dos (2) veces al año con el fin de confirmar el avance de la implementación de la estrategia del TCS. Los miembros de la MTCN promueven la participación de otras entidades relevantes según sus competencias y roles en el fomento del TCS. También, a través de la reunión entre el personal técnico de cada entidad, se concretarán trabajos de cooperación, colaboración y coordinación para materializar el TCS. El CCC apoyará la formación y el fortalecimiento de la MTCN.

**SEPTIMO PUNTO:**

Los miembros del CCC confirmaron los siguientes puntos de la intervención de la JICA.

7-1. Posicionamiento del Proyecto en la Estrategia de TCS: el Proyecto apoyará una parte de las actividades planteadas en el borrador del documento estratégico del TCS y trabajará conjuntamente con la contraparte dominicana, principalmente con el MITUR e INFOTEP con el fin de construir un mecanismo de fomento del TCS que sea sostenible después de la finalización del Proyecto. (En el Anexo 6 se describe la relación de esfuerzos que aportan las líneas del Plan de Trabajo 2018 del Proyecto a los ejes del Documento Estratégico.

7-2. Programa de capacitación en Japón y el aprovechamiento de los resultados: En el mes de octubre de 2017, la JICA realizó el Programa de Capacitación en Japón, Programa de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en las Iniciativas Comunitarias, con el fin de formar recursos humanos para el fortalecimiento del mecanismo de Fomento del TCS. En este programa, participaron 6 personas; la Directora del Departamento de Planeación y Proyectos, la Directora de Promoción Internacional y el Director de la Oficina Regional Noroeste del MITUR, la Directora de la Oficina Regional Norte del INFOTEP y un miembro de la Asociación de Hoteles de la provincia Montecristi. Cada participante planteó actividades para el fomento del TCS, teniendo en cuenta lo aprendido en el curso, y actualmente están trabajando para reflejar estos resultados en la estrategia del TCS.

7-3. Asignación de periodo de los expertos: JICA revisará el periodo de la asignación de los expertos indicado en el Informe Inicial, con el fin de poder apoyar más efectivamente las actividades, teniendo en cuenta el avance de las actividades y la elaboración y ejecución de las estrategias.

**OCTAVO PUNTO:**

Confirmación del sistema de monitoreo del Proyecto:

Se ha confirmado realizar el CCC una vez al año de manera ordinaria y extraordinaria según la necesidad, tal como se había acordado anteriormente en la minuta de la reunión del primer CCC. También se ha acordado realizar una reunión de monitoreo como espacio para verificar el avance del Proyecto entre las entidades responsables de la ejecución del proyecto. En esta reunión participa el personal técnico del MITUR, MEPyD, INFOTEP y JICA, con encuentros trimestrales. En el año 2017, se han reunido en cuatro ocasiones, a saber abril, mayo, julio y octubre. Se ha acordado que se debe elaborar y compartir el informe de monitoreo reflejando los resultados de las reuniones de monitoreo.

**NOVENO PUNTO**

**Pasos siguientes**

Los miembros del CCC asignarán tareas de la coordinación a los responsables del proyecto respectivamente para tratar los puntos comentados y recomendaciones, que mejorarán la implementación de las actividades del proyecto en 2018.

Los miembros del CCC están de acuerdo con la celebración de la próxima reunión anual del CCC en el mes de noviembre de 2018.

MINUTA DE LA TERCERA REUNIÓN DEL  
COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA  
ENTRE EL MINISTERIO DE TURISMO, EL MINISTERIO DE ECONOMÍA,  
PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, EL INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN  
TÉCNICO PROFESIONAL Y LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL  
DEL JAPÓN.


PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE DESARROLLO  
DEL TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA REGIÓN NORTE  
EN LA REPÚBLICA DOMINICANA


El Ministerio de Turismo (en lo adelante referido como MITUR) y el Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional (en lo adelante referido como INFOTEP) en coordinación con el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (en lo adelante referido como MEPyD), ejecutan el Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte en la República Dominicana (en lo adelante referido como el Proyecto) desde el mes de abril de 2013 con apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (en lo adelante referido como JICA) con una duración de 5 años.

El propósito del Proyecto es fortalecer las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad con la participación público-privada en la Región Norte de la República Dominicana.

Como resultado de la tercera reunión del Comité de Coordinación Conjunta (en lo adelante referido como CCC) realizado en fecha del 23 de febrero de 2019, las partes involucradas acordaron los aspectos que se relacionan en los documentos adjuntos.

Santo Domingo, 20 de febrero de 2019

  
Sr. Francisco Javier García  
Ministro  
Ministerio de Turismo  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Inocencio García Javier  
Viceministro de Cooperación Internacional  
Ministerio de Economía, Planificación y  
Desarrollo  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Rafael Antonio Ovalles Rodríguez  
Director General  
Instituto Nacional de Formación  
Técnico Profesional,  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Takayuki Kondo  
Representante Residente  
Agencia de Cooperación Internacional de  
Japón en la República Dominicana

MINUTA DE LA TERCERA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN  
CONJUNTA DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL  
MECANISMO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA  
COMUNIDAD EN LA REGIÓN NORTE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.

En la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, siendo las 10:00 a.m. del día veintidós (20) del mes de febrero del año 2019, estando reunidos en el salón conferencial del MEPyD, el Sr. Fausto Fomander, Viceministro de Cooperación Internacional en representación del Sr. Francisco Javier García, Ministro de Turismo, la Arq. Maribel Villalona, Directora del Departamento de Planeación y Proyectos del Ministerio de Turismo, la Sra. Arisvela Tineo, Gerente Regional Norte del INFOTEP en representación de Sr. Rafael Ovalles, Director General del INFOTEP, la Sra. Gladys Rojas, Encargada del Departamento Seguimiento de Cooperación Norte Sur de la Dirección de Cooperación Bilateral en representación del Sr. Inocencio García, Viceministro de Cooperación Internacional del MEPyD, el Sr. Kazuki Otsuka, Subdirector de la JICA en representación del Sr. Takayuki Kondo, Representante Residente de la JICA en República Dominicana y el Sr. Takeshi Aoki, Líder del equipo del proyecto de la JICA, se llevó a cabo la tercera reunión del CCC dentro del cual se desarrollaron los siguientes puntos:

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

PRIMER PUNTO:

Desarrollo de la Agenda del día y los Participantes

La agenda del día y el listado de participantes de la tercera reunión del CCC se corresponden con los Anexos 1 y 2, respectivamente.

SEGUNDO PUNTO:

Confirmación de los avances del proyecto según la Matriz de Diseño del Proyecto (PDM) y el Plan de Trabajo basado en las Líneas de Intervención

2-1. Los miembros del CCC confirmaron los avances de las actividades del proyecto realizadas hasta enero 2019, basados en el resumen de los avances de las actividades presentados en el CCC por los miembros del equipo técnico del proyecto según la Matriz de Diseño del Proyecto y el Plan de Operación del Proyecto (Anexo 3) con evaluación de nivel de cumplimiento.

2-2. Proceso general del Proyecto. Se han logrado progresos sustanciales en las actividades ejecutadas según el Informe Inicial del Proyecto (presentados en el mes de mayo de 2016). Hasta ahora se han completado las fases de diagnóstico, desarrollo y estrategia; actualmente el Proyecto se encuentra en la fase de ejecución y la fase de establecimiento de la estructura de implementación.

719





2-3. Avances de las actividades según líneas de intervención en el año 2018. Los miembros del CCC confirmaron los avances de las actividades realizadas según las líneas del Plan de Trabajo del Proyecto establecidas para el año 2018. Se confirmaron el nivel de cumplimiento, reorientación, lecciones aprendidas y puntos de mejora para la ejecución en el siguiente año (Anexo 4).

2-4. Avances de las actividades en el tema de la capacitación y formación para fomento de TCS: Los miembros del Comité conocieron los avances y logros en tema particular de la capacitación y formación en TCS principalmente por INFOTEP. Los logros principales son 1. Creación de nuevo programa de TCS y ejecución piloto en Dajabón, que ya se ha integrado a la oferta formativa del INFOTEP y está disponible para todas las comunidades a nivel nacional. 2. Capacitación de 451 personas en tema de TCS y 3. Certificación de 740 personas durante del año 2018.

TERCER PUNTO:

Confirmación y aprobación de aproximación, líneas de intervención y el Plan de Trabajo (L) 2019-20.

3-1. Los miembros del Comité confirmaron la aproximación general para planificación de las actividades 2019-2020 presentada por el equipo técnico del proyecto, basado en los resultados de la reorientación de los avances de las actividades realizadas en el año 2018, con la alta consideración de cumplimiento del objetivo del proyecto en el año 2021 y enfocada hacia el objetivo superior del proyecto (Anexo 4).

3-2. Los miembros del Comité conocieron la propuesta de la situación esperada para 2021 como punto de aterrizaje del Proyecto, siendo uno de los pasos el diseño de la Estrategia de Fomento de TCS 2020. Considerando el objetivo superior y el objetivo del Proyecto, se describen dos puntos de "situación esperada 2021" (Anexo 5)

3-3. Los miembros del Comité conocieron las Líneas de Intervención (L) 2019-2020 para dirigir las actividades a la situación esperada 2021. Las siguientes, son las Líneas de Intervención (L) 2019-2020.

1. Emprendimiento y fortalecimiento del negocio del turismo utilizando recursos locales, basado en el ocio de marketing.
2. Fortalecimiento de las capacidades de gestión turística para desarrollo de rutas y destinos comunitarios.
3. Fortalecimiento de funciones de promoción y comercialización para posicionamiento de TCS.
4. Fortalecimiento de la capacidad de coordinación para capacitación y formación turística.
5. Apoyo a la mejora de la infraestructura turística para elevar la calidad de los servicios y experiencias de TCS.
6. Fortalecimiento de una estructura sensible para la implementación, coordinación y creación de un modelo que permita el fomento TCS.

719





En cada línea se establece la situación esperada para 2021, indicadores, metas y responsables de implementación, actividades principales, responsable principal de ejecución con milloneros en 2019 (Se refiere el Plan de Trabajo 2019-2020 en el anexo 5).

CUARTO PUNTO:

Compromiso para fortalecimiento de la estructura de implementación del proyecto y TCS

Los Miembros del Comité de CCC conocieron la intención de cada entidad para fortalecer la estructura de implementación para fomento de TCS de la siguiente forma:

4-1. El MITUR está evaluando la propuesta de la creación de la Unidad de Fomento de TCS (UF TCS) en el nivel central y la Oficina de Turismo Sostenible (OTS) en cada una de las cuatro (4) subregión del Cibao (Cibao Norte, Cibao Noroeste, Cibao Nordeste y Cibao Sur), e inició el fortalecimiento de las Oficinas de Promoción Turística (OPT) nacional y el involucramiento de los departamentos y viceministerios relevantes del MITUR. El MITUR está analizando una posibilidad de la emisión de una resolución que al Ministerio de Turismo presente para la formalización de la estructura.

4-2. El INFOTEP asignará personal para la coordinación general en la Región Norte en los temas de capacitación de TCS; dicho personal estará localizado en la oficina de TCS ubicada en el INFOTEP Región Norte que sirve de sede para la coordinación; además, cada subregión tiene un asesor responsable para la coordinación en su territorio (Cibao Norte, Cibao Noroeste, Cibao Nordeste y Cibao Sur).

QUINTO PUNTO: Proceso de desarrollo y seguimiento de la Estrategia de Fomento de TCS

Los miembros del CCC confirmaron el proceso de revisión y presentación final del documento estratégico de fomento de TCS en la Región Norte de la siguiente manera:

5-1. El proceso de revisión del documento de la Estrategia en el año 2019. El borrador del documento estratégico presentado en diciembre 2017 (versión 1-17) que se ha elaborado según el marco general de la estrategia acordada durante del segundo CCC, se ha utilizado para incorporar el TCS en el Plan Estratégico Institucional de 2019-21 (PEI) del MITUR y para la realización de las actividades ejecutadas durante el año 2018.

Según el proceso acordado en el CCC previo, en el año 2019, el documento estratégico (versión 1-17) deberá ser revisado, teniendo en cuenta dos importantes resultados: 1. Los resultados de las actividades realizadas durante del año 2018 según las líneas de Intervención, previamente presentadas. 2. Los puntos de verificación para ajuste de la estrategia basados en las propuestas presentadas por la minuta de la

719





reunión firmada en septiembre 2018 como resultado de la misión de la JICA matriz realizada en mayo 2018 y 3. La incorporación de la Estrategia de Multidestino, como la estrategia superior en la que se enmarca la de TCS.

El Departamento de Planificación y Proyectos (DPP) del MITUR liderará el proceso de la revisión de documento estratégico y el equipo técnico de la JICA acompañará este proceso y coordinará con el equipo de INFOTEP, la JICA RD y JICA matriz para tener sus insumos. El alcance del documento estratégico (versión 2-18) será el año 2030 y se presentará hasta segundo semestre del año 2019 por la iniciativa del DPP y el equipo técnico de la JICA acompañará este proceso.

#### 5-2. Proceso de elaboración final de la estrategia para sostenibilidad

No será hasta el final del proyecto en marzo del año 2021, que se presentará el documento estratégico (versión 3-21; revisado con la reflexión de aprendizajes de las actividades realizadas durante la ejecución en 2019 y 2020, y deberá ser una Estrategia ajustada con visión 2030, de manera que contemple los componentes necesarios para asegurar la sostenibilidad del mecanismo de implementación de esa Estrategia en etapas posteriores al proyecto. Los miembros del CCC realizarán la gestión necesaria para que la estrategia de TCS 2030 se incorpore dentro del Plan Maestro de Turismo y otras estrategias relevantes.

### SEXTO PUNTO: OTROS ASUNTOS IMPORTANTES DE CONSIDERACIÓN

#### 6-1. Definición de meta de indicadores del objetivo superior del proyecto.

Definición de uno de los dos indicadores del Objetivo Superior del proyecto, a número de los productos y servicios del TCS vendidos por parte de las agencias de viaje dentro y fuera de la República Dominicana aumentado, está pendiente, y el equipo técnico del proyecto recomendó el uso del listado de productos turísticos operados y potenciales de TCS en la Región Norte presentado en enero 2017 como la base para el desarrollo de ese indicador.

En el momento de la presentación del listado, el número de los productos y servicios de TCS que reciben las agencias de viajes y tours operadoras fue 10. El indicador del número se define con un aumento del 200% en comparación con lo de enero 2017.

#### 6-2. Realización del curso de capacitación en Japón para contrapartes y líderes territoriales.

JICA está planeando realizar un segundo curso de capacitación en Japón para las contrapartes del proyecto (principalmente en el nivel territorial) y líderes territoriales en la Región Norte para fortalecer el mecanismo de implementación de la Estrategia de Fomento de TCS. Los miembros del CCC colaborarán en el proceso de selección de candidatos adecuados para el curso.

#### 6-3. Coordinación Interinstitucional y Mesa de Coordinación Nacional

En el año 2018, se encontró cierta dificultad para continuar la conformación de la Mesa de Coordinación Nacional constituida por entidades de los sectores público y privado. En el año 2019, en cambio se promueve la coordinación Interinstitucional en base a acuerdos institucionales con cada entidad de los miembros de la Mesa Técnica de Coordinación Nacional y con propuesta de acciones concretas. Los miembros del CCC están de acuerdo con esta aproximación. Se apoyará la realización de la Mesa de Coordinación Nacional para finales del año 2019 y el MITUR realizará convocatorios de la Mesa.

#### 6-4. Acuerdo con la Asociación Dominicana de Prensa Turística (ADOMPRETUR)

Los miembros del CCC están de acuerdo en firmar el acuerdo estrategia de coordinación Interinstitucional para impulsar el desarrollo de TCS con la Asociación Dominicana de Prensa Turística (ADOMPRETUR). Las firmas de este acuerdo serán realizadas por los miembros oficiales del CCC del Proyecto y el presidente de ADOMPRETUR antes, tomando en consideración que la JICA firmará en calidad de observador de este acuerdo con intención de apoyar a la sostenibilidad de la alianza después de la terminación del proyecto.

#### 6-5. Realización de entrega de reconocimiento a Buenas Prácticas

Los miembros del CCC, con el liderazgo del Ministerio de Turismo, otorgaron reconocimientos a cuatro (4) buenas prácticas de las Unidades Productivas que se realizaron en 2018 (ANEXO 6), para incentivar en las comunidades la continuidad de sus esfuerzos y utilizar buenas prácticas para ampliación y aplicación a otras comunidades. Los miembros del CCC están de acuerdo en que se realice la presentación de reconocimiento de buenas prácticas anualmente.

#### 6-6. Pasos siguientes

Los miembros del CCC asignarán tareas de la coordinación a los responsables del proyecto respectivamente para tratar los puntos comentados y recomendaciones, que mejorarán la implementación de las actividades del proyecto en 2018.

Los miembros del CCC están de acuerdo con la celebración de la próxima reunión anual del CCC en el mes de enero de 2020.

TJ9





TJ9








**MINUTA DE LA CUARTA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA ENTRE EL MINISTERIO DE TURISMO, EL MINISTERIO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, EL INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL Y LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL JAPÓN, DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA REGIÓN NORTE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.**


El Ministerio de Turismo (en lo adelante referido como MITUR) y el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (en lo adelante referido como INFOTEP), en coordinación con el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (en lo adelante referido como MEPYD), ejecutan el Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte en la República Dominicana (en lo adelante referido como el Proyecto), desde el mes de abril de 2018 con el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (en lo adelante referido como JICA) con una duración de 5 años.


El propósito del proyecto es fortalecer las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad con la participación público-privada en la Región Norte de la República Dominicana.


Como resultado de la cuarta reunión del Comité de Coordinación Conjunta (en lo adelante referido como CCC), realizada en fecha 3 de marzo del 2020, las partes involucradas acordaron los aspectos que se relacionan en los documentos adjuntos.

Moca, Provincia Espaillat, República Dominicana, 03 de Marzo del 2020

  
Sr. Francisco Javier García  
Ministro  
Ministerio de Turismo,  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Juan Ariel Jiménez  
Ministro  
Ministerio de Economía, Planificación y  
Desarrollo,  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Rafael Antonio Ovalles Rodríguez  
Director General  
Instituto Nacional de Formación  
Técnica Profesional,  
Gobierno de la República Dominicana

  
Sr. Takayuki Kondo  
Representante Residente  
Agencia de Cooperación Internacional del  
Japón en la República Dominicana

**MINUTA DE LA CUARTA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA REGIÓN NORTE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.**

En la ciudad de Moca, Provincia de Espaillat, República Dominicana, siendo las 10:00 a.m. del día tres (3) del mes de marzo del año 2020, estando reunidos en el salón del Museo Presidente Ramón Cáceres, la Arq. Maribel Villalona, Directora de la Dirección de Planificación y Proyectos Turísticos del Ministerio de Turismo, en representación del Lic. Francisco Javier García, Ministro de Turismo, el Sr. Iván Cruz, Director General de Cooperación Bilateral, en representación del Lic. Juan Ariel Jiménez, Ministro de Economía, Planificación y Desarrollo, la Sra. Órdina Martín, Gerente de Planificación Estratégica e Inteligencia Institucional, en representación del Sr. Rafael Ovalles, Director General del INFOTEP, el Sr. Takayuki Kondo, Representante Residente de la JICA en República Dominicana y el Sr. Takashi Aoki, Líder del equipo del proyecto de la JICA, se llevó a cabo la cuarta reunión del CCC dentro de la cual se desarrollaron los siguientes puntos:

**DESARROLLO DE LA REUNIÓN**

**PRIMER PUNTO:**

**Desarrollo de la Agenda del día y los Participantes:**  
La agenda del día y el listado de participantes de la cuarta reunión del CCC se corresponden con los Anexos 1 y 2, respectivamente.

**SEGUNDO PUNTO:**

**Confirmación de los avances generales del proyecto según la Matriz de Diseño del Proyecto (PDM) y el Plan de Trabajo basado en las Líneas de Intervención:**  
2-1. Los miembros del CCC confirmaron los avances de las actividades del proyecto realizadas hasta enero 2020, basado en el resumen de los avances de las actividades presentados en el CCC por los miembros del equipo técnico del proyecto, según la Matriz de Diseño del Proyecto y el Plan de Operación del Proyecto (Anexo 3) con evaluación de nivel de cumplimiento.

2-2. **Procesos generales del Proyecto:** Se han logrado progresos sustanciales en las actividades ejecutadas según el Informe Inicial del Proyecto (presentado en el mes de mayo de 2018). Actualmente se encuentra en la fase de ejecución y la fase de establecimiento de la estructura de implementación, después del cumplimiento de la fase de diagnóstico, la fase de desarrollo y la fase de estrategia durante los primeros tres años. Después de la cuarta reunión del CCC, se entrará en el último año de

implementación del proyecto para concluir las fases de ejecución y de establecimiento de la estructura de implementación.

2-3. **Avances de las actividades según líneas de intervención para el año 2019-2020:** Los miembros del CCC confirmaron los avances de las actividades generales realizadas del Plan de Trabajo del proyecto según las Líneas de Intervención establecidas en el tercer CCC a principios de 2019 (Anexo 4). Las Líneas de Intervención y sus avances particulares son los siguientes:

En la Línea de Intervención 1: "Emprendimiento y fortalecimiento del negocio del turismo utilizando recursos locales, basado en el ciclo de marketing", se han realizado 58 actividades para apoyo a negocios comunales de Turismo Comunitario Sostenible (TCS) con creación o mejoramiento de 22 productos de TCS en la Región Norte.

En la Línea de Intervención 2: "Fortalecimiento de las capacidades de gestión territorial turística para desarrollo de rutas y destinos comunitarios", se han fortalecido 2 Grupos Territoriales (GT) de nivel comunitario / municipal, 5 Grupos Territoriales (GT) en nivel provincial y 2 grupos técnicos en nivel subregional.

En la Línea de Intervención 3: "Fortalecimiento de funciones de promoción y comercialización para posicionamiento de TCS", se ha promocionado TCS en las actividades principales de promoción nacional e internacional como DATE, Discover Puerto Plata, EXPO Cibao en Santiago y Tourism EXPO en Osaka, Japón. Además, la creación de materiales, como el Catálogo de Experiencias de TCS y la revista "Soy Cibao".

En la Línea de Intervención 4: "Fortalecimiento de la capacidad de coordinación para capacitación y formación turística", se han creado por parte del INFOTEP un total de 2 programas de capacitaciones especializadas en TCS y un catálogo de ofertas de capacitación, además se han capacitado y concertado un total de 1,014 personas durante el año 2019.

En la Línea de Intervención 5: "Apoyo a la mejora de la infraestructura turística para elevar la calidad de los accesos y experiencias de TCS", se desarrolló un listado de anteproyectos de 2 provincias adicionales (Hermanas Mirabal y La Vega) y se elaboraron 3 propuestas de proyectos piloto de infraestructura turística relevante al mejoramiento de TCS como un modelo de estación de cameters, un modelo de eco-casas y ruta de Kayak en Marzanillo.

En la Línea de Intervención 6: "Fortalecimiento de una estructura sostenible para la implementación, coordinación y creación de un modelo que permita el fomento del TCS".

se inició la coordinación para la formalización de la Mesa de Coordinación Interinstitucional, la revisión de la visión TCS 2030 con estrategia y la organización de una metodología de desarrollo de TCS. Se han promocionado cuatro unidades productivas y sus productos de TCS (Jamaní Eco Tours, Chocolate, Mermelada típica de Guanaco y Rula de la miel) con el Galardón de Luis Augusto Caminero por la Asociación Dominicana de Prensa Turística (ADOMPRETUR). El MITUR presentó 8 buenas prácticas relevantes de TCS en el evento de reconocimiento "Turismo y empleo: Un futuro mejor para todos", celebrado el Día Internacional de Turismo.

Se confirmó el nivel de cumplimiento general, retroalimentación y puntos de mejora para la ejecución en 2020 (Anexo 4).

**TERCER PUNTO:**

**Aprobación del Plan de Trabajo 2020 según Líneas de Intervención:**  
3-1. Los miembros del Comité confirmaron la aproximación general y las actividades del Plan de Trabajo 2020, presentado por el equipo técnico del proyecto, basado en los resultados de la retroalimentación de las actividades realizadas en el año 2019, con la alta consideración de cumplimiento del objetivo del proyecto hasta el año 2021 y enfocados hacia el objetivo superior del proyecto (Anexo 5).

3-2. Los miembros del Comité están de acuerdo en enfoques particulares del Plan de Trabajo 2020 para el establecimiento del mecanismo sostenible de la coordinación de fomento de TCS como cumplimiento del objetivo del proyecto, que incluye: 1. Estrategia para TCS 2030; 2. Estructura de Implementación y 3. Capacitación de Recursos Humanos.

3-3. **Plan de las actividades principales según Líneas de Intervención:** Los miembros del Comité aprobaron las actividades principales en formas particulares según las Líneas de Intervención. Las actividades principales son las siguientes:

En la Línea de Intervención 1, se desarrollarán más de 30 productos de TCS con propuesta de modelo de desarrollo de productos TCS.

En la Línea de Intervención 2, se fortalecerán 8 o más Grupos Territoriales en los niveles comunitario municipal, provincial y subregional para el aumento de valores de su territorio a través del turismo.

En la Línea de Intervención 3, se fortalecerán las bases para la creación de la Marca Territorial de Cibao junto con las Cámaras de Comercio y de Productos provinciales con liderazgo para la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, con la participación en

EXPO Cibao. Se continuará el posicionamiento del TCS dentro de la promoción turística nacional e internacional del MITUR

En la Línea de Intervención 4, se capacitará más de 850 personas en cursos de TCS especializados y relevantes, además de la continuación del fortalecimiento de los facilitadores. Se establecerá un mecanismo de coordinación y fortalecimiento de capacitación de TCS dentro de INFOTEP, basado en la colaboración con otras entidades.

En el caso de la Línea de Intervención 6 y la Línea de Intervención 8 (antefórea), se integran en la Línea de Intervención 5 (nueva) como "Fortalecimiento de la estructura sustentable de coordinación y monitoreo". Se continuará el proceso de creación de la Unidad Central y Unidades Regionales para TCS dentro del MITUR, la elaboración del listado provincial de entoproyectos para cobertura de la región Norte, elaboración de cartografías para visualización de la estrategia y realización de proyecto piloto de infraestructura turística. Se oficializará la Mesa de Coordinación Nacional basada en el acuerdo interinstitucional, y se presentará la versión final del documento estratégico con visión TCS 2030, además de los documentos metodológicos y buenas prácticas en la celebración del Día Internacional del Turismo.

#### CUARTO PUNTO:

##### Confirmación de los compromisos para fortalecimiento de la estructura de implementación del proyecto y el TCS:

Los Miembros del CCC confirmaron los avances de los compromisos particulares de cada entidad para fortalecer la estructura de implementación para el fomento del TCS, firmado en la minuta del tercer CCC en febrero 2018.

4-1. El MITUR se comprometió con la realización de la evaluación y medidas necesarias para la propuesta de la creación de la División de Gestión de Proyecto TCS (DGPTCS), en el nivel central y la Oficina de Turismo Sostenible (OTS) en cada una de las cuatro (4) subregiones del Cibao (Cibao Norte, Cibao Noroeste, Cibao Nordeste y Cibao Sur), e inició el fortalecimiento de las Oficinas de Promoción Turística (OPT) nacional y el involucramiento de los departamentos y viceministerios relevantes del MITUR. Se analizó la posibilidad de la emisión de una resolución del Ministro de Turismo para la formalización de la estructura propuesta.

##### Estatus:

El proyecto presentó dos propuestas para formalización de la DGPTCS y las OTS, un borrador de la Resolución, y la propuesta hacia el Ministerio de Administración Pública. Sin embargo, no se ha avanzado después de la presentación de los borradores a la Dirección de Planificación y Proyectos Turísticos (DPP).

#### QUINTO PUNTO:

##### Confirmación de la estrategia de TCS y acuerdo interinstitucional para sostenibilidad del mecanismo:

Los Miembros del CCC están de acuerdo sobre el ajuste del marco general del documento estratégico presentado en las reuniones de CCC anteriores con visión de 2030, esas estrategias y la estructura operativa de la implementación.

##### 5-1. Visión de TCS 2030:

Es una imagen del estatus del país que se quiere lograr hasta el año meta de 2030 a través de fomento de TCS

La Visión de TCS 2030 es: Para el año 2030, ser un país turístico de clase mundial con mayor competitividad turística, donde además del turismo de playa y sol se ofrecen productos y servicios turísticos de alta calidad que los residentes locales gestionan con orgullo y se promueve un turismo sostenible por todo el país el cual es atractivo tanto para los visitantes como los residentes locales.

##### 5-2. Ejes estratégicos para lograr visión de TCS 2030:

Para alcanzar la visión de TCS 2030, se establecen cinco (5) ejes estratégicos

- EJE 1: Desarrollo de productos y fortalecimiento de los negocios turísticos utilizando los recursos locales.
- EJE 2: Promover las marcas territoriales para mejorar el valor de los territorios.
- EJE 3: Fortalecer la promoción utilizando tecnologías de la información y comunicación (TICs) para el posicionamiento del TCS.
- EJE 4: Fortalecer el desarrollo de los recursos humanos para promover el TCS a varios niveles.
- EJE 5: Fomento del TCS para la incorporación del TCS en el desarrollo del sector.

Bajo los Ejes estratégicos propuestos, se establecen lineamientos para las acciones en diferentes temas y las entidades responsables de su ejecución basados en sus competencias institucionales.

##### 5-3. Elaboración final de la estrategia para la sostenibilidad:

La revisión del documento estratégico basado en la visión de TCS 2030 y los ejes estratégicos está en proceso de reflexión, retroalimentación y aprendizaje de las actividades realizadas en 2018-2019.

La versión final se incorporará al Plan Estratégico Institucional (PEI) del MITUR y al Plan Nacional Plurianual del Sector Público de la nueva administración 2020-2023.

##### Pasos siguientes:

Oficialización de la UFTCS y las OTS como la estructura de implementación de la estrategia TCS, fortalecer función a liderar la Mesa de Coordinación Interinstitucional; Reconocimiento de las UPs y los GTs para apoyo a sus iniciativas; fortalecimiento para la marca Cibao y fortalecimiento del mecanismo nacional e internacional de promoción de TCS.

4-2. El INFOTEP se comprometió en la asignación de personal para la coordinación general en la Región Norte en los temas de capacitación de TCS, localizado en la oficina de TCS ubicada en el INFOTEP Región Norte que sirve de sede para la coordinación; además, cada subregión tiene un asesor responsable para la coordinación en su territorio (Cibao Norte, Cibao Noroeste, Cibao Nordeste y Cibao Sur).

##### Estatus:

La persona responsable de los proyectos fue asignada para la coordinación general del proyecto TCS en la oficina de la Región Norte, y los 4 asesores se han integrado en su territorio (Cibao Norte, Cibao Noroeste y Cibao Sur).

##### Pasos siguientes:

Fortalecimiento de asesores e integración a los grupos regionales y fortalecimiento de canal de comunicación y coordinación para un mecanismo integrado de capacitación de TCS.

4-3. El MEPyD se comprometió en la continuidad de su papel de coordinador interinstitucional para la convocatoria anual del Comité de Coordinación Conjunta, y las sesiones de monitoreo al menos dos veces por año. La convocatoria del CCC y las sesiones de monitoreo estarán bajo la responsabilidad del MEPyD con el apoyo de otras entidades de la Mesa de Coordinación Institucional. Se realizó la coordinación con la Comisión para Desarrollo Sostenible para analizar posible vinculación de la estrategia de fomento de TCS con Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

##### Estatus:

Apoyo a la convocatoria del CCC; fortalecimiento de la coordinación interinstitucional para realización de la estrategia; seguimiento para análisis de estatus de monitoreo de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

##### Pasos siguientes:

Apoyo al fortalecimiento de monitoreo de ODS en el MITUR y el INFOTEP. Apoyo al fortalecimiento interinstitucional y firma de acuerdo interinstitucional para fomento del TCS.

La Dirección de Planificación y Proyectos Turísticos (DPP) del MITUR liderará el proceso de elaboración y actualización del documento estratégico hasta la finalización junto con la Mesa de Coordinación Nacional y el equipo técnico de la JICA / TCS acompañará este proceso y coordinará con el equipo de INFOTEP, la JICA RD y JICA matriz para obtener sus insumos o aportes. El alcance del documento estratégico será establecido para el año 2030, de manera que contemple los componentes necesarios para asegurar la sostenibilidad del mecanismo de implementación de las Estrategias en etapas posteriores al proyecto; y se presentará en el cuarto semestre del año 2020 por iniciativa de la DPP, con el acompañamiento en el proceso del equipo técnico de la JICA.

Los miembros del CCC realizarán la gestión necesaria para que la estrategia de TCS 2030 se incorpore al Plan Maestro de Turismo y otras estrategias relevantes del sector.

##### 5-4. Acuerdo interinstitucional para la sostenibilidad del mecanismo de TCS ¿Cuál mecanismo?

Los miembros del CCC están de acuerdo para proseguir a la oficialización de la Mesa de Coordinación Nacional para el fomento de TCS mediante la firma un acuerdo con las entidades claves del sector público y privado, como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), el Ministerio de Cultura además de los miembros de CCC (MITUR, MEPyD e INFOTEP).

También, se continuarán los esfuerzos para incluir las entidades privadas a la Mesa de Coordinación Nacional con OPETUR, FEDOCANARA y ADOPRETUR.

#### SEXTO PUNTO: OTROS ASUNTOS IMPORTANTES DE CONSIDERACIÓN

6-1. Cooperación para fortalecimiento de la Marca Territorial de Cibao: Los miembros del Comité están de acuerdo para avanzar en el apoyo a la creación de la Marca Territorial del Cibao, como un vehículo de diferenciación y valoración de la Región Norte visualizando sus 14 provincias como un destino ampliado, junto con las Cámaras de Comercio y Producción de las regiones, liderada por la Cámara de Comercio y Producción de Santiago. Para garantizar la sostenibilidad del proceso, continuo y apropiación de la Marca Cibao, se prepara un acuerdo entre el MITUR, el INFOTEP y la Cámara de Comercio y Producción de Santiago con observadores de la JICA y otras entidades interesadas. La fecha propuesta para la firma del acuerdo es dentro de dos meses.

##### 6-2. Entrega de reconocimiento de Buenas Prácticas:

Los miembros del CCC, con el liderazgo del Ministerio de Turismo, continuarán las actividades de reconocimiento dentro del marco de celebración del Día Internacional del

Turismo al final de septiembre de 2020. Los miembros del Comité, junto con los miembros de la Mesa de Coordinación Nacional realizarán el proceso de selección de buenas prácticas para el fomento de TCS; y entregarán reconocimiento de buenas prácticas públicamente. Ese ejercicio de selección, evaluación y entrega de reconocimiento de buenas prácticas de TCS se incorporará a una de las medidas de la Estrategia de TCS.

**6-3. Realización del seminario Internacional:**

Los miembros del Comité están de acuerdo para evaluar la posible realización de un seminario Internacional como un espacio de presentación de la estrategia de TCS de República Dominicana y los resultados del proyecto TCS, junto con la profundización de temas estratégicos basados en las buenas prácticas y aprendizajes de otros países. Cada entidad representada por los miembros del Comité analizará sus recursos disponibles, incluyendo la relación estratégica con las entidades de otros países del Caribe y de Centro América, como cooperación sur y sur por MEPyD, marco de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) por MITUR y Red de colaboración Sur y Sur entre instituciones de formación profesional como SENA de Colombia por INFOTEP.

Un grupo técnico conformado por los miembros de CCC coordinará y preparará la celebración del seminario internacional en febrero 2021.

**6-4. Realización del curso de capacitación en Japón para contrapartes y líderes territoriales:**

JICA está planeando realizar un tercer curso de capacitación en Japón para las contrapartes del proyecto y líderes territoriales en la Región Norte para fortalecer el mecanismo de implementación de la Estrategia de Fomento de TCS. Los miembros del CCC colaborarán en el proceso de selección de los candidatos adecuados para el curso.

**6-5. Pasos siguientes:**

Los miembros del CCC asignarán tareas de coordinación a los responsables del proyecto respectivamente para tratar los puntos comentados y recomendaciones, que mejorarán la implementación de las actividades del proyecto en 2020.

Los miembros del CCC están de acuerdo con la celebración de la próxima reunión anual del CCC en el mes de febrero del 2021.

319

J

R  
K



MINUTA DE LA QUINTA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA ENTRE EL MINISTERIO DE TURISMO, EL MINISTERIO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, EL INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL Y LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL JAPÓN, DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE Y BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA REGIÓN NORTE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.

El Ministerio de Turismo (en lo adelante referido como MITUR) y el Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional (en lo adelante referido como INFOTEP), en coordinación con el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (en lo adelante referido como MEPyD), ejecutan el Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte en la República Dominicana (en lo adelante referido como el Proyecto) desde el mes de abril de 2016 con el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (en lo adelante referido como JICA).

El propósito del Proyecto es fortalecer las capacidades y mecanismos de coordinación para el desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad (en lo adelante referido como TCS: Turismo Comunitario Sostenible) con la participación público-privada en la Región Norte de la República Dominicana.

Como resultado de la quinta reunión del Comité de Coordinación Conjunta (en lo adelante referido como CCC) realizada en fecha 12 de mayo de 2021, las partes involucradas acordaron los aspectos que se relacionan en los documentos adjuntos.

Santo Domingo, 12 de mayo de 2021

*D/O Carlos Pagan*  
Sr. David Collado  
Ministro  
Ministerio de Turismo  
Gobierno de la República Dominicana

*Rafael Evaristo Santos Bañía*  
Sr. Rafael Evaristo Santos Bañía  
Director General  
Instituto Nacional de Formación  
Técnica Profesional,  
Gobierno de la República Dominicana

*Olaya Dotel*  
Sra. Olaya Dotel Caraballo  
Viceministra de Cooperación  
Internacional  
Ministerio de Economía, Planificación y  
Desarrollo,  
Gobierno de la República Dominicana

*Takayuki Kondo*  
Sr. Takayuki Kondo  
Representante Residente  
Agencia de Cooperación Internacional del  
Japón en la República Dominicana

MINUTA DE LA QUINTA REUNIÓN DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE Y BASADO EN LA COMUNIDAD EN LA REGIÓN NORTE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.

En la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, siendo las 9:30 a.m. del día doce (12) del mes de mayo del año 2021, estando reunidos en el Salón Multiusos del MITUR; el Sr. Carlos Pagan, Viceministro de Cooperación Internacional en representación del Sr. David Collado, Ministro de Turismo; Sra. Shoney Peña, Directora de la Dirección de Planificación y Proyectos del MITUR; Sra. Tammy Ryncaen, Viceministra de Fomento del MITUR; la Sra. Ondina Marte, Directora de Planificación y Desarrollo del INFOTEP en representación del Sr. Rafael Santos Bañía, Director General de INFOTEP; la Sra. Arskyda Tinen, Directora Regional Norte del INFOTEP; la Sra. Olaya Dotel, Viceministra de Cooperación Internacional del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo; el Sr. Rubén Takata, Embajador de República Dominicana en Japón; el Sr. Takayuki Kondo, Representante Residente de la JICA en República Dominicana y el Sr. Takashi Anki, Líder de equipo del proyecto de la JICA; además, de la participación virtual de los representantes de la JICA matriz en Tokio, y los representantes de la Organización Mundial de Turismo en Madrid; se llevó a cabo la quinta reunión del CCC dentro del cual se desarrollaron los siguientes puntos:

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

PRIMER PUNTO:

Desarrollo de la Agenda del día y los Participantes

La agenda del día y el listado de participantes de la quinta reunión del CCC se corresponden con los Anexos 1 y 2, respectivamente.

SEGUNDO PUNTO:

Confirmación de la situación de la crisis de COVID-19 y ajuste del marco general de proyecto

Desde el mes de marzo del año 2020, la República Dominicana ha sido influenciada por la pandemia del COVID-19, causando esto, efectos significativos a nivel social y en el desarrollo de las actividades económicas, especialmente en el sector turístico. En consecuencia, los actores involucrados en el proyecto han sido impactados sumado a las medidas restrictivas a nivel nacional e internacional, las que han incidido significativamente en la visitación de turistas y por consiguiente la ralentización de la economía.

Bajo estas condiciones excepcionales, y como parte del fomento para superar los desafíos generados por la crisis actual; y para dar continuidad a las iniciativas

impulsadas y acompañadas por el Proyecto, que vinculan el turismo y sus cadenas de valor con desarrollo comunitario; el pasado mes de agosto 2020, se realizó una solicitud para la extensión de la ejecución del Proyecto, el cual se había programado a finalizar en el mes de abril 2021, prolongándose hasta el mes de marzo 2022, y con la finalidad de poder cumplir con los objetivos finales del Proyecto.

TERCER PUNTO:

Confirmación de la continuidad del compromiso y priorización del Proyecto y fomento del TCS dentro de la estrategia y políticas de la nueva administración 2020-2024.

Los miembros del comité confirmaron que el objetivo de fomento del TCS a través de la implementación del Proyecto coincide con las estrategias y políticas de desarrollo del país - Estrategia Nacional de Desarrollo 2030, y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) - propuestas por el Sr. Presidente Luis Rodolfo Abinader Carmona.

CUARTO PUNTO:

Confirmación de los avances generales del proyecto según la Matriz de Diseño del Proyecto (PDM) y el Plan de Trabajo basado en las Líneas de Intervención

4-1. Los miembros del CCC confirmaron los avances de las actividades del Proyecto realizadas hasta marzo 2021, basado en el resumen de los avances de las actividades presentadas en el CCC por los miembros del equipo técnico del proyecto, según la Matriz de Diseño del Proyecto y el Plan de Operación del Proyecto (Anexo 3) con evaluación en nivel de cumplimiento.

4-2. Avances generales

Bajo la situación de COVID-19 y la condición limitada de las actividades turísticas, aún se enfrenta con dificultad la realización de las acciones planeadas relacionadas con el desarrollo y mejoramiento de los productos. El Proyecto ha impulsado un proceso de intervención hacia los actores locales para emergencias y recuperación. Respecto a las acciones de emergencia, se ha realizado la elaboración de directrices de aplicación de medidas protocolares, capacitación virtual, entrega de materiales y equipamiento, asesoría técnica y monitoreo. A través de este proceso, 53 grupos y oficinas regionales y más de 1,700 personas fueron beneficiados directamente; y se ha realizado la distribución de 4,000 posters y 23,100 brochures hacia la concientización de medidas protocolares y el concepto de turismo 3S (Sano, Seguro y Sostenible), a las comunidades en la región Norte.

4-3. Según líneas estrategias de intervención establecidas, se ha coordinado y comunicado con actores locales para la realización de algunas actividades que se han permitido realizar durante de la pandemia. Las Líneas de Intervención son 1,

"Desarrollo de productos y negocio comunitario turístico utilizando recursos locales"; 2. "Fortalecimiento de las capacidades de gestión territorial turística para desarrollo de rutas y destinos comunitarios"; 3. "Fortalecimiento de funciones de promoción y comercialización para posicionamiento de TCS"; 4. "Fortalecimiento de la capacidad de coordinación para capacitación y formación turística"; y 5. "Fortalecimiento de gobernanza y una estructura de la implementación, coordinación y monitoreo del fomento TCS".

QUINTO PUNTO:

Aprobación del Plan de Trabajo 2021 según Líneas de Intervención

5-1. Los miembros del Comité confirmaron la aproximación general y las actividades del Plan de Trabajo 2021, presentado por el equipo técnico del proyecto, basado en los resultados de la retroalimentación de las actividades realizadas hasta el mes de marzo del año 2021 para lograr objetivo del proyecto con la alta consideración de la visión estratégica de 2030 (Anexo 4).

5-2. Plan de Trabajo en 2021: Los miembros del Comité aprobaron las actividades, los programas y las acciones piloto según las cinco líneas de intervención. Las actividades principales son las siguientes:

Para el programa de apoyo a desarrollo / mejoramiento de productos de TCS en la Línea de Intervención 1, se han planeado acciones propuestas junto con las Unidades Productivas, para cumplir la meta de 30 Unidades Productivas apoyadas.

Para el programa de apoyo a desarrollo / mejoramiento de gestión territorial para rutas temáticas y destinos comunitarios en la Línea de Intervención 2, se han planeado acciones en nivel comunitario, para cumplir la meta de 12 grupos territoriales apoyadas.

Para el fortalecimiento de promoción y posicionamiento de TCS y Destino Clúster en la Línea de Intervención 3, se realizarán 9 acciones piloto de promoción bajo 3 aproximaciones estratégicas, considerando la tendencia de mercado nacional e internacional, además de la situación actual de territorios.

Para el programa integrado de la capacitación y formación de TCS en la Línea de Intervención 4, se capacitarán más de 800 personas en los cursos de TCS especializados y relevantes, además de la continuación del fortalecimiento de facilitadores, y se desarrollarán nuevos cursos particulares, dentro del marco del INFOTEP.

Para el fortalecimiento de gobernanza, política de apoyo y estructura de implementación, que corresponde a la Línea de intervención 5, se realizará la institucionalización de la

estructura de implementación de los programas de apoyo a fomento de TCS, incluyendo una unidad central y oficinas regionales especializadas para TCS dentro del organigrama del MITUR y el mecanismo de coordinación con otras entidades en forma de la Mesa de Coordinación Nacional basado en el acuerdo Interinstitucional. Se presentará la versión final del documento estratégico de visión TCS 2030 y documentos metodológicos con la intención de ampliación de la intervención al nivel nacional.

#### SEXTO PUNTO:

**Confirmación del marco general de la Intervención de la Organización Mundial de Turismo con acuerdo de colaboración dentro del marco del Proyecto**

En el marco del proyecto, se considera la importancia del fomento de TCS dentro del proceso de recuperación del sector turístico de la República Dominicana en el mediano y largo plazo. Los miembros del comité confirmaron el apoyo de la JICA para realizar el programa de asistencia técnica ante la crisis de COVID-19 por la Organización Mundial de Turismo (OMT) con alcance nacional y cinco (5) temas particulares; 1. Estrategia de diversificación turística; 2. Estrategia internacional de marketing turística; 3. Revisión y análisis, mecanismos de monitoreo de inteligencia turística "big data"; 4. Programas de apoyo a microempresas y pymes turísticas; y 5. Potenciación de la resiliencia de las empresas turísticas para que se adapten a la realidad de la COVID-19, teniendo en cuenta la seguridad y la higiene.

Con la iniciativa del MITUR, se firmará un acuerdo para formalizar un mecanismo y una comisión de continuación para el seguimiento, apoyo y monitoreo, de la ejecución del programa de asistencia técnica de la OMT. La comisión estará a cargo de presentar a las entidades relevantes los resultados de la implementación del programa de asistencia técnica de recuperación del turismo.

#### SEPTIMO PUNTO:

**Confirmación de los compromisos para establecimiento del mecanismo de la coordinación para fomento de TCS**

Los Miembros del CCC reconfirmaron las áreas particulares de cada entidad hasta final del proyecto para establecer y fortalecer el mecanismo de la coordinación de fomento del TCS, basado en los compromisos en la minuta del cuarto CCC en marzo 2020.

7-1. El MITUR se comprometió con formular y evaluar las medidas necesarias para formalizar la propuesta de una unidad de fomento de TCS en el nivel central. Dicha unidad servirá como ente de coordinación entre las distintas oficinas de turismo sostenible (OTS) -en nivel subregional y regional-, los distintos viceministerios, y entidades relevantes. En caso de la Región Norte, las OTS se ubican en cada una de

las mismo (4) subregiones del Cibao: Cibao Norte, Cibao Noroeste, Cibao Nordeste y Cibao Sur. Las actividades con las oficinas regionales se realizan en coordinación con el Viceministerio de Destinos Turísticos. Los temas de la promoción nacional e internacional de TCS y Destino Cibao se realizarán en coordinación con el Viceministerio de Fomento, y otros temas técnicos como el programa de recuperación por la OMT se realizarán en coordinación con el Viceministerio Técnico. Se continuará el análisis de la posibilidad de la emisión de una resolución para la formalización de la estructura por el MITUR.

7-2. El INFOTEP se comprometió en la asignación de personal para la coordinación de temas generales de capacitación de TCS en la Región Norte. Dichas expertas se ubican en la oficina de TCS en el INFOTEP de Santiago -sede principal de la Región. Además, cada subregión tiene un asesor responsable para la coordinación en su territorio (Cibao Norte, Cibao Noroeste, Cibao Nordeste y Cibao Sur).

7-3. El MEPyD se comprometió en la continuidad de su papel de coordinador interinstitucional para la convocatoria anual del Comité de Coordinación Conjunta, y las sesiones de monitoreo al menos dos veces por año, con la consideración de meta presidencial, Estrategia Nacional de Desarrollo (END) y Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS). La convocatoria del CCC y las sesiones de monitoreo estarán bajo la responsabilidad del MEPyD con el apoyo de otras entidades.

#### OCTAVO PUNTO

**Confirmación de la estrategia y del acuerdo Interinstitucional para la sostenibilidad del mecanismo de TCS**

8-1. Documento estratégico y visión TCS 2030

Los Miembros del CCC reconfirmaron sobre el marco general de la estrategia y metodología presentados en las reuniones de CCC con visión de 2030, sus estratégicos y la estructura operativa de la implementación.

Se realizará la reevaluación del documento "Estrategia Visión TCS 2030", cual incluirá, entre otros, las siguientes secciones: retroalimentación y aprendizajes de las actividades realizadas en 2021, avances de la recuperación del sector turístico, y resultados de la intervención de la OMT. La DPP del MITUR liderará este proceso junto con otros viceministerios y entidades de la Mesa de Coordinación Nacional, y el equipo técnico de la JICA acompañará este proceso y coordinará con el equipo de la JICA en República Dominicana y JICA matriz para hacer sus insumos. El alcance del documento estratégico será el año 2030, de manera que contemple los componentes necesarios para asegurar la sostenibilidad del mecanismo de implementación de esa Estrategia en etapas posteriores al proyecto. Los miembros del CCC realizarán la

gestión necesaria para que la estrategia de TCS 2030 se incorpore dentro del Plan Maestro de Turismo y otras estrategias relevantes.

#### 8-2. Acuerdo Interinstitucional para sostenibilidad del mecanismo

Los miembros del CCC reconfirmaron la importancia para avanzar la oficialización de la Mesa de Coordinación Nacional para fomento de TCS basado en la firma de acuerdo por entidades claves de parte pública y privada, como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, el Ministerio de Cultura, además de los miembros del CCC (MITUR, MEPyD e INFOTEP). También, se continúa el esfuerzo para incluir las entidades privadas a la Mesa de Coordinación Nacional.

#### NOVENO PUNTO: OTROS ASUNTOS IMPORTANTES DE CONSIDERACIÓN

##### 9-1. Cooperación para fortalecimiento de la Marca Territorial de Destino Cibao

Los miembros del Comité continuarán el análisis de posibilidad del apoyo, que se ha mencionado en la minuta del cuarto CCC, a la promoción de la Marca Territorial de Destino Cibao como un vehículo de diferenciación y valoración de la Región Norte visualizando 14 provincias como un destino ampliado, junto con los actores locales como las Cámaras de Comercio y Producción de las regiones. Para garantizar la sostenibilidad del proceso continuo y apropiación de la Marca Territorial de Destino Cibao, se considerará un acuerdo público-privado entre el MITUR, el INFOTEP y la Cámara de Comercio y Producción de Santiago u otras entidades claves de la Región Norte con observaciones de la JICA y otras entidades interesadas.

##### 9-2. Realización de entrega de reconocimiento a Buenas Prácticas

Los miembros del CCC, con el liderazgo del MITUR, continuarán con las actividades de reconocimiento en 2021 dentro del marco de celebración del día internacional de turismo el final de septiembre, u otra ocasión adecuada. Los miembros del Comité, junto con miembros de la Mesa de Coordinación Nacional realizarán el proceso de selección de buenas prácticas para fomento de TCS y entregarán reconocimiento de buenas prácticas públicamente. Ese ejercicio de selección, evaluación y entrega de reconocimiento de buenas prácticas de TCS se incorporará a una de las medidas de la Estrategia de TCS.

##### 9-3. Preparación de realización del seminario internacional

Los miembros del Comité están de acuerdo para evaluar la posible realización de un seminario internacional como un espacio de presentación de la estrategia de TCS de la República Dominicana y los resultados del Proyecto, junto con la profundización de temas estratégicos basados en las buenas prácticas y aprendizajes de otros países, en la consideración de la forma virtual. Cada entidad de los miembros del Comité analizará sus recursos disponibles incluyendo la relación estratégica con las entidades

correspondiente de otros países del Caribe y de Centro América, como Cooperación Sur y Sur por MEPyD, marco de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) por MITUR y Red de Colaboración Sur y Sur entre instituciones de formación profesional por INFOTEP. Un grupo técnico conformado por los miembros de CCC coordinará y preparará la celebración del seminario internacional en febrero 2022 en la forma virtual o en la forma mixta de presencial y virtual.

##### 9-4. Realización de capacitación basada en las experiencias del Japón para contrapartes y líderes territoriales.

La JICA está planeando realizar una capacitación basada en las experiencias del Japón en temas relacionados a turismo sostenible, para las contrapartes del proyecto y líderes territoriales en la Región Norte en forma virtual o curso en Japón si la condición de post COVID lo permite, con expectativa de fortalecer el mecanismo de implementación de la Estrategia de Fomento de TCS.

##### 9-5. Pasos siguientes

Los miembros del CCC asignarán tareas de coordinación a los responsables del Proyecto respectivamente para tratar los puntos comentados y recomendaciones, que mejorarán la implementación de las actividades del Proyecto en 2021.

Los miembros del CCC están de acuerdo con la celebración de la próxima reunión anual del CCC en el mes de febrero de 2022 para el cierre del proyecto y la reconfirmación de sostenibilidad de fomento de TCS en la República Dominicana.

MINUTA DE LA SEXTA REUNIÓN  
DEL COMITÉ DE COORDINACIÓN CONJUNTA  
ENTRE EL MINISTERIO DE TURISMO,  
EL MINISTERIO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO,  
EL INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL Y  
LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL JAPÓN,  
DENTRO DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL MECANISMO DE  
DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COMUNIDAD  
EN LA REGIÓN NORTE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

El Ministerio de Turismo (en lo adelante referido como MITUR) y el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (en lo adelante referido como INFOTEP), en coordinación con el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (en lo adelante referido como MEPyD), ejecutan el **Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte en la República Dominicana** (en lo adelante referido como el **Proyecto**) desde el mes de abril de 2016 con el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (en lo adelante referido como JICA).

El propósito del Proyecto es fortalecer las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad (en lo adelante referido como TCS: Turismo Comunitario Sostenible) con la participación público-privada en la Región Norte de la República Dominicana.

Como resultado de la sexta reunión del Comité de Coordinación Conjunta (en lo adelante referido como CCC), como cierre del proyecto realizada en fecha 1 de marzo de 2022, las partes involucradas acordaron los aspectos que se relacionan en los documentos adjuntos.

Santo Domingo, 7 de marzo de 2022

**Sr. David Collado**  
Ministro  
Ministerio de Turismo  
Gobierno de la República Dominicana

**Sr. Miguel Ceara Hatton**  
Ministro  
Ministerio de Economía, Planificación y  
Desarrollo,  
Gobierno de la República Dominicana

**Sr. Rafael Evaristo Santos Badía**  
Director General  
Instituto Nacional de Formación  
Técnico Profesional,  
Gobierno de la República Dominicana

**Sr. Takayuki Kondo**  
Representante Residente  
Agencia de Cooperación Internacional del  
Japón en la República Dominicana

DOCUMENTO ADJUNTO

**PRIMER PUNTO:**

**Desarrollo de la Agenda del día y los Participantes**

La agenda del día y el listado de asistencia de los participantes de la sexta reunión del CCC se corresponden con los Anexos 1 y 2, respectivamente.

**SEGUNDO PUNTO:**

**Entrega de Informe Final Preliminar**

El equipo técnico del proyecto entregó el informe final preliminar a los miembros del CCC, presentando los resultados de las actividades realizadas desde abril 2016 hasta febrero 2022 según la Matriz de Diseño del Proyecto y el Plan de Operación del Proyecto (Anexo 3).

**TERCER PUNTO:**

**Confirmación de los resultados del proyecto**

Los miembros del CCC confirmaron los resultados particulares presentados por el equipo técnico (Anexo 4), como muestra del modelo de desarrollo alternativo de Turismo Comunitario Sostenible (TCS) que las comunidades llevan a cabo, y gestionando los productos y servicios turísticos basados en los recursos locales para diversificación de ofertas, aumento de beneficios y empoderamiento de territorio.

Logros particulares del proyecto

- Documentos de Visión Estratégica de TCS 2030
- Documentos metodológicos para desarrollo de TCS (manuales, guías prácticas y catálogos)
- 31 Unidades Productivas (UP), 15 Grupos Territoriales (GT) y 2 Grupos Regionales (GR) apoyados en la región Norte.
- Promoción del destino Cibao, primer esfuerzo de desarrollo de destino regional del país
- Posicionamiento de TCS con uso de Tecnología de Información y Comunicación (TIC)
- Más de 6,000 personas capacitadas y sensibilizadas en tema de TCS
- 3 nuevos cursos de INFOTEP especializados en tema de TCS oficializados
- Propuesta de la estructura de implementación en el MITUR para la visión estratégica presentada.
- Una propuesta del programa de recuperación por la Organización de Turismo Mundial (OMT)

**CUARTO PUNTO:**

**Confirmación del compromiso de las entidades después del cierre del proyecto.**

Los miembros del comité garantizan la continuidad de esfuerzo para cumplir compromiso del objetivo superior del proyecto y la implementación de **Visión Estratégica de TCS 2030** dentro de marcos estratégicos y políticas de desarrollo del país - Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 (END), Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP) 2021-2024, y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) – dirigidos por el Sr. Presidente Luis Rodolfo Abinader Corona.

hará el monitoreo de la continuidad y fortalecimiento de desarrollo del TCS.

**QUINTO PUNTO:**

**Confirmación de la conclusión del proyecto**

Los miembros de CCC confirmaron el cierre del proyecto que se ha extendió 11 meses por la situación influenciada por la pandemia del COVID-19, con cumplimiento del objetivo del proyecto, mencionado a continuación: "Se han fortalecido las capacidades y mecanismos de coordinación para la facilitación del desarrollo del Turismo Comunitario Sostenible (TCS) con la participación público-privada en la Región Norte", y con cumplimiento satisfactorio de los resultados esperados.

Los miembros de CCC garantizan la continuidad de esfuerzo para lograr el objetivo superior, en el cual "TCS en la Región Norte se convierte en una de las ofertas turísticas más importantes para los visitantes domésticos e internacionales en la República Dominicana" por la implementación de la Visión Estratégica de TCS 2030.

4-1. El Ministerio de Turismo se compromete en los siguientes asuntos dentro de 6 meses a partir del mes de marzo 2022, para garantizar la continuidad y fortalecimiento para desarrollo del TCS en la República Dominicana:

- Oficialización de la Unidad de TCS en nivel central y regional como responsable de implementación y coordinación de la Visión Estratégica dentro del organigrama de la Entidad.
- Asignación de personal adecuado a nivel central, y en cada subregión de la Región Norte, y cada subregión en las otras regiones.
- Apoyo continuo a UP, GT y GR en la Región Norte e intervención a nuevas UP y GT en todas provincias del país.
- Revisión de la Visión Estratégica y los documentos metodológicos para uso y aplicación a todas provincias
- Coordinación interdepartamental del MITUR para posicionamiento de TCS dentro del marco de desarrollo de turismo de la República Dominicana
- Oficialización de una mesa de coordinación interinstitucional para realizar apoyo integrado de las entidades público-privada.

4-2. El Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional se compromete en los siguientes asuntos dentro de 6 meses a partir del mes de marzo 2022, para garantizar la continuidad y fortalecimiento de desarrollo TCS en la República Dominicana:

- Asignación personal permanente para la coordinación del tema de capacitación y formación en TCS en la Región Norte.
- Apoyo continuo a UP y GT en la Región Norte e intervención a nuevas UP y GT en todas provincias del país.
- Monitoreo periódico y evaluación de los resultados de capacitación y sensibilización en TCS en la Región Norte.
- Revisión y aplicación del programa integrado de capacitación TCS a otras regiones del país.

4-3. El Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo se compromete en los siguientes asuntos dentro de 6 meses a partir del mes de marzo 2022, para garantizar la continuidad y fortalecimiento de desarrollo TCS en la República Dominicana:

- Asignación personal en la coordinación interinstitucional para seguimiento.
- Coordinación para presentación de buenas prácticas dentro del marco de cooperación regional y cooperación triangular.
- Monitoreo de avances y resultados de la Visión Estratégica de TCS 2030 dentro del marco estratégico de END y ODS.

4-4. La Agencia de Cooperación Internacional del Japón según el esquema de la cooperación técnica,

## **Anexo 8**

# **Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS**





TURISMO  
COMUNITARIO  
SOSTENIBLE

# Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible

Febrero de 2022



Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible

Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible

## Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible

Elaborado dentro del marco del **Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte**

Implementado por

**MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)**  
**MINISTERIO DE ECONOMÍA, PLANIFICACION Y DESARROLLO (MEPyD)**  
**INSTITUTO NACIONAL DE FORMACION PROFESIONAL (INFOTEP) y**  
**AGENCIA COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON (JICA)**

**ELABORÓ:** Shaney Peña  
**Directora de la Dirección de Planeación y Proyecto (DPP), Ministerio de Turismo**

### Equipo técnico

Iván Díaz, María Luisa Vásquez, Yira Vermenton, Ondina Marte, Arysleyda Tineo, Gladys Álvarez,  
Sylvia Margarita, Takashi Aoki, Doris Holguín, Diana Rodríguez, Tomoko Watanabe, Madoka  
Nakagawa, Asami Shikida Maya Velásquez, Alberto Martínez, Diomar González, Nicole Rodríguez,  
Ambar Liberato, Timoteo Estévez, Lisette Gil, Mika Hernández

**REVISÓ:** David Collado  
**Ministro de Turismo**

**Contenido**

**Capítulo 1. Introducción .....2**

1-1 Antecedentes del desarrollo de turismo basado en la comunidad .....2

1-2 ¿Qué es Turismo Comunitario Sostenible (TCS)?.....4

1-3 Proceso de creación de la Visión de Desarrollo del TCS 2030 .....7

1-4 Estructura de la Visión de Desarrollo del TCS .....8

**Capítulo 2. Situación actual alrededor del TCS .....9**

2-1 Hacia un turismo sostenible .....9

2-2 Desarrollo turístico en la República Dominicana..... 12

2-3 Aproximación de Turismo Sostenible en la República Dominicana .....15

2-4 Impacto de COVID-19 y hacia nueva normalidad.....19

2-6 Desafíos y objetivos claves en desarrollo del TCS .....26

**Capítulo 3. Visión de desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible 2030 .....30**

3-1. Marco y estructura de la estrategia de desarrollo del TCS.....30

3-2 Visión futura del TCS (Visión TCS 2030) .....32

3-3 Principios básicos de desarrollo del TCS.....33

3-4 Estrategias para lograr la Visión TCS .....37

3-5 Ruta para lograr la Visión TCS 2030 .....41

**Capítulo 4. Plan básico para la promoción del TCS .....47**

4-1 Estrategia 1: Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecer el negocio turístico utilizando los recursos locales .....48

4-2 Estrategia 2: Promover la marca regional para mejorar el valor de las "regiones" .....53

4-3 Estrategia 3: Fortalecimiento de la promoción para mejorar el posicionamiento del TCS en mercados estratégicos aprovechando las ventajas de las TIC .....59

4-4 Estrategia 4: Mejora del desarrollo de los recursos humanos del TCS a diversos niveles .....65

4-5 Estrategia 5: Mejora del entorno de apoyo y fortalecimiento de la gobernanza del sistema de apoyo del TCS.....71

4-6 Estrategia 6: Crear un entorno seguro y mejorar la resiliencia del turismo .....78

**Capítulo 5. Mecanismo de promoción del TCS .....83**

5-1 Panorama general del sistema de promoción de los TCS .....83

5-2 Estructura de Implementación de Estrategia del TCS .....84

5-3 El papel de cada actor en la estructura de implementación.....87

5-4 Herramientas para apoyo a implementación.....90

**Glosario.....92**

**Anexos .....96**

**Referencias .....96**

**Índice de Figuras**

Figura 1 - Nuevo modelo de turismo dentro de desarrollo del sector turismo en RD .....5

Figura 2 - Enfoque del desarrollo turístico.....6

Figura 3 - Tres objetivos del desarrollo del TCS .....7

Figura 4 - Proceso de desarrollo de propuesta de Visión TCS 2030 .....8

Figura 5 - Aspectos destacados del turismo internacional 2019 .....9

Figura 6 - 17 objetivos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....11

Figura 7 - Marco estratégico del desarrollo de turismo y TCS .....19

Figura 8 - Llegadas de turistas internacionales, 2019 y primer trimestre de 2020 (% de variación) (Tomado de <https://www.unwto.org/>) .....20

Figura 9 - Histórico de llegadas de pasajeros No Residentes Vía Aérea .....22

Figura 12 - Imagen de composición del documento de desarrollo del TCS.....30

Figura 13 - Imagen del proceso de desarrollo de productos turísticos liderado por la comunidad.....34

Figura 14 - Motor principal del TCS con el ciclo .....34

Figura 15 - Imagen del desarrollo de la atracción turística de "puntos" a "líneas", y "líneas" a "planos" .....35

Figura 16 - Imagen de la aspiración a la visión a través del ciclo de PCDA .....36

Figura 15 - Cinco componentes del desarrollo sostenible (del sitio web de las Naciones Unidas).....37

Figura 18 - Imagen de la hoja de ruta para la visión de promoción del TCS.....42

Figura 19 - Imagen del despliegue nacional de desarrollo del TCS.....44

Figura 18 - Estrategias del Plan Básico de Promoción del TCS .....47

Figura 19 - Diagrama del sistema de implementación de la promoción del TCS.....84

**Índice de Cuadros**

Cuadro 1 - Comparativo de la Recuperación de llegadas internacionales de 2021 con respecto a 2020 y 2019.....21

Cuadro 2 - Estructura del documento de promoción del TCS y relación entre este documento .....31

Cuadro 3 - Condiciones esperadas e Indicadores de Visión de Desarrollo del TCS 2030 .....45

Cuadro 4 - Indicadores de desempeño de la estrategia 1 .....48

Cuadro 5 - Indicadores de actividad de la medida 1-1 .....49

Cuadro 6 - Indicadores de la actividad 1-2.....50

Cuadro 7 - Indicadores de actividad de la medida 1-3.....51

Cuadro 8 - Indicadores de actividad de la medida 1-4.....52

Cuadro 9 - Indicadores de actividad de la medida 1-5.....53

Cuadro 10 - Indicadores de desempeño de la estrategia 2.....54

Cuadro 11 - Indicadores de actividad de la medida 2-1 .....55

Cuadro 12 - Indicadores de actividad de la medida 2-2 .....56

Cuadro 13 - Indicadores de actividad de la medida 2-3 .....56

Cuadro 14 - Indicadores de actividad de la medida 2-4 .....57

Cuadro 15 - Indicadores de actividad de la medida 2-5 .....58

Cuadro 16 - Indicadores de desempeño de la estrategia 3.....59

Cuadro 17 - Indicadores de actividad de la medida 3-1 .....61

Cuadro 18 - Indicadores de actividad de la medida 3-2 .....62

Cuadro 19 - Indicadores de actividad de la medida 3-3 .....62

Cuadro 20 - Indicadores de actividad de la medida 3-4 .....63

Cuadro 21 - Indicadores de actividad de la medida 3-5 .....64

Cuadro 22 - Indicadores de desempeño de la estrategia 4.....66

Cuadro 23 - Indicadores de actividad de la medida 4-1 .....67

Cuadro 24 - Indicadores de actividad de la medida 4-2 .....68

Cuadro 25 - Indicadores de actividad de la medida 4-3 .....69

Cuadro 26 - Indicadores de actividad de la medida 4-4 .....69

Cuadro 27 - Indicadores de actividad de la medida 4-5 .....70

Cuadro 28 - Indicadores de desempeño de la estrategia 5.....72

Cuadro 29 - Indicadores de actividad de la medida 5-1 .....73

Cuadro 30 - Indicadores de actividad de la medida 5-2 .....74

Cuadro 31 - Indicadores de actividad de la medida 5-3 .....75

Cuadro 32 - Indicadores de actividad de la medida 5-4.....76

Cuadro 33 - Indicadores de actividad de la medida 5-5 .....76

Cuadro 34 - Indicadores de actividad de la medida 5-6 .....77

Cuadro 35 - Indicadores de actividad de la medida 5-7 .....78

Cuadro 36 - Indicadores de desempeño de la estrategia 6.....79

Cuadro 37 - Indicadores de actividad de la medida 6-1 .....80

Cuadro 38 - Indicadores de actividad de la medida 6-2 .....81

Cuadro 39 - Indicadores de actividad de la medida 6-3 .....82

## Abreviaciones

<b>ADAVIT</b>	Asociación Dominicana de Agencias de Viajes y Turismo
<b>ADOMPRETUR</b>	Asociación Dominicana de Prensa Turística
<b>ADOTUR</b>	Asociación Dominicana de Empresas Intermediarias de Turismo
<b>ASONAHORES</b>	Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes
<b>CEIZTUR</b>	Comité Ejecutor de Infraestructuras de Zonas Turísticas
<b>C/P</b>	Contraparte
<b>DPP</b>	Departamento de Planificación y Proyectos
<b>END</b>	Estrategia Nacional de Desarrollo
<b>GR</b>	Grupo Regional
<b>GT</b>	Grupo Territorial
<b>INFOTEP</b>	Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional
<b>JICA</b>	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
<b>MIMARENA</b>	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
<b>MC</b>	Ministerio de Cultura
<b>MEPYD</b>	Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo
<b>MICM</b>	Ministerio de Industria y Comercio
<b>MCI</b>	Mesa de Coordinación Institucional
<b>MITUR</b>	Ministerio de Turismo
<b>NGO</b>	Non-Governmental Organization
<b>OMT</b>	Organización Mundial de Turismo
<b>OPETUR</b>	Asociación de Tour Operadores Receptivos de la República Dominicana
<b>OPT</b>	Oficina de Promoción Turística
<b>OTA</b>	Online Travel Agency
<b>OTS</b>	Oficina de Turismo Sostenible
<b>PEI</b>	Plan Estratégico Institucional
<b>PDCA</b>	Plan, Do, Check y Act (Planear, Hacer, Verificar y Actuar)
<b>PDM</b>	Project Design Matrix
<b>PNPSP</b>	Plan Nacional Plurianual de Sector Público
<b>PO</b>	Plan de Operación
<b>POA</b>	Plan de Operación Anual
<b>TCS</b>	Turismo Comunitario Sostenible
<b>TIC</b>	Tecnología de la Información y la Comunicación
<b>UFTCS</b>	Unidad de Fomento de Turismo Comunitario Sostenible
<b>UMPC</b>	Unidad Municipal de Patrimonio Comunitario
<b>UP</b>	Unidades Productivas
<b>UTS</b>	Unidad de Turismo Sostenible

1

## Capítulo 1. Introducción

## 1-1 Antecedentes del desarrollo de turismo basado en la comunidad

La República Dominicana es el país turístico más grande del Caribe y el turismo ha sido promovido activamente por el gobierno como una industria importante que impulsa el desarrollo económico de la nación.

Dicho impulso inició desde la década de 1970, cuando se designó como área de desarrollo prioritario a este sector (especialmente en los diferentes polos); se empezó a promover los "resorts de playa" atrayendo capital extranjero a través de incentivos fiscales y apoyo hacia la construcción de infraestructura. Para los años 1990 el desarrollo de esta actividad continuó en Boca Chica y Juan Dolio, en las afueras de Santo Domingo, en Puerto Plata al norte del país hasta Punta Cana y Bávaro y en el este de la isla expandiendo el área de desarrollo alrededor de la costa.

Desde la perspectiva económica esta industria ha aportado importantes beneficios al país en términos de creación de empleo, desempeñando un papel relevante en la macroeconomía el cual representa un alto porcentaje de la adquisición de divisas y el PIB. En conjunto a esto, estos beneficios también son percibidos a través de la visitación. Para el año 2018 más de 6.5 millones de turistas extranjeros ingresaron al país, lo que destaca el liderazgo de este sector para el desarrollo económico.

En los últimos años la competencia de destinos turísticos de playa similares en el Caribe se ha intensificado y se han priorizado los proyectos de inversión para desarrollar nuevos centros turísticos, el desarrollo del turismo urbano y el desarrollo de turismo crucero. En tal desarrollo turístico las ganancias se han fugado fuera de la región, el medio ambiente se ha deteriorado y se dice que los lugareños se verán obstaculizados por el desarrollo.

Hasta ahora el beneficio que ha obtenido la región por el desarrollo turístico es limitado. Por ende, se plantea un desarrollo sostenible donde los protagonistas sean los residentes locales, se exalte la cultura y se conserve el medio ambiente. Pasar de los complejos turísticos en gran escala a un enfoque alternativo, local y comunitario para atraer la atención de los visitantes y aportar a la economía nacional.

En la Estrategia Nacional de Desarrollo (END) se exponen las directrices de desarrollo del país para cumplir con la agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, se posicionó al sector de turismo como una industria que contribuye al crecimiento económico sostenible e indicó la dirección hacia el fortalecimiento de la competitividad, diversificación y sostenibilidad de esta misma. Para lograrlo, se reconoció que no sólo eran necesarias iniciativas privadas, sino también la cooperación y los compromisos de parte del sector público todo mediado por estrategias y políticas concretas.

Ante esta situación con el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), el Gobierno Dominicano ha implementado el "Proyecto de Fortalecimiento de Mecanismos para el Desarrollo

Turístico basado en la comunidad en la Región Norte" desde abril de 2016, en el cual se comenzó a desarrollar y promover el turismo basado en la comunidad bajo el concepto de Turismo Comunitario Sostenible (TCS) a través de la creación de un modelo en la Región Norte. El Proyecto dirigido por el Ministerio de Turismo (MITUR) se llevó a cabo con la cooperación de otras entidades públicas pertinentes como, el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), el Ministerio de Planificación y Desarrollo Económico (MEPyD) y organizaciones público-privadas locales.

Durante la ejecución del proyecto, los actores locales de varias comunidades desarrollaron iniciativas para el impulso del turismo en su territorio con el soporte de organizaciones nacionales y regionales. Estas actividades abrieron la puerta al desarrollo del turismo comunitario en la región Norte y en el país con el objetivo de diversificar las ofertas, expandir las ganancias e impulsar el empoderamiento de los locales.

El resultado de las experiencias del Proyecto TCS en la región Norte muestra un alto potencial de desarrollo de un "turismo alternativo" que contribuye de manera directa al desarrollo económico y social de las comunidades que allí habitan. Sobre la base de los resultados específicos y las lecciones aprendidas se presenta la "Visión de Desarrollo de Turismo basado en la Comunidad 2030" como una directriz para el continuo fortalecimiento de las actividades de turismo gestionado por las comunidades, con una aplicación en la región Norte y otras regiones del país.

**Hacia un nuevo turismo tras la pandemia del COVID-19**

La pandemia ocasionada por el COVID-19 desde principios de 2020 ha causado graves impactos sin precedentes en el turismo mundial, generando el desplome de esta actividad en muchos países, el empeoramiento de las condiciones médicas a nivel mundial y la implementación de medidas restrictivas tanto de movimiento como para el funcionamiento de algunas actividades económicas.

El número de turistas que había aumentado significativamente en el pasado, descendió. En agosto de 2020 la República Dominicana comenzó a aceptar visitantes de manera limitada, consecuente con la reactivación turística que empezaba a vivir el mundo, acatando las restricciones de entrada y las medidas de cuarentena.

Un año después en agosto de 2021 se recuperó el porcentaje de turistas internacionales que visitaban el país (se igualó el número reportado en el 2019). Aunque la reanudación del turismo es visible en todo el mundo y se cuenta con las medidas de vacunación y protocolos, continúa presentándose el estado de incertidumbre y la propagación de enfermedades infecciosas, esto en paralelo con los cambios en la orientación del mercado y el deterioro de la economía y la seguridad.

En estas circunstancias, a mediano y largo plazo, se está cuestionando la forma ideal de desarrollo turístico en varios niveles perfilando un nuevo enfoque que contribuya al desarrollo sostenible. Más que nunca es importante tener una visión cercana al turismo sostenible enfocado en sectores más vulnerables

de la sociedad, por lo que se necesitan esfuerzos estratégicos con involucramiento de varios actores para promoverlos.

**1-2 ¿Qué es Turismo Comunitario Sostenible (TCS)?**

A continuación, se exponen las definiciones en las que se base el "Turismo Comunitario Sostenible (TCS)" promovido durante dicho proyecto:

**Definición de Turismo Sostenible**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible es "un turismo que considera plenamente los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, al tiempo que aborda las necesidades de los visitantes, las industrias, el medio ambiente y las comunidades que aceptan visitantes".

Es por esta razón que se hace necesario que los diversos actores involucrados en el turismo sean conscientes del impacto generado por las actividades desarrolladas y consideren integralmente los distintos aspectos que giran en torno a estas.

En cuanto a turismo sostenible en la República Dominicana existen dos dimensiones importantes de mencionar:

- 1) El turismo sostenible en el "turismo de masas" como los grandes complejos turísticos existentes y el de cruceros, se caracteriza principalmente por las inversiones extranjeras que han liderado el desarrollo turístico en el país y que consideran un modelo más sustentable, con la debida atención a los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales y trata de minimizar los efectos negativos de desarrollo.
- 2) Otros tipos de actividades diferenciadas del turismo tradicional, en las que se promueve nuevas formas de actividades turísticas enfocadas en conformar una sociedad sostenibilidad. Por tanto, para promover el turismo sostenible es necesario hablar de enriquecimiento social y cultural de la zona de destino. El desarrollo forzado, que ignora la existencia de la comunidad de destino o la explotación de los beneficios, se considera insostenible. El reciente enfoque en la inversión ESG (Environmental, Social and Governance) también va en la misma dirección ya que desalienta la inversión en desarrollos que no aporten significativamente al área local.

En este sentido se encuentra el "Turismo Comunitario Sostenible: TCS", una forma de actividad gestionada por las comunidades. Por ello, la intención principal de esta visión estratégica es promover activamente el TCS como política nacional para contribuir a la promoción del turismo sostenible en el país.



Figura 1 - Nuevo modelo de turismo dentro de desarrollo del sector turismo en RD

**Definición e importancia del TCS**

Se define el "Turismo Comunitario Sostenible (TCS)" de la República Dominicana como "una actividad económica que vincula a las comunidades con los turistas desde una perspectiva intercultural, por la iniciativa de la comunidad, con participación consensuada de sus miembros con un manejo adecuado de los recursos naturales y la apreciación del patrimonio cultural; basado en el principio de equidad, en la distribución de los beneficios generados y con una gestión que favorezca el desarrollo económico y social".

El TCS se caracteriza porque los residentes locales toman la iniciativa en la realización de actividades turísticas. Además de esto, el objetivo del TCS es crear productos y servicios que se pueden obtener únicamente en estos lugares, mediante la incorporación de nuevos valores por parte de la propia comunidad y utilizando las características locales. Cuando la comunidad local desempeña un papel de liderazgo en el turismo, genera actividades más sostenibles. Al promover este enfoque se destaca la importancia de diversificar la oferta turística, tal como lo requiere la República Dominicana.

Así pues, el objetivo es aprovechar los recursos locales como atractivos turísticos, consiguiendo que los residentes reconozcan el valor de la región, mejoren su identidad y vivan con orgullo el proceso. A través de esto nace la responsabilidad y los intereses legítimos de la comunidad como proveedores de productos turísticos, generando independencia, una comunidad activa y empoderada. También, se impulsa la reinversión de las ganancias dando un estímulo a la economía local y la optimización en el uso de los recursos para hacer sostenible el proceso.

Dado que la comunidad habita cerca o en el atractivo turístico se hace indispensable promover un uso consciente de los recursos, para que los locales puedan aprovecharlos, los visitantes disfrutarlos y la dinámica se conserve a largo plazo. Lo anterior marca una diferencia con la inversión extranjera, que migra cuando el atractivo no genera los beneficios esperados.

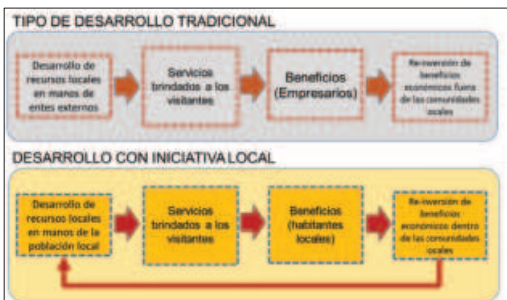


Figura 2 - Enfoque del desarrollo turístico

**Objetivos del desarrollo del TCS**

Partiendo de la definición del TCS, los tres objetivos de la estrategia de desarrollo son:

- "La diversificación y mejoramiento de las ofertas turísticas". Este objetivo se enfoca hacia la creación de productos turísticos que permitan a las comunidades aprovechar al máximo los recursos locales dispersos en la región y proporcionar a los visitantes una oferta diferente al turismo de "sol y playa". Aquí los recursos naturales, culturales e industriales, que han estado dormidos, se comercializan y ofrecen.
- "Expandir las ganancias justas de los residentes locales a través del turismo". Este objetivo apunta hacia la ampliación de las oportunidades para que las comunidades participen en la industria del turismo y de esta manera obtengan ganancias apropiadas. Además, propone el mejoramiento de la infraestructura turística y de transporte ayudando a promover y crear un entorno en donde se mejore el bienestar de la comunidad.
- "Empoderamiento territorial", mediante la promoción de actividades turísticas. Este objetivo

señala que, a través del desarrollo de actividades turísticas con bases comunitarias, se vuelva a reconocer el valor de la región y se crea una conciencia autónoma, no solo desde la óptica del turismo sino también del desarrollo regional. El empoderamiento promueve coordinación, cooperación y colaboración entre las entidades locales, contribuye a la revitalización de la región en su conjunto y mejora la capacidad para resolver los problemas locales por cuenta propia.



Figura 3 - Tres objetivos del desarrollo del TCS

**1-3 Proceso de creación de la Visión de Desarrollo del TCS 2030**

**Proyecto TCS**

El Ministerio de Turismo (MITUR) y el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) han estado implementando el "Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte" desde 2016, con la coordinación del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD) y el apoyo directo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA). Esta "Visión Estratégica de Desarrollo del TCS 2030" se propuso sobre la base de las experiencias y las lecciones aprendidas del Proyecto TCS.

Durante el primer año del proyecto, después de haberse realizado la investigación de la situación actual y la ejecución de las acciones piloto, se formuló una estrategia provisional para promover TCS y se aplicó un plan de actividades. A partir de ese punto se empezó a implementar un plan anual de actividades en cada uno de los años subsecuentes, dando paso a la planificación, implementación, monitoreo y evaluación. Esto dio como resultado la construcción de un sistema de desarrollo del TCS que involucra entidades y recursos humanos, que ya han sido capacitados para desempeñar papeles activos dentro.

En el proceso se ha llevado a cabo el seguimiento anual de la implementación de las actividades y se han desarrollado productos turísticos a nivel comunitario, promoviendo a su vez la gestión territorial por medio de cooperación público-privada a nivel regional y creado estrategias y políticas a nivel central.

Además, se extrajeron las memorias de buenas prácticas y lecciones aprendidas que sirven como base para "Visión Estratégica TCS 2030". Finalmente, este proceso contribuyó para dar continuidad y viabilidad de implementación.

Ahora se puede impulsar el fortalecimiento continuo del TCS en la región Norte e incluso ampliar la política del TCS en otras regiones, puesto que en el primer acercamiento se formalizaron, organizaron y documentaron los procedimientos y métodos probados.

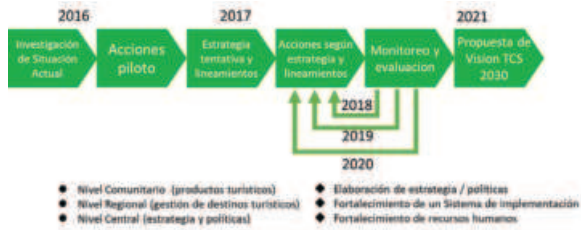


Figura 4 - Proceso de desarrollo de propuesta de Visión TCS 2030

**1-4 Estructura de la Visión de Desarrollo del TCS**

El propósito de este documento es establecer un sistema para la expansión continua del TCS mediante la estrategia y las acciones hacia la promoción con Visión 2030, junto con difusión amplia de la comprensión del TCS.

Además del personal del Ministerio de Turismo (principal autoridad del TCS), la Visión TCS 2030, se comparte con unidades operativas relevantes de esta institución, otros ministerios e instituciones del estado, actores relevantes de las regiones y las comunidades, con la finalidad de tener mejores resultados en las acciones por promover una visión común.

Los cinco capítulos que contempla este documento son por tanto una guía para el desarrollo del TCS en la República Dominicana.

**Capítulo 2. Situación actual alrededor del TCS**

¿Cuál es la situación actual respecto a los esfuerzos de turismo sostenible de la República Dominicana?, A continuación, se expone sobre el posicionamiento del TCS y sus desafíos dentro del desarrollo turístico, teniendo en cuenta las tendencias en el mundo y el Caribe.

**2-1 Hacia un turismo sostenible**

**Desarrollo del turismo mundial**

La industria del turismo había mostrado un crecimiento estable en el mundo (excepto en el año 2009, cuando se produjo la gran quiebra de Lehman Brothers). Para el 2018, el número de turistas internacionales fue de aproximadamente 1.400 millones en todo el mundo, un aumento de 74 millones con respecto al año anterior<sup>1</sup>. Dado este flujo económico los ingresos del turismo internacional fueron de \$ 1.451 billones, un aumento del 4.4% interanual y la industria del turismo representó el 10% del PIB mundial, alcanzando el 7% de las exportaciones mundiales y el 29% de las exportaciones de servicios creando 1 de cada 10 empleos en todo el mundo.



Figura 5 - Aspectos destacados del turismo internacional 2019

Además del crecimiento económico y el empleo se ha evidenciado que, cada vez más el turismo incide y contribuye en la conservación cultural, la protección del medio ambiente, la promoción de la paz y la

<sup>1</sup> OMT, Aspectos destacados del turismo internacional 2019,

seguridad. Se ha demostrado entonces que el turismo es un promotor de desarrollo en todo el mundo.

**Desarrollo del turismo en el Caribe**

Para el año 2018 el Caribe tuvo un ingreso anual por turismo internacional de \$ 32,000 millones con 27.5 millones de turistas internacionales, principalmente de América del Norte y Europa. El principal turismo del Caribe es turismo de tipo *stay* con "sol y playa" como recursos principales, por lo que hay muchos destinos de resorts con un desarrollo similar, además de presentar una competencia intensificada entre estos. Si bien el turismo de cruceros ha crecido en los últimos años, permitiendo a los turistas visitar pequeños países del Caribe, han surgido críticas, puesto que el impacto social es más costoso en el largo plazo que el beneficio económico percibido, dado que se concentra un número significativo de personas en un tiempo corto, durante una sola temporada.

De esta manera, si bien los países del Caribe han posicionado la actividad turística como una industria importante, también se ha convertido en un problema debido a su alta dependencia y debilidad de una base social que no controla el impacto negativo de estas actividades en la sociedad y el medio ambiente. El propio desarrollo de esta industria también influencia al desarrollo sostenible de estos países; se ha reconocido que es importante que cada país posicione el turismo sostenible basado en sus propias circunstancias como una política nacional.

**Desarrollo Sostenible y Turismo**

En los últimos años las sociedades del mundo han estado haciendo esfuerzos para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a 2030. Los ODS, constan de 17 objetivos y 169 indicadores; son un lenguaje común para una sociedad sostenible y se ha convertido en una tendencia que involucra no solo a las instituciones gubernamentales, sino también al sector privado y las agencias internacionales, a través del aumento de conciencia de "hacer lo que podemos hacer ahora". Por otro lado, dado que es difícil lograr los objetivos exclusivamente a través de las medidas presentes en este momento, se requieren más esfuerzos e innovación. Allí la industria del turismo, las organizaciones que lo promueven, los turistas, y los residentes locales que aceptan turistas deben en su conjunto, integrarse en este proceso para que sus esfuerzos contribuyan a lograr una sociedad más sostenible.



Figura 6 - 17 objetivos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

**Hacia un turismo sostenible**

La Organización Mundial de Turismo (OMT) hizo de 2017 el "Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo" y se acercó a organizaciones relacionadas con el objetivo de realizar actividades e iniciativas de sensibilización para un cambio positivo durante todo el año. A medida que ha aumentado la conciencia de la contribución del turismo a los ODS, se han destacado cinco áreas en las que el turismo puede contribuir al desarrollo sostenible.

1. Desarrollo económico integral y sostenible.
2. Compromiso social, crecimiento del empleo y erradicación de la pobreza.
3. Uso eficaz de los recursos, protección del medio ambiente, y cambio climático.
4. Valor cultural, diversidad y conservación del patrimonio.
5. Entendimiento mutuo, la consolidación de la paz, la seguridad y la protección.

Además, se presentaron las directrices de acciones como 1. Campañas y actividades de sensibilización; 2. Extracción y difusión del conocimiento; 3. Desarrollo de políticas; 4. Fortalecimiento de la organización y el desarrollo de los recursos humanos y se formularon propuestas de actividades concretas. Al utilizar dicho marco, muchos países y destinos turísticos están promoviendo iniciativas para el turismo sostenible, y se está convirtiendo en una tendencia mundial.



**2-2 Desarrollo turístico en la República Dominicana**

**La situación actual del turismo en la República Dominicana**

La República Dominicana es el país turístico más grande del Caribe, atrayendo a 6.56 millones de turistas internacionales al año en 2018<sup>2</sup>. El apogeo del turismo, que comenzó en la década de 1970, ha incrementado su ritmo de desarrollo a través de los años. Esta se ha visto directamente afectada por el período de estancamiento mundial debido a los efectos de la Guerra del Golfo (1991), los ataques terroristas del 11 de septiembre (2001) y la posterior guerra contra el terrorismo liderada por los Estados Unidos y sus aliados en los años posteriores.

La importancia de la industria turística ha aumentado año tras año y se ha convertido en una fuente de apoyo para la economía. Esta representa el 11,6% del PIB del país y la proporción de empleo en su conjunto es del 15,4%, siendo una industria que puede apoyar a otros sectores desde la macroeconomía, hasta la vida de los residentes.

Hay más de 80 mil habitaciones de hotel en el país, posicionando esta nación como número uno en el Caribe y el desarrollo de complejos hoteleros todavía está progresando principalmente en la parte oriental de la isla. El país cuenta con ocho aeropuertos internacionales, en los principales destinos turísticos, que ofrecen vuelos directos desde Norte América y Europa en los últimos años, además, con el fin de atraer nuevos mercados se han desarrollado iniciativas hacia Europa del Este (incluyendo Rusia y Ucrania), Asia Central y Sudamérica. Por otro lado, el número de visitantes de cruceros por el Caribe ha ido en aumento en los últimos años, en 2019 fueron alrededor de 980,000 personas al año y se planea la construcción de un nuevo puerto de cruceros.

Los turistas extranjeros han sido el principal mercado externo hasta ahora, pero recientemente se ha popularizado el turismo interno proveniente de las grandes ciudades como Santo Domingo y Santiago, al igual que, se ha incrementado el flujo de dominicanos que viven en el extranjero y viajan a nivel nacional con sus familias.

Otras estadísticas turísticas para destacar nos dicen que, el gasto medio diario de los turistas extranjeros está en una tendencia creciente a US\$ 136.5 (2018), y el número promedio de estadía es de 8.4 días (2018) pero va en decrecimiento. Además, El 69,3% de los turistas internacionales se concentran en la costa oriental de Punta Cana-Bávaro, especialmente en la provincia de La Altagracia, resultado de la adición de 1.600 habitaciones. En los últimos años, el país ha estado en proceso de diversificar su mercado, sin embargo, el 58,4% de los turistas vinieron de Norte América y la tasa de crecimiento interanual es del 8,7%, superando el 6,2% del total. Es decir, que continúa la concentración y dependencia de mono

<sup>2</sup> Banco Central ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS 2018, el número de personas que llegan a los aeropuertos internacionales, que incluye los dominicanos que viven fuera del país.

mercado. Este tipo de desarrollo aumenta más competencias con los destinos turísticos caribeños similares como Cancún, que, en realidad está respaldado por el desarrollo intensivo de grandes hoteles en la región oriental.

Este tipo de crecimiento está creando preocupaciones sobre la carga al medio ambiente. A medida que aumenta la dependencia del mercado norteamericano y disminuye la duración de la estadía, se necesita más esfuerzo para la diversificación hacia productos turísticos distintos de "sol y playa" y para descentralizar el mercado.

En estas circunstancias, es necesario movilizar el turismo a áreas distintas de los centros turísticos populares. Algunas acciones al respecto son, Santo Domingo (capital del país), promueve activamente el "turismo urbano y de casco antiguo" Patrimonio Mundial Cultural de la Humanidad; ha incursionando en iniciativas de aventura, gastronomía y eventos culturales; también Puerto Plata y Samaná apuestan por diversificar. En respuesta a las demandas de los turistas extranjeros y dominicanos se ha aumentado el número de casos de turismo interno hacia áreas que no han sido desarrolladas como destinos turísticos, al igual que el contacto con las comunidades locales.

Con el fin de garantizar el crecimiento estable de esta industria, el Ministerio de Turismo (MITUR) ha dirigido el desarrollo turístico en la promoción y la infraestructura turística, así como en la fiscalización de las actividades que se desencadenan en este sector. El MITUR cuenta con 28 Oficinas de Promoción Turística (OPT) en más de 15 países trabajando con operadores turísticos, aerolíneas y participando activamente en ferias turísticas en todo el mundo. A través de las OPT se llevan a cabo viajes de familiarización más conocidos como "fam trips" para operadores turísticos de los países objetivos. El MITUR está desarrollando la infraestructura turística que utiliza el impuesto turístico (tarjeta turística) y otros recursos financieros; así como una intervención de las instalaciones en los principales destinos, el mantenimiento de las playas, el paisaje a lo largo de la costa, la mejora de las carreteras y algunas instalaciones relacionadas a nivel comunitario.

Por otro lado, con respecto a la política turística del gobierno, aún no se ha desarrollado un plan maestro para el desarrollo turístico que muestre estrategias y políticas específicas y no se han presentado planes a mediano y largo plazo. La Estrategia Nacional de Desarrollo (END) al 2030 marca al turismo como una industria que contribuye al crecimiento económico sostenible y muestra que fortalecerá la competitividad, diversificación y fomento de esta. Por su parte, el Plan Estratégico Institucional (PEI) del Ministerio de Turismo fue formulado en 2017 para 2018-21<sup>3</sup> y muestra su intención de promover el crecimiento sostenible de esta industria involucrando a los residentes locales. De igual manera se incluye en el Plan Nacional del Sector Público 2021-2024, entre las 33 políticas priorizadas por el Gobierno. Sin embargo,

<sup>3</sup> Las cuatro estrategias presentadas en PEI son 1. Planificación y regulación efectivas de las actividades turísticas, 2. Promoción y desarrollo del turismo sostenible, 3. Gestión turística, 4. Fortalecimiento organizacional.

no se han indicado específicamente medidas para implementar dichos lineamientos gubernamentales y es urgente formular un plan maestro como estrategia para posicionar el país en el futuro.

**Tareas específicas en el desarrollo del turismo**

Partiendo de las situaciones expuestas anteriormente se resumen los problemas concretos en el desarrollo del turismo que se enfrentan en la actualidad:

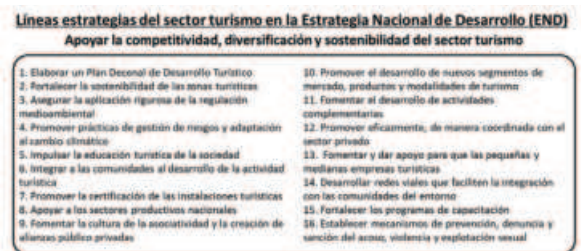
- Alta concentración del desarrollo turístico en la región este:** La concentración de visitantes extranjeros en el país, que ha crecido de forma constante estos 20 años, se concentra en la parte este del país, donde se han desarrollado grandes complejos turísticos dirigidos por extranjeros. El número de llegadas extranjeras al aeropuerto de Punta Cana representa más del 70% del total y la concentración aumenta cada año.
- Alta dependencia de algunos mercados:** Aunque el mercado turístico apunta a diversificarse, la dependencia del mercado norteamericano continúa. Por esta razón, la competencia con destinos cercanos se intensifica.
- Productos turísticos orientados a "sol y playa":** Para aumentar la competitividad y diferenciarse de destinos turísticos similares en el Mar Caribe, es importante encontrar atractivos diferentes a "sol y playa" involucrando recursos locales con alto potencial cercanos a los conocidos, así como llevar el desarrollo turístico a las regiones donde aún no se fomenta.
- Baja capacidad de respuesta a las nuevas necesidades del mercado:** En los últimos años, el turista se ha enfocado en querer vivir experiencias culturales, históricas y naturales en la zona que visita, compartiendo con los residentes locales, la búsqueda va más allá de actividades de playa, pero en los países hay poca experiencia en este tipo de desarrollo lo que impide satisfacer dichas necesidades.
- Responsabilidad por el turismo sostenible:** Es responsabilidad del Estado promover el turismo sostenible que conduzca al crecimiento económico regional, al tiempo que reduce el impacto negativo sobre el medio ambiente y la sociedad, todo encaminado a la consecución de los ODS.
- Desarrollo en ausencia de la población local:** El desarrollo turístico que utiliza recursos locales, es posible por parte de personas externas a corto plazo, pero es necesario alentar a los residentes locales a comercializar este tipo de producto; implementar un cambio de paradigma que permita a los turistas verse atraídos a consumir estas ofertas.
- Ausencia de política de desarrollo turístico:** Aunque se ha demostrado que la END ha posicionado al turismo como una industria que contribuye al crecimiento económico sostenible, no se ha demostrado que exista un plan maestro para hacerlo concreto. El PEI se presentó como un plan organizacional del Ministerio de Turismo, pero es necesario presentar la política nacional de promoción turística y contar con un mecanismo de cooperación entre los ministerios y agencias

relevantes para realizarla. Se necesita una nueva política para apoyar el crecimiento económico a largo plazo y de manera estable. Los ODS se están convirtiendo en una tendencia mundial, reduciendo el impacto negativo del desarrollo de los resorts de playa existentes y promoviendo el crecimiento de una industria turística más sostenible, al tiempo que animan las iniciativas locales y los actores involucrados hacia el desarrollo turístico regional en todo el país desde una perspectiva más duradera. Es necesario, por tanto, promover activamente la creación de zonas de turismo sostenible en las que participen más regiones y el reconocimiento de esto debe aumentar rápidamente en los últimos años.

**2-3 Aproximación de Turismo Sostenible en la República Dominicana**

**Posicionamiento político del turismo sostenible**

En la sección "Diversificación y Sostenibilidad del Turismo" de la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 (END 2030) se presentan 16 lineamientos relacionados con el turismo, con línea estratégica para apoyo de la competitividad, diversificación y sostenibilidad del sector turístico. También, dentro del Plan Nacional Plurianual del sector Público que traza un direccionamiento estratégico nacional de mediano plazo, se identificó en el turismo una oportunidad de desarrollo del país con tres enfoques y 4 objetivos estratégicos.



**Enfoque de turismo en el Plan Nacional de Plurianual de Sector Público 2021-2024**

**Turismo, Una Oportunidad**

- 1) **RECONSTRUIR** la sostenibilidad hacia para la inversión como con el país.
- 2) **MODERNIZAR** la diversificación y la cantidad de oferta.
- 3) **IMPULSAR** la innovación en el turismo y la competitividad de las comunidades de zonas y su desarrollo turístico.
  - **Aumentada la llegada de visitantes a las Regiones Comunitarias**
  - **Aumentada el flujo de turistas diversificados a la República Dominicana**
  - **Aumentada la participación de las comunidades en la cadena de valor del sector turístico**
  - **Aumentada la llegada de turistas a las zonas con menor desarrollo turístico**

Ambos instrumentos nacionales de planificación señalan la importancia de diversificar las ofertas turísticas e involucrar a las comunidades en el proceso de desarrollo de esta actividad, apostando por convertir el sector de turismo tradicional en uno más sostenible.

Lo anterior con el respaldo de la política del gobierno de promover una industria turística competitiva y sostenible y el Ministerio de Turismo con su Plan Estratégico Institucional a través de los cuatro ejes estratégicos planteados, que se exponen a continuación:

**Ejes del Plan Estratégico Institucional de MITUR**

Visión: Asegurar el desarrollo sustentable del turismo de la República Dominicana a través de la implementación de políticas de regulación y promoción

Eje 1: Planificación y Regulación Efectiva	Eje 2: Promoción, Fomento y Desarrollo del Turismo Sostenible.	Eje 3: Gestión de Destinos	Eje 4: Fortalecimiento Institucional
Garantizar el desarrollo sustentable del turismo de la República Dominicana, mediante la planificación, regulación y fiscalización efectiva de la actividad turística.	Promover y fomentar eficazmente el destino turístico dominicano a nivel nacional e internacional.	Gestionar el manejo y control de los destinos turísticos, a través de la integración intersectorial Público-Privada, garantizando su competitividad y sostenibilidad.	Garantizar la efectividad de las acciones o servicios que desarrolla el Ministerio de Turismo, a través de una gestión de calidad.
1.1 Elaboración de planes de ordenamiento territorial turísticos. 1.2 Elaboración y actualización de normas regulatorias de los procedimientos, evaluaciones y control de los servicios e instalaciones turísticas. 1.3 Formulación y aplicación de mecanismos de control y sanciones por incumplimientos regulatorios, establecidos en el marco legal.	2.1 Mercado Internacional de República Dominicana. 2.2 Promoción de la República Dominicana como destino de interés en turismo. 2.3 Desarrollo integral de Destino de ciudades. 2.4 Fomento y promoción del turismo interno en la República Dominicana. 2.5 Promoción de la Cultura Dominicana.	3.1 Fortalecimiento y desarrollo de los destinos turísticos. 3.2 Programa de manejo de los atractivos turísticos por destino. 3.3 Integración de las comunidades en el desarrollo turístico.	4.1 Programa de desarrollo organizacional. 4.2 Plan de fortalecimiento de la gestión humana del Ministerio. 4.3 Programa de la sostenibilidad de las operaciones de la institución. 4.4 Plan de posicionamiento y mejoramiento de la imagen institucional. 4.5 Plan de mejoramiento de las condiciones laborales.

Por otro lado, aunque la importancia del turismo y el plan de actividades a nivel ministerial se muestran

	objetivo era formar un clúster turístico en cada uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional, y apoyar el fortalecimiento hacia la gestión del destino. El Consejo Nacional de la Competitividad (CNC) de la Oficina Presidencial, se posicionó como organización contraparte.
IDB	Desde el 2014: El Proyecto de Promoción Turística para la Zona Colonial de Santo Domingo - Patrimonio de la Humanidad, se implementó durante cinco años; se desarrollaron planes para la restauración de edificios, calles históricas y ciudades antiguas, además de creación de museos y sistemas de seguridad. El área intervenida se limitó a la zona colonial de Santo Domingo y fue implementado principalmente por el MITUR y el Ministerio de Cultura. Este proyecto comenzó su segunda fase a partir de 2020.
JICA	2006 al 2008: El Estudio del Plan Maestro Nacional de Ecoturismo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) fue el primer proyecto realizado con la cooperación de dos ministerios, el MIMARENA (Ministerio de Medio Ambiente) y el MITUR como contrapartes. 2009 al 2013: El proyecto de Desarrollo Turístico Sostenible Basado en la Cooperación Público-Privada de JICA en Puerto Plata, se ejecutó con el MITUR y el INFOTEP como contrapartes; se crearon productos que utilizan las marcas municipales de (9) ciudades y los recursos característicos de la región. Desde 2016: El MITUR e INFOTEP junto con el MEPyD y la JICA, han estado promoviendo el Turismo Comunitario Sostenible, ampliando el alcance del proyecto a 14 provincias en la región norte, y a partir de los esfuerzos de creación de productos basados en la comunidad, y fortaleciendo la capacidad de desarrollo del turismo mediante el apoyo a nivel central de la política.

Al observar estos esfuerzos, los donantes han pasado de lanzar inicialmente sus propios programas a intervenir individualmente con las ONG y los actores locales; luego a brindar apoyo a los ministerios y agencias relevantes para mejorar sus funciones. También es una señal de que los ministerios y agencias correspondientes deben promover y apoyar iniciativas de turismo sostenible. Al fomentar el nuevo turismo como turismo sostenible, se involucran nuevos actores con roles y funciones los cuales tienen una visión más integral de esta actividad y entienden los nuevos retos y transformaciones que han ocurrido a través del tiempo en las comunidades apuntando hacia un desarrollo sostenible.

**El papel de la comunidad en el nuevo turismo**

En la nueva aproximación del turismo la comunidad puede convertirse en el actor principal, ampliando las posibilidades de diversos turismos y contribuyendo a una sociedad más sostenible. Usualmente la comunidad es el propietario, o el que se encuentra adyacente al recurso local, siendo un actor relevante el cual puede optimizar y gestionar continuamente el uso del recurso. Dado que el deterioro de los recursos tiene un impacto negativo en la comunidad, se requiere un desarrollo adecuado a largo plazo. Si las comunidades locales pueden desempeñar un papel de liderazgo en el desarrollo del turismo, será posible crear diversas actividades turísticas mientras se gestionan adecuadamente.

**Posicionamiento de la estrategia del TCS**

El propósito de este documento es mostrar la estrategia de desarrollo del TCS con la Estrategia Nacional

de esta manera, no se da un direccionamiento claro para el desarrollo de turismo sostenible a mediano y largo plazo, así como tampoco se articulan las políticas específicas con las políticas superiores en cuanto a sostenibilidad.

**Enfoque del Turismo Sostenible**

Las intervenciones hacia el desarrollo del turismo sostenible en el país consideran dos aproximaciones principalmente:

- La primera se basa en cómo hacer que el desarrollo de los resorts de playa existentes, centrados en el extranjero sean sostenibles, dando continuidad a la visión de desarrollo de grandes complejos hoteleros y manteniendo las consideraciones económicas, sociales, culturales y ambientales para minimizar impactos negativos e incorporación a nuevos mercados.
- La segunda se basa en un esfuerzo para contribuir a la formación de una sociedad sostenible en medio del nuevo desarrollo turístico y la diversificación de los recursos turísticos

En este nuevo desarrollo turístico, se piensa que los actores locales que no han aparecido en el desarrollo turístico tradicional en el país jugarán un papel protagonista y crearán actividades turísticas diferentes al pasado aplicando turismo comunitario.

**Iniciativas con los principales donantes**

Por otro lado, ha habido ejemplos de iniciativas implementadas con el apoyo de donantes y otras personas útiles para la promoción del TCS. A continuación, se enumeran las actividades distintas del desarrollo del turismo de playa realizadas o ejecutadas en el país, que se pueden relacionar con el turismo sostenible:

Donante	Contenido de apoyo
UNDP	Desde el 2000: Se apoyó el desarrollo del ecoturismo desde el punto de vista del medio ambiente a través del Programa de Pequeños Subsidios (PPS) del FMAM del PNUD. Con apoyo directo a ONG y grupos comunitarios en todo el país. Se intervinieron más 30 localidades distintas. Se considera formalmente el Ministerio de Medio Ambiente como la contraparte. 2015 al 2020: El Proyecto del PNUD para la Formación de un Modelo de Turismo Sostenible en Términos de Biodiversidad y Desarrollo Turístico (BCyT) se implementó con el MIMARENA y el MITUR como contrapartes; en las Provincias de Montecristi y Samaná como alcance del proyecto.
AECID	1999 al 2004: Se ejecutó la iniciativa de Turismo Regional Sostenible a través del Programa Araucaria Bahoruco de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID); en la provincia de Pedernales, a través de la Oficina Nacional de Planificación (ONAPLAN) como contraparte.
USAID	Desde el 2006: Se ejecutó iniciativa para la formación de los clústeres turísticos de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), a través de un proceso de varias fases. El

de Desarrollo 2030 y sus políticas, asumiendo que se posiciona la política nacional de turismo sostenible y el plan maestro a formular en el futuro. Además, se incorporan las condiciones económicas, sociales y ambientales asociadas con el desarrollo turístico. También se exponen los logros y lecciones aprendidas de los proyectos que se han trabajado como nuevo turismo sostenible y se asocia con las principales estrategias actuales.

Es necesario ser consciente de la relación del turismo sostenible con los ODS, puesto que al asociarlo con tales estrategias se puede mejorar su efectividad.



Figura 7 - Marco estratégico del desarrollo de turismo y TCS

**2-4 Impacto de COVID-19 y hacia nueva normalidad.**

El nuevo coronavirus, que surgió en Wuhan (China) según información de la OMS alrededor de diciembre de 2019, se propagó rápidamente por todo el mundo y causó que casi todos los países impusieran restricciones en la actividad económica y de movimiento. A partir de septiembre de 2020, aún en pandemia, la actividad económica interna se reanudó gradualmente en los países que han logrado ralentizar la expansión de esta enfermedad. Las restricciones al turismo mundial han tenido un impacto significativo en la actividad económica, por lo que el daño es significativo y se estima que tomará varios

años recuperar los niveles adquiridos.

Por su parte OMT publicó, en mayo de 2020, una edición especial del Barómetro del Turismo Mundial enfatizando el impacto del Covid-19, allí expuso que solo hasta el mes de marzo, las llegadas internacionales se habían reducido en un 57% lo que representa una pérdida de 67 millones de llegadas de turistas internacionales y alrededor de 80.000 millones de USD en ingresos. Sin embargo, de la variación negativa de llegadas de turistas internacionales por regiones, las Américas es una de las regiones que presenta una menor caída, contrario de Asia Pacífico y Europa que representan variaciones negativas mayores.



Figura 8 - Llegadas de turistas internacionales, 2019 y primer trimestre de 2020 (% de variación) (Tomado de <https://www.unwto.org/>)

El último barómetro del turismo mundial con referencia a la situación de 2020, publicado en enero de 2021, reveló que la caída de llegadas internacionales cayó al 74% en 2020 debido a las restricciones de viaje generalizadas en todo el mundo. El colapso de los viajes internacionales representa una pérdida estimada de USD 1,3 billones en ingresos por exportaciones, más de 11 veces la pérdida registrada durante la crisis económica mundial de 2009. (World Tourism Organization, 2020)

La encuesta del Panel de Expertos de la OMT mostró una perspectiva mixta para 2021. Casi la mitad de los encuestados (45%) previó mejores perspectivas para 2021 en comparación con el año anterior, mientras que el 25% esperaba un rendimiento similar y el 30% previó un empeoramiento de los resultados. Según esta misma encuesta el 50% de los expertos tiene una expectativa de recuperación del turismo

para el año 2022, mientras que un 27% y 18% lo esperan para el tercer y cuarto trimestre de 2021, respectivamente.

Los escenarios extendidos de la OMT para 2021-2024 indican que podrían pasar entre 2½ y 4 años para que el turismo internacional regrese a los niveles de 2019. Los expertos prevén una creciente demanda de actividades turísticas al aire libre, basadas en la naturaleza, turismo nacional y las experiencias de "viajes lentos". (World Tourism Organization, 2020)

A través de las recomendaciones de organismos mundiales, implementación de protocolos de bioseguridad en las instalaciones turísticas, distanciamiento social y demás medidas, se reactivará la actividad turística procurando evitar la propagación de la infección. Esta situación permite explorar el futuro del turismo, volviendo a la base que promueve una sociedad sostenible y actividades turísticas basadas en lo local.

**Recuperación del Turismo Internacional**

La primera edición del volumen 20 del barómetro mundial del turismo, publicado en enero de 2022, revela que las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 4% en 2021 con relación al año anterior. No obstante, la caída continúa siendo del 72% por debajo de los niveles de 2019, año anterior a la pandemia. Según el reporte, el continente americano registró mejores resultados en los primeros nueve meses de 2021 pero con un aumento de tan solo el 1% en comparación con 2020, estando aún en un 65% por debajo de los niveles de 2019. En el consolidado total para el año 2021, esta región del mundo presenta el segundo mejor resultado, solo por debajo de Europa, con un aumento de llegadas del 17% con respecto al año 2020, sin embargo, sigue presentando un balance negativo del 63% con respecto a 2019. Por su parte, en comparación con los niveles registrados en 2019, Europa está aún 62% por debajo, en Asia y el Pacífico 94%, 74% África y Oriente Medio 79%. (World Tourism Organization, 2022)

Cuadro 1 - Comparativo de la Recuperación de llegadas internacionales de 2021 con respecto a 2020 y 2019.

Región del Mundo	2021 respecto a 2020	2021 respecto a 2019
Europa	19% ↑	-62% ↓
Asia y el Pacífico	-65% ↓	-94% ↓
Oriente Medio	-24% ↓	-79% ↓
África	12% ↑	-74% ↓
Américas	17% ↑	-63% ↓

Fuente: Construcción propia según información del Barómetro Mundial del Turismo

La recuperación del turismo se ve afectada por el grado de restricciones de movilidad, la tasa de vacunación y la confianza de los viajeros en los destinos, lo que ha generado sea lenta y desigual a nivel mundial. En Asia, por ejemplo, muchos destinos permanecieron cerrados para viajes no esenciales mientras que en África y Medio Oriente las tasas de vacunación estuvieron por debajo de la media.

**Recuperación del Turismo en la República Dominicana**

Al mismo tiempo, el reporte del Banco Central de la República Dominicana, en su versión 44, muestra un comparativo sobre el número de pasajeros que llegaron vía aérea al país 2019 vs 2020, los cuales pasaron de ser 7.126.857 en 2019 a 2.707.423 en 2020, decreciendo un 62%. De esta cifra, 2.405.315 corresponden a pasajeros no residentes, es decir 88,84% del total de pasajeros. Ahora bien, al cierre del mes de noviembre de 2021 se reportó la llegada de 4,263,259 visitantes no residentes, representando una mejora de 197% respecto al mismo periodo del 2020 y una recuperación del 73% frente a los no residentes recibidos de enero a noviembre del 2019. (Ministerio de Turismo, República Dominicana, 2021)

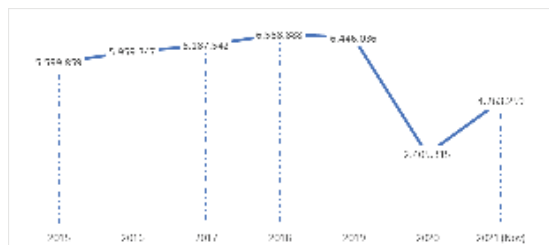


Figura 9 - Histórico de llegadas de pasajeros No Residentes Vía Aérea

Según las informaciones del Ministerio de Turismo, aunque como mostraban las previsiones de recuperación del turismo, a inicios de 2021 la diáspora continuó llegando al país desde el cierre de 2020 cuando se flexibilizaron las medidas, casi en igual medida que lo hicieron en 2019 cuando no había restricciones por la pandemia, entre los meses de septiembre a noviembre de 2021 la llegada de extranjeros no residentes supera las cifras registradas en 2019. Esto quiere decir que hay una tendencia de crecimiento del turismo internacional aún en el contexto de la recuperación del turismo, siendo los principales países emisores Estados Unidos, Canadá y Rusia.

"El desmonte internacional de las restricciones migratorias ha contribuido en gran medida a la senda de

recuperación del turismo dominicano. La llegada de extranjeros residentes en Canadá ha pasado de ser inferior a 1,000 pasajeros antes de julio 2021 a escalar a más de 40,000 turistas en noviembre 2021. Así destacan otros países que, con llegadas prácticamente nulas durante los periodos migratorios restrictivos, han despertado notoriamente como Rusia con más de 47,000 turistas y Alemania con más de 22,000 turistas.

Como resultado de lo anterior, el flujo de turistas hacia República Dominicana se ha ido diversificando en términos de países emisores. En verano del 2021 los turistas (extranjeros no residentes) que residían en Estados Unidos concentraban el 70% del total que entraba República Dominicana, pero en noviembre 2021 este grupo de turistas era de solo 39%.<sup>4</sup>

Una explicación que responde a este fenómeno son las nuevas aerolíneas y rutas que se abrieron en el último trimestre 2021 que han aumentado el flujo de pasajeros. Esto se puede ver como una ventaja para el turismo comunitario sostenible ya que la buena conectividad aérea del país permite enlazar mercados especializados de Europa con la oferta emergente del TCS.

También se destaca por parte del MITUR la reactivación en la llegada de cruceros, solo para el mes de diciembre se esperaba la llegada de 84 cruceros por los diferentes puertos del país. En esto ha influido también la inauguración de nuevos puertos como Taino Bay en Puerto Plata que ya inició operaciones con la llegada de su primer crucero en diciembre 2021.

**Nuevas tendencias del turismo post-COVID**

Según un artículo publicado por OSTELEA Tourism Management School, el turismo sostenible es una de las grandes tendencias de los viajeros para el 2022, esto significa que el turista, además de preocuparse por la protección del medio ambiente, también estará interesado en el intercambio respetuoso y mutuo con las comunidades anfitrionas; así como por una mayor valoración de su patrimonio cultural y natural. Algunas de las tendencias que se pueden resaltar de esta publicación son:

- **Viajes conscientes y slow travel:** viajar sin prisas y por períodos prolongados, evitando la contaminación, las masas, los afanes y prefiriendo el uso de transportes alternativos.
- **La naturaleza como principal preferencia:** dada la necesidad de relajarse, aliviar el estrés y reconectarse con el planeta, mientras se está en espacios abiertos que disminuyan el riesgo de contagio, el turismo de naturaleza se convierte en la preferencia número uno de los turistas.

Esta misma publicación revela las tendencias que se impusieron en el 2021 destacando las siguientes motivaciones de viaje:

- El turismo nacional, desplazamientos cortos

<sup>4</sup> (Ministerio de Turismo, República Dominicana, 2021)



- o El turismo familiar
- o El turismo de negocios y eventos, MICE
- o El turismo urbano, escapadas de corta duración
- o El turismo rural y comunitario
- o El turismo de naturaleza
- o El turismo médico
- o Turismo cultural
- o Turismo gastronómico
- o El turismo de bienestar y el mindfulness
- o El turismo educativo
- o Turismo deportivo, emoción y adrenalina

Por su parte, la plataforma de reservas "amadeus" publicó también un artículo sobre las seis tendencias que revitalizarán el espacio de los viajes en 2022, gracias al análisis de datos de viaje y perspectivas de los expertos. De dichas tendencias se podrían destacar:

- **Saborear el ahora:** existe un aumento en búsquedas de destinos o experiencias épicas, un deseo por "hacer realidad el viaje de sus sueños".
- **Friendedcations:** Viajes grupales para reencontrarse y disfrutar con aquellos amigos y seres queridos a quienes ha pasado mucho tiempo sin ver.
- **Ecoturismo activo:** Los viajeros buscan armonizar sus preocupaciones medioambientales con su pasión por los viajes. De esta manera ha aumentado el interés por las actividades en el destino con organizaciones locales de base e involucrarse en actividades de preservación.

Finalmente, vale la pena destacar las predicciones de viaje para 2022 de booking.com entre las que se encuentran:

- **Caras y sitios nuevos:** El 60% de las personas que viajan está deseando conocer gente nueva durante las vacaciones.
- **Sensación de primera vez:** El 75% de las personas encuestadas encuentra que el camino hacia el destino se disfruta aún más si lo vive como parte del viaje.
- **Viajar para cuidarse:** El 79% de las personas encuestadas coincide en que viajar beneficia a su bienestar mental y emocional más que otras maneras de cuidarse.
- **La comunidad es lo primero:** El 58% de las personas encuestadas coincide en la importancia de que el viaje beneficie a la comunidad local de su destino
- **Siempre "sí":** El 61% de las personas encuestadas está más abierta ahora a otro tipo de vacaciones.
- **Abrazar la incertidumbre:** el 63% de la comunidad viajera cree que la tecnología es

24

para el turismo y apropiar la cultura.

- ✓ Mejorar la gobernanza y articulación interinstitucional y público privada.

En el marco de la estrategia propuesta en este punto, se establece la siguiente visión extrapolada del Turismo en la República Dominicana:

*"En el año 2030, República Dominicana será el país líder del Caribe gracias a un enfoque multidesino basado en un modelo turístico inclusivo (turismo comunitario) y sostenible, fomentando la conservación de los recursos naturales culturales y la cultura turística de sus residentes. Sus productos bandera serán sol y playa, naturaleza, historia patrimonio y gastronomía, científico y de reuniones; distintivos gracias a un recurso humano cualificado y orientado al cliente que garantice la calidad del servicio turístico. Su promoción será diferenciada en concordancia con la identidad territorial de sus destinos."* (Organización Mundial del Turismo, 2022)

Esta estrategia contempla, entre otras cosas: Formular la Estrategia Nacional de Turismo de la República Dominicana, con enfoque territorial, basada en los pilares de gestión sostenible y comunitaria del turismo; Constituir un esquema de gobernanza turística participativa, anclado en el diálogo y la concertación; Orientar el desarrollo turístico para diferenciarse de la competencia, a través de una cadena de valor cualificada y orientada al cliente; y una comunidad con cultura turística; Garantizar el diseño y estructuración de productos emblemáticos y experiencias de alto valor, resultado de la identidad territorial de los destinos turísticos priorizados.

Así mismo, en el aparte número 3 relacionado con el Marketing, se señala la poca diversificación y la poca oferta fuera de los resorts como una debilidad del país, mientras que el surgimiento de la oferta con enfoque sostenible y el potencial para diversificar se muestran como una fortaleza y una oportunidad respectivamente. Por lo tanto, el documento recomienda, entre otras cosas, algunos puntos que podrían ser tenidos en cuenta para el desarrollo de TCS en el país:

- ✓ Más inversión en oferta y comunicación de sostenibilidad, por las exigencias del nuevo turista.
- ✓ Para mejorar la competitividad y aumentar el gasto turístico, mantener la oferta de sol y playa y resorts, pero poner también en valor otros atributos: cultura, gastronomía, sus destinos menos visitados, actividades fuera de los resorts, eventos de interés, etc.

## 2-6 Desafíos y objetivos claves en desarrollo del TCS

Con el fin de promover el turismo sostenible basado en las comunidades como un nuevo turismo, se detalla un resumen de la situación actual, los temas y desafíos para el desarrollo del TCS en la actualidad.

### Análisis de la situación actual relacionada con la promoción del TCS

Sobre la base de la situación actual y los desafíos en el desarrollo del turismo vistos anteriormente, a

26

importante para controlar los riesgos de salud al viajar, y un 62% coincide en que la tecnología ayuda a aliviar la ansiedad derivada de un viaje.

### Asistencia técnica para la recuperación turística COVID-19 (OMT)

Durante noviembre 2021 y febrero 2022, la Organización de Turismo Mundial (OMT) bajo del acuerdo de la JICA y MITUR, se implementó un estudio del programa de asistencia técnica para la recuperación turística de la República Dominicana tras el impacto de la pandemia mundial por el virus Covid-19. El programa profundizó 5 áreas prioritarias como apoyo a microempresas y pymes turísticas, estrategia internacional de marketing turístico, estrategia de diversificación turística, potenciación de la resiliencia de las empresas turísticas para que se adapten a la realidad de la COVID-19, teniendo en cuenta la seguridad y la higiene, y mecanismos de monitoreo de inteligencia turística/ "big data". En el informe preliminar del programa de asistencia técnica, en su aparte sobre diversificación turística, se determinan dos hallazgos que tienen una alta relación con el TCS y son: a) la falta de producto fuera del modelo convencional de sol/playa y todo incluido y b) una mayor inversión en el turismo convencional que en formas alternativas que mejoran el tejido social. No obstante, también se concluye a manera de puntos positivos, el éxito del proyecto TCS en la región norte y la potencialidad del país para atender las nuevas tendencias del mercado con bases como lo son:

- ✓ Naturaleza, paisajes y biodiversidad
- ✓ Riqueza patrimonial/ cultural en Santo Domingo y Puerto Plata
- ✓ Turismo científico, turismo rural agroturismo, turismo comunitario y el aviturismo.

Algunas recomendaciones derivadas de estos hallazgos que aplican para la visión estratégica de TCS son:

- ✓ Interpretación: estructurar una cartera de productos turísticos para segmentos de alto valor, elaborar guiones interpretativos y formar a guías altamente especializados. Productos diversificados basados en las fortalezas, oportunidades y elementos diferenciales de República Dominicana, ya sea como complemento o como reorientación del modelo de desarrollo turístico.
- ✓ Modelo de desarrollo. Disminuir la dependencia del turismo de sol y playa y aplicando un modelo de desarrollo más sostenible y beneficioso para las comunidades.
- ✓ En el marco del compromiso con la Agenda Global y aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde el turismo, desarrollar una política de sostenibilidad, en colaboración con el sector privado, tendente a la implementación de buenas prácticas y la vigilancia y gestión de los recursos turísticos.
- ✓ Es esencial apostarle a la cultura, dado la brecha entre el número de atractivos naturales y culturales y que las comunidades no valoran este aspecto. Será estratégico educar a la comunidad

25

continuación, se presentan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el desarrollo del TCS:

#### Fortalezas

- ✓ La promoción del turismo es la política de prioridad nacional y el Ministerio de Turismo está comprometido.
- ✓ El turismo en la República Dominicana es competitivo en el Caribe.
- ✓ Hay 8 aeropuertos internacionales en todo el país y es accesible desde los principales mercados de Europa y los Estados Unidos.
- ✓ Las principales carreteras del país se han desarrollado en los últimos años facilitando el movimiento en distintos medios de transporte terrestre.
- ✓ Se cuenta con clima y topografía diversa, así como con recursos locales atractivos pero dispersos.

#### Debilidades

- ✓ Las políticas turísticas distintas al turismo de playa no están desarrolladas.
- ✓ El papel de los gobiernos locales en la promoción del turismo es ambiguo.
- ✓ Hay escasez de recursos humanos básicos en las zonas rurales para la promoción del turismo local.
- ✓ Hay escasez de operadores turísticos que oferten variedad turística.
- ✓ La comunidad carece de conocimientos relacionados con el desarrollo turístico.

#### Oportunidades

- ✓ Durante la pandemia del COVID-19 el turismo sostenible está atrayendo la atención mundial.
- ✓ El mercado turístico interno, que no se había interesado hasta ahora, se está expandiendo.
- ✓ Se presta especial atención a la naturaleza y las actividades relacionadas con la aventura.
- ✓ El uso de TIC's está progresando y los costos de promoción disminuyendo.

#### Amenazas

- ✓ La pandemia de COVID-19 expuso la inestabilidad del desarrollo turístico.
- ✓ Alta vulnerabilidad a desastres naturales en las comunidades.
- ✓ La actividad económica centrada en turismo de comunidad se ve afectada en gran medida por factores externos.
- ✓ Los ministerios y organismos oficiales están influenciados por la tendencia política mundial.

### Desafíos en el desarrollo del TCS

Sobre la base de los análisis de la situación actual, los desafíos en el desarrollo y la promoción del TCS, anteriormente expuestos; a continuación, se organizan los desafíos desde las perspectivas de los negocios turísticos, la región del Cibao, el gobierno y los visitantes:

27

**Desafíos del lado del negocio turístico**

- ✓ *Negocio turístico no desarrollado dirigido por residentes locales:* La cantidad de productos turísticos proporcionados principalmente por residentes locales tiende a ser limitado.
- ✓ *Falta de conocimiento del turismo entre los residentes locales:* Las comunidades no saben cómo utilizar los recursos y los productos locales para el turismo, carecen de conocimiento sobre el mercado turístico y tienen una comprensión limitada de la realidad y su potencial turístico.
- ✓ *Falta de capacidades para productos turísticos individuales:* En áreas distintas a las playas, la oferta es poco competitiva como para atraer visitantes con un solo producto o sitio turístico y es necesario generar conexiones entre los productos turísticos circundantes y las novedades, también se considera la opción de agruparlos como un recorrido temático.

**Desafíos por parte de la región**

- ✓ *Falta de políticas turísticas y capacidad de los gobiernos locales:* Los gobiernos locales deben desempeñar un papel principal como impulsores del turismo regional, sin embargo, son débiles. La asignación presupuestal para el desarrollo turístico en la región es limitada y no hay suficiente infraestructura para aceptar visitantes en toda la región.
- ✓ *Falta de sistemas para trabajar entre los actores locales:* Cada actor involucrado en el turismo en la región a menudo trabaja solo y hay pocos lugares donde se hayan realizado mecanismos de coordinación y creación de consenso entre TCS y las partes interesadas locales que se conectan con el entorno.
- ✓ *Vulnerabilidad a los desastres naturales:* Muchas comunidades son vulnerables a los desastres naturales, como huracanes, terremotos, inundaciones, entre otros. La propia industria del turismo a menudo está influenciada por el entorno externo en comparación con otras industrias y la tendencia es notable, especialmente en las zonas rurales.
- ✓ *Falta de infraestructura de información básica:* En los últimos años debido a la difusión de la tecnología TIC como SNS, la industria del turismo también se enfrenta a una gran necesidad de transformación. A través de estas tecnologías y plataformas se ha vuelto más fácil interactuar directamente con el mercado. Por otro lado, en las comunidades donde es difícil utilizar dicha tecnología (por la falta de infraestructura de información) la participación turística también será limitada.

**Desafíos por parte del gobierno**

- ✓ *Falta de un sistema de apoyo para el nuevo turismo:* A diferencia del desarrollo turístico convencional, no existe un sistema para brindar apoyo en respuesta a los desafíos de las comunidades y las empresas turísticas que se alinee con las nuevas necesidades. La promoción del turismo sostenible involucra diversas regiones y actores por lo que el apoyo es distinto para cada caso, pero no existe un sistema para desarrollarlo efectivamente.

- ✓ *Falta de comprensión de la situación actual en las zonas rurales:* Los ministerios y agencias centrales están desconectados de la situación actual de los territorios desde nivel central, desconociendo las características particulares de cada comunidad y sus necesidades.
- ✓ *Ausencia de mecanismos de coordinación entre las organizaciones pertinentes:* No hay comunicación efectiva, coordinación u organización entre los ministerios y organismos.
- ✓ *Falta de comercialización y promoción de nuevos productos:* Las promociones turísticas están centradas en los resorts de playa y tienen impacto a nivel mundial, pero no se les abre espacios significativos a los productos TCS.

**Desafíos por parte del visitante**

- ✓ *Falta de comprensión del turismo sostenible:* La comprensión del desarrollo sostenible se ha extendido por todo el mundo en los últimos años, pero los visitantes tienen entendimiento limitado sobre el impacto al medio ambiente y las comunidades locales.
- ✓ *Demandas irrazonables a la comunidad:* A veces los visitantes hacen demandas irrazonables a las comunidades, sin consideración de la vida o derecho de sus gentes, porque piensan que se puede hacer todo lo que quieren a cambio de un pago.

Ahora, la visión y estrategia de desarrollo para superar estos desafíos en cuanto al desarrollo turístico liderado por actores locales se presenta en los próximos capítulos.

**Capítulo 3. Visión de desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible 2030**

**3-1. Marco y estructura de la estrategia de desarrollo del TCS**

**Posicionamiento de la Visión de Desarrollo del TCS**

La Visión de Desarrollo del TCS se enfoca en "promover el turismo centrado en la comunidad" como una de las áreas prioritarias en el desarrollo turístico en la República Dominicana al 2030. El impulso del TCS fue promovido en la región Norte, a través del proyecto apoyado por JICA el cual inició en el año 2016. Con estos antecedentes y tomando en consideración las lecciones aprendidas, se han realizado intervenciones no solo desde el Ministerio de Turismo, sino también en varias organizaciones relacionadas hacia la promoción de un "turismo gestionado por la comunidad".

Los objetivos de la Visión TCS 2030 son continuar el posicionamiento de esta estrategia y dar pautas para promover este tipo de turismo en todo el país. Se visualiza la incorporación de la Visión TCS en el Plan Maestro Nacional de Turismo y otras estrategias superiores que se formularán en el futuro. Por ende, es importante ser coherente con las políticas existentes como el PEI y tener en cuenta el papel que desempeña el turismo en la contribución al desarrollo sostenible y los ODS indicados por las Naciones Unidas. Esta Visión de Desarrollo TCS 2030 muestra la posibilidad de equilibrar la industria del turismo y el desarrollo regional en el país.



Figura 10 - Imagen de composición del documento de desarrollo del TCS

**Estructura de la estrategia de desarrollo del TCS**

La Estrategia de Desarrollo del TCS consiste en un "Concepto Básico" para promover TCS, un "Plan Básico" basado en el Concepto Básico, y un "Plan de Implementación" para ejecutar el Plan Básico.

1. El **Concepto Básico** consiste en la visión que se desea lograr a través del desarrollo del TCS al 2030, los ejes estratégicos para realizar esta visión y los principios para implementar esta estrategia.

2. El **Plan Básico** consiste en las medidas que incorporan la estrategia, los antecedentes de estas medidas, la dirección de las actividades para implementar, los indicadores de desempeño que miden el resultado de las medidas y las organizaciones responsables de implementar estas.
3. El **Plan de Implementación** muestra los grupos de actividades para materializar medidas en el corto plazo desglosando los nombres de las actividades, los responsables de implementación, los resúmenes, presupuestos, acciones, indicadores de actividades, entre otros.

Cuadro 2 - Estructura del documento de promoción del TCS y relación entre este documento

Concepto Básico	A largo plazo hasta 2030	Visión, estrategia para realizar la visión, medidas, sistema de implementación, hoja de ruta que encarna la estrategia	Capítulo 3
Plan Básico	A mediano plazo hasta 2025	Medidas, estado actual y problemas, lineamiento, indicadores, principales organizaciones responsables	Capítulo 4 Capítulo 5 (Sistema de Implementación)
Plan de Implementación	A corto plazo hasta 2022	Plan de actividades (nombre de las actividades, responsables, resúmenes, presupuesto, cronograma, indicadores, etc.)	Capítulo 6 (Región Norte) <sup>5</sup>

La estructura del documento presenta el Concepto Básico de desarrollo del TCS que muestra la visión 2030 y lo que es necesario para realizarla. El Plan Básico marca la dirección de las medidas y acciones para aplicar concretamente y debe revisarse aproximadamente dentro de cinco años, en función del progreso, los resultados y las condiciones circundantes. El Plan de Implementación resume el sistema para formar y fortalecer comunidades, regiones y el nivel central para promover TCS, así como las funciones de los actores públicos y privados que la constituyen.

Además, en la Hoja de Ruta se presentan los objetivos a corto, mediano y largo plazo con planes de acción basados en las medidas y sistemas de implementación. Algunos Planes de Aplicación, incluidos los Planes de Acción, se aplican a nivel central y regional, y en el presente documento se aborda únicamente la subregión Norte como modelo regional en el capítulo 6.

Se espera que los planes de implementación en la región sur y este, se desarrollen sobre la base del

<sup>5</sup> El capítulo 6 incluye concepto y un plan básico, que tiene en cuenta la situación y las características en la Región Norte, y muestra un plan de implementación basado en ellos.

Plan de Aplicación en la región norte que se muestra aquí, pero partiendo de la situación actual de cada región.

**3-2 Visión futura del TCS (Visión TCS 2030)**

Con el fin de desarrollar estratégicamente TCS se establece la visión que el país quiere alcanzar en 2030, marcando la dirección en la que las partes interesadas, desde sus respectivas funciones, van a trabajar para cumplir el objetivo.

En 2030, la República Dominicana será un país turístico de clase mundial que ha aumentado su competitividad turística y además del turismo de "sol y playa", residentes locales utilizan recursos locales gestionados con orgullo, para ofrecer productos y servicios turísticos de alta calidad presentando actividades turísticas en forma sustentable atractivas tanto para los visitantes como los residentes locales.

La República Dominicana ha lanzado una política para fomentar TCS a 2030, teniendo en cuenta la tendencia global hacia una sociedad sostenible. Los residentes del país gestionan productos turísticos aprovechando los recursos locales creando un entorno en el que los visitantes pueden ser aceptados desde adentro y desde afuera con orgullo local.

Además, tanto foráneos como dominicanos podrán disfrutar de únicas y variadas experiencias turísticas, eventos e intercambios culturales que visibilizan todas las características de la región y el país. Se apuesta por una gastronomía a base de ingredientes locales y la creación de marcas turísticas que expresan la autenticidad de las regiones a través del sistema de gestión de las áreas turísticas manejadas por las comunidades. Finalmente, a través del uso de la tecnología de la información y la comunicación (TIC) se promueve la comunicación entre visitantes y regiones receptoras.

Ahora, las entidades gubernamentales, principalmente el Ministerio de Turismo y las organizaciones privadas locales, se articulan para promover activamente el TCS, verificando el valor de los recursos locales, atrayendo inversiones a largo plazo y disponiendo de atractivos tanto para los residentes como para los visitantes de manera sostenible. Más allá de las playas paradisíacas, se promueve el país a nivel mundial, como modelo de turismo en la región Caribe que atrae visitantes con una oferta diversificada que involucra las comunidades.

La apuesta de la promoción del TCS no se centra en los beneficios inmediatos y el número de visitantes a corto plazo, sino en el impacto en la calidad del turismo y el desarrollo regional a largo plazo. Se estima que la creación de este tipo de negocios impulse la región bajo un concepto de alto valor, optimice la cadena turística, aumente las oportunidades de empleo y mejore las relaciones entre regiones y nación. Esto dará luz verde al potencial y sostenibilidad del desarrollo turístico en todo el país, elevando el nivel de la región y sirviendo como fuerza motriz para aumentar la competitividad turística en un futuro sostenido.

**Concepto de desarrollo del TCS**

El concepto de promoción del TCS tiene como objetivo proyectar la región con un mensaje consistente y atractivo que refleje los valores y características particulares del país. Bajo este concepto deben estar alineados todos los actores involucrados y cada una de las acciones emprendidas debe responder a él, solo así se puede alcanzar de forma eficiente la visión propuesta. El concepto propuesto es:

*Persigue encanto (excelencia) con los tesoros locales y el orgullo de la región y ofrece experiencias inspiradoras e inolvidables a través de los cinco sentidos.*

Los tesoros de cada tierra y el orgullo de las personas que viven allí son la fuente del TCS. No es el tesoro en sí mismo sino su función dentro de la comunidad lo que marca el encanto de la región, una red de elementos interconectados. El reto es transmitir esta experiencia de forma integral, envolviendo cada uno de los sentidos y diseñando productos exclusivos que solo tienen sentido al vivirse en determinado territorio. Esto no solo aumenta la satisfacción del turista, sino que permite a los locales reconocerse y portar con orgullo su identidad. Así surge el concepto de desarrollo del TCS: crear un círculo virtuoso entre comunidad y visitantes.

**3-3 Principios básicos de desarrollo del TCS**

Los "Principios Básicos" son puntos que deben ser entendidos por los ejecutores y coordinadores de las entidades que promueven TCS, se extraen de la experiencia pasada y las lecciones aprendidas sobre el terreno, estos permiten corregir la visión de las actividades cuando se pierde direccionamiento y son:

1. La comunidad es la protagonista.
2. Se utilizan los recursos locales para mejorar el orgullo, la capacidad local y turística.
3. Se crea un nuevo valor en la región, a través de la colaboración con diversos actores.
4. Continuo proceso "prueba y error" como parte del ciclo PHVA hacia la meta.
5. El turismo como herramienta para el desarrollo sostenible.

**1. La comunidad es la protagonista.**

El motor principal del TCS es la comunidad. Los actores comunitarios que nunca han estado en el escenario delantero del desarrollo turístico toman el protagonismo para recibir a los visitantes, vender artesanías populares, productos locales y ofrecer experiencias basadas en su cotidianidad. Aquellos que apoyan y coordinan tales actividades del TCS siempre deben ser conscientes de la apropiación local, alentar y respetar su toma de decisiones.

Como resultado se creará un sistema que produzca ganancias apropiadas para el lado local y al mismo tiempo, conduzca a la sensibilización sobre el cumplimiento de las responsabilidades llevando al empoderamiento regional. Es tan importante aumentar la satisfacción de los negocios y los residentes

locales como brindar experiencias de calidad a los visitantes.

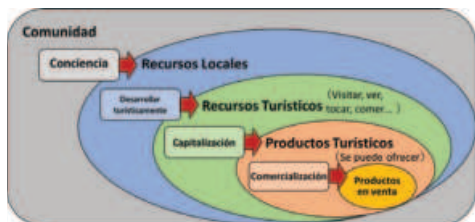


Figura 11 - Imagen del proceso de desarrollo de productos turísticos liderado por la comunidad

**2. Se utilizan los recursos locales para mejorar el orgullo, la capacidad local y la capacidad turística.**

El principal motor impulsor detrás del desarrollo del TCS es el uso de recursos locales potenciales en la región y recursos turísticos que no se han utilizado antes. La comunidad, que está más cerca de los recursos locales, redescubre su valor y los utiliza para crear productos turísticos que ofertan con orgullo.

Las ventas reales y aceptación de visitas permiten intercambios con los turistas y retroalimentación adecuada. La oferta cobra sentido porque el recurso está arraigado en los locales y hay una conexión fidedigna, además, cooperar dentro de la región permite conectar experiencias diversas y aumentar el valor de la región. Por ende, si el turismo aumenta su valor, se eleva el orgullo y la identidad de la región.



Figura 12 - Motor principal del TCS con el ciclo

**3. Se crea un nuevo valor en la región a través de la colaboración de diversos actores.**

En la promoción del TCS es importante no solo el sitio donde se encuentran las actividades (referido como "punto") sino que también toda la comunidad en conjunto (referido como "líneas"), ambos desarrollan el sistema de aceptación.

Al involucrar a varios actores en el área circundante, relacionados con las industrias locales, los actores de desarrollo regional involucrados en la promoción del TCS y la cooperación de los gobiernos locales; será posible proporcionar nuevas experiencias con iniciativas que mejoren la singularidad entre los "puntos" y "líneas" y los cuales posteriormente puedan potencialmente conectar entre "punto" a "punto" dando como resultado una experiencia más global (referido como "planos") y creando destinos comunitarios. Tanto a nivel comunitario, regional y central es importante la participación de diversos actores para mejorar el potencial del desarrollo del TCS y responder a los cambios del mercado.



Figura 13 - Imagen del desarrollo de la atracción turística de "puntos" a "líneas", y "líneas" a "planos"

**4. Continuo proceso "prueba y error" como parte del ciclo PHVA hacia la meta.**

El desarrollo del TCS se realiza al tiempo que las comunidades realizan actividades cotidianas acumulativas (forwardcasting) en función de las circunstancias y la resolución de problemas de la región, lo que impide la autonomía de la comunidad y su planeación para proyectarse en el futuro. Es por esto que se promueve el enfoque "backcasting" (retrospectiva del futuro) para desarrollar las medidas de apoyo necesarias para lograr equilibrar la cotidianidad con acciones para lograr su objetivo de largo plazo. Se priorizan las acciones particulares y se apoya el mejoramiento en un proceso de prueba y error, aplicando conscientemente el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) para la planificación, implementación, monitoreo, evaluación y mejor de las actividades.

Las acciones se rotarán a nivel comunitario en un corto periodo de tiempo y el nivel central lo revisará de manera oportuna, mientras se elabora un plan anual para realizar una asignación adecuada de recursos y trabajar con constancia para alcanzar la visión.

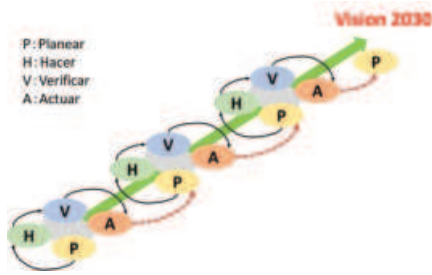


Figura 14 - Imagen de la aspiración a la visión a través del ciclo de PCDA

**5. El turismo como herramienta para el desarrollo sostenible.**

Como se ha mencionado anteriormente, se espera que TCS contribuya al desarrollo de una sociedad sostenible a través del turismo. El objetivo es desarrollar asociaciones entre los actores relevantes y contribuir a la estabilidad regional al tiempo que se considera plenamente el impacto en la economía, el medio ambiente, la cultura y la sociedad y su equilibrio.

Es importante establecer un sistema de implementación que incorpore perspectivas de mediano a largo plazo de acuerdo con las circunstancias de cada región. Monitoreo y visualización de resultados que demuestren que las iniciativas del TCS en la región ayudarán al desarrollo sostenible en la región y que los pequeños esfuerzos de la comunidad contribuirán en última instancia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Para el país, que está liderando el desarrollo turístico en el Caribe y América Latina, es extremadamente importante abogar por la contribución a los ODS promoviendo las actividades turísticas como política y mostrarlas en ejemplos concretos de la región.

Para que estos se tengan impacto nacional es necesario desarrollar el sistema de promoción del TCS en el nivel central y en el nivel regional, fomentar alianzas entre los actores y contar con el número de políticas de apoyo del TCS. Basados en la situación de cada región, el nivel central llevará a cabo un desarrollo horizontal.

A medida que se promuevan tales esfuerzos, la diversificación del turismo progresará a través de la promoción del TCS, las ganancias de los residentes locales del turismo aumentarán, el turismo logrará el empoderamiento regional y la República Dominicana se convertirá en un "país turístico de clase mundial con una mayor competitividad turística".

Seguidamente, se muestra el estado previsto para el 2030 de cada nivel, junto con los indicadores de rendimiento propuestos. Este indicador de actividad también se logra mediante la aplicación de seis estrategias.

**Indicadores propuestos a nivel de producto turístico de la comunidad**

Se estima que "el negocio de turismo comunitario que utiliza recursos locales se despliega ampliamente en todo el país en el contexto de varios casos concretos desarrollados en la región norte, con la difusión de la comprensión de la comunidad del TCS".

- Los indicadores provisionales para esta condición incluyen:
- Más de 100 productos TCS certificados en todo el país.
  - Más de 100 productos TCS con alto potencial.
  - Productos TCS certificados en las 31 provincias.
  - 3,000 beneficiarios directos relacionados con el negocio TCS.
  - Montos de ventas anuales relacionados con el negocio TCS de 750 millones pesos dominicanos.

Estos datos están disponibles para monitorear negocios individuales del TCS.

**Indicadores a nivel de gestión regional turística en los municipios y las regiones**

Se espera que, "el sistema de gestión regional de turismo compuesto por varias partes de los sectores público y privado local, han formado y operan rutas temáticas y destinos comunitarios a nivel nacional y en cada región; las partes interesadas en la cadena de valor del TCS diferencian la región con un conocimiento de las marcas regionales y los productos turísticos característicos de la región se enriquecen. A medida que los visitantes obtienen una alta satisfacción, su tiempo dedicado y el gasto turístico aumentan cada año".

- Los indicadores tentativos para esta situación incluyen:
- Rutas temáticas y destinos comunitarios con más de 30 grupos territoriales para gestión regional de turismo y certificados.
  - Marcas regionales y sus sistemas operativos formados por región o subregión.



Figura 15 - Cinco componentes del desarrollo sostenible (del sitio web de las Naciones Unidas)

**3-4 Estrategias para lograr la Visión TCS**

**Consideración de los indicadores de la Visión de Desarrollo del TCS 2030**

Con el fin de obtener una imagen más concreta del estado de logro en 2030, se considera establecer indicadores provisionales, expuestos a continuación:

- En relación con la visión de "productos y servicios turísticos de alta calidad que utilizan recursos locales operados con el orgullo de los residentes locales", los ejemplos incluyen: mejorar la comprensión del turismo por parte de los residentes locales, incrementar el orgullo en las comunidades locales, aumentar el negocio de la comunidad turística y expandir el número de productos y servicios turísticos de alta calidad. Están relacionados principalmente con actividades promovidas a nivel comunitario y a nivel de producto individual.
- Los relacionados con el "turismo regional sostenible atractivo tanto para residentes locales como para visitantes" incluyen un aumento en los sistemas de gestión del turismo de base regional, un incremento en las marcas regionales del turismo, un aumento en la difusión de los diversos productos y áreas turísticas, y expansión en el número de recursos humanos responsables del desarrollo del turismo sostenible. Se trata de actividades que se abordan principalmente a nivel regional.

- Más de 150 organizaciones relacionadas con la cadena de valor del TCS.
- Un aumento interanual en las tasas de repetición de visitantes.
- Número medio de visitas estancia año tras año.
- Gasto medio en visitantes y su aumento interanual.

Estos datos se obtienen a través de datos de monitoreo del MITUR y encuestas periódicas a los visitantes.

**Indicadores a nivel de política central**

En este nivel se espera que la promoción del TCS se posicione en la política nacional tanto en términos de promoción turística como de promoción regional. Alianzas entre las entidades fortalecidas, organización del comité de coordinación de fomento del TCS basado en cooperación público-privada, que se organiza principalmente por el MITUR. Elaboración de medidas para promover las TCS en asociación con las estrategias de turismo y de desarrollo regional; la gobernanza funciona apropiadamente y el TCS está ampliamente difundido por todo el país. Se supervisan los resultados de estas medidas y los efectos de la promoción TCS se anuncian periódicamente y se reflejan en mejoras de las políticas. Tales esfuerzos para promover el TCS se introducen tanto a nivel nacional como internacional como "Buenas Prácticas" que contribuyen a los ODS, y se muestra el impacto de este a la Estrategia Nacional de Desarrollo (END)".

- Los indicadores tentativos para esta situación incluyen:
- Número de acciones ajustadas mediante el fortalecimiento de alianza de la plataforma de coordinación (el número de políticas y programas / proyectos de apoyo).
  - Grado de reflexión del TCS en las políticas y estrategias.
  - Conciencia de los TCS en todo el país.
  - Profundización de las estrategias del TCS.
  - Número de Buenas Prácticas introducidas como contribuciones a los ODS.
  - Grado de contribución de las iniciativas del TCS a los ODS.

Estos datos se obtendrán a través del seguimiento periódico del MITUR.

**Ejes estratégicos**

Se presentan seis ejes estratégicos para lograr la Visión 2030 del TCS, priorizando áreas para dar respuestas y actividades para implementar las medidas.

- Estrategia 1: Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecimiento de los negocios turísticos utilizando los recursos locales.
- Estrategia 2: Desarrollar las marcas territoriales para aumentar el valor de las comunidades locales.
- Estrategia 3: Fortalecer las promociones que utilizan TIC para mejorar el posicionamiento del TCS.
- Estrategia 4: Fortalecer el desarrollo de los recursos humanos para promover el TCS en varios

niveles.

5. Estrategia 5: Mejorar el mecanismo de apoyo y fortalecer la gobernanza.
6. Estrategia 6: Crear un ambiente seguro y mejorar la resiliencia del turismo.

**Estrategia 1: Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecer el negocio turístico mediante la utilización de recursos locales.**

Apoya el desarrollo de productos turísticos en las comunidades utilizando recursos locales distribuidos por todo el país. Es necesario promover la gestión sostenible de estos por parte de grupos comunitarios afines a las características de cada recurso clasificado como naturales, culturales, históricos e industriales. La meta es apoyar a un número significativo de negocios turísticos gestionado por comunidades con diversos enfoques, para contribuir a la diversificación del turismo.

**La Estrategia 2: Desarrollar las marcas territoriales para mejorar el valor regional.**

Apoya los esfuerzos para mejorar el valor de las regiones en su conjunto, mediante la incorporación de negocios turísticos individuales y características locales con el objetivo de crear marcas territoriales distintivas. Al establecer un sistema de gestión del turismo regional por parte de diversos actores será posible ampliar las ganancias a regiones que son difíciles para posicionar ofertas individuales; mejorar el acceso a los mercados; implementar estrategias de promoción; mejorar las cadenas de valor territorial y crear experiencias únicas de la región. A través de estas iniciativas se elevará el potencial de la región y se crearán más oportunidades.

**La Estrategia 3: Fortalecer las promociones para mejorar el posicionamiento del TCS.**

Además de promover el turismo de playa a través de recursos sencillos de 3S (*Sea, Sand and Sun*), que son los pilares del turismo tradicional, el TCS gradualmente será reconocido en los mercados nacionales e internacionales y se promoverá de manera efectiva. Es necesario para ello fortalecer la cooperación con las Oficinas de Promoción Turísticas (OPT) establecidas por el MITUR de todo el mundo y fortalecer las promociones que utilizan activamente las TIC.

**La Estrategia 4: Fortalecer el desarrollo de los recursos humanos encargados de promover TCS en diversos niveles.**

Es necesario formar diversos recursos humanos desde el nivel comunitario hasta el nivel regional y central, fortaleciéndolos en habilidades prácticas para que puedan desempeñar los roles necesarios. Al utilizar el sistema de la capacitación existente de INFOTEP se hace necesario lanzar nuevas capacitaciones en áreas pertinentes que corresponden a las necesidades, contemplando tanto a técnicos de negocios del TCS como a líderes regionales. Si el sistema permite la capacitación en desarrollo de recursos humanos, será posible garantizar continuidad en el fortalecimiento en la región y expansión a otras regiones.

**La Estrategia 5: Mecanismo de apoyo y fortalecer la gobernanza.**

Es de vital importancia institucionalizar el apoyo a TCS a nivel comunitario y regional creando un entorno en el que se puedan fortalecer y ampliar continuamente. También es importante fortalecer las asociaciones con las organizaciones pertinentes y mejorar la gobernanza del sistema de aplicación del desarrollo del TCS. Los sistemas de registro y certificación no funcionarán a menos que exista una gobernanza para operar y mantener el sistema.

**La Estrategia 6: Crear un ambiente seguro y mejorar la resiliencia del turismo.**

Debido al impacto de la pandemia por COVID-19 se requiere promover un turismo más seguro en toda la cadena y para el TCS armonizar dichas medidas con la comunidad anfitriona. Además, superar no solo la propagación de enfermedades infecciosas, sino también otros desastres y vulnerabilidades que puedan afectar a la comunidad. Hay que promover el turismo regional y mejorar la resiliencia en las zonas de desarrollo del TCS.

En el siguiente capítulo, presentaremos las medidas propuestas a partir de estas seis estrategias, que son el centro del Plan Básico para promover TCS.

**3-5 Ruta para lograr la Visión TCS 2030**

Esta Visión a 2030 prevé un escenario en el que el Proyecto TCS implementado en la región Norte se desplegará en todo el país utilizando como modelo la base del sistema de implementación establecido allí. La una ruta tiene como objetivo expandirse a nivel nacional en etapas. Se espera que la finalización de la ejecución del plan a corto plazo sea a finales de febrero de 2022, a finales de 2025 al plan a mediano plazo y a finales de 2030 el plan a largo plazo, todo de forma eficiente. El propósito de la ruta es comprender los puntos específicos en el escenario general para lograr la Visión en el tiempo estipulado.



Figura 16 - Imagen de la hoja de ruta para la visión de promoción del TCS

**Objetivos a corto plazo: Fortalecer habilidades y desarrollar aptitudes (2021 a 2022)**

El objetivo a corto plazo para 2022 es "fortalecer las regiones y sus productos sólidos y con potencial turístico, destacando los logros del TCS para construir un sistema de apoyo a través de asociaciones público-privadas".

La condición general que se espera alcanzar a finales de 2022 es:

TCS se ha incorporado a las estrategias de desarrollo y turismo de la República Dominicana en el estado y la región y se ha formado un mecanismo para promoverlo que es modelo de expansión nacional, en la región norte.

Las Buenas Prácticas de los negocios del TCS, que en realidad utilizan programas, y las metodologías de apoyo para difundir TCS, se utilizan en los territorios para crear empleo y contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades y tener impacto nacional.

Los hitos en relación con las seis estrategias, en los objetivos a corto plazo hasta finales de 2022, se pueden definir como:

- o Estrategia 1: "Fortalecimiento del desarrollo y mejora de productos individuales con alto potencial del TCS"
- o Estrategia 2: "Fortalecimiento de la estrategia de los grupos territoriales con un enfoque modelo,

y establecimiento de una base para la gestión regional de la marca"

- o Estrategia 3: "En las actividades de promoción turística existentes, fortalecimiento del posicionamiento de las TCS"
- o Estrategia 4: "Puesta en marcha de un programa de desarrollo de recursos humanos básicos para promover las TCS"
- o Estrategia 5: "Establecimiento de un departamento especializado para el desarrollo del TCS y la instalación de plataformas con mesa de coordinación interinstitucional"
- o Estrategia 6: "Mejora de un ambiente que acepte visitantes de forma segura, incluidas las contramedidas contra las enfermedades infecciosas"

Con el objetivo a corto plazo, se continuarán con los esfuerzos en la región norte aprovechando los puntos fuertes de las actividades realizadas por el Proyecto TCS hasta el momento y se dividen las bases para la diversificación y expansión que es el objetivo provisional.

**Objetivos a medio plazo: diversificación y expansión (2023-2025)**

El objetivo a mediano plazo para 2025 es "expandir la diversificación de los productos turísticos y las iniciativas de marcas territoriales a nivel nacional, mientras se utilizan casos avanzados de promoción del TCS".

La condición general que se espera que se logre a finales de 2025 es:

TCS es ampliamente reconocido tanto dentro como fuera del país como turismo alternativo de la República Dominicana alineado con el turismo de playa. Varios productos del TCS y destinos comunitarios en todo el país se ofertan a través de la promoción del país.

Los hitos en relación con las seis estrategias, en los objetivos a mediano plazo hasta finales de 2022, se pueden definir como:

- o Estrategia 1: "Diversificación de los productos del TCS, fortalecimiento y expansión del modelo de negocio del TCS" y "Expansión del modelo de negocio del TCS".
- o Estrategia 2: "Fortalecimiento del modelo de formación de grupos territoriales y establecimiento de rutas temáticas con destinos comunitarios" y "Fortalecimiento de la estructura de gestión y difusión de marcas regionales de área amplia y expansión a otras regiones"
- o Estrategia 3: "A través de canales de promoción nacionales e internacionales, establecimiento de la difusión del TCS"
- o Estrategia 4: "Despliegue nacional del programa de desarrollo de recursos humanos del TCS y formación de una red entre líderes"



- o Estrategia 5: "Creación de una mesa de coordinación interinstitucional para el programa de promoción del TCS y manejo de buenas prácticas a nivel internacional"
- o Estrategia 6: "Enfoque modelo del sistema de gestión de riesgo en turismo y el establecimiento de herramientas de apoyo".

De esta manera, el objetivo a mediano plazo será expandirse a la región sur y la región central enfocada en Santo Domingo mediante el uso de experiencias, lecciones aprendidas y metodologías de la región Norte. Además, se desarrollarán esfuerzos encaminados a una mayor diversificación en la región Norte.



Figura 17 - Imagen del despliegue nacional de desarrollo del TCS

**Objetivos a largo plazo: Institucionalización/establecimiento (2026 a 2030)**

Para el 2030 el objetivo a largo plazo es "se ha extraído un modelo más autónomo y establecido la promoción del TCS como sistema con expansión a nivel nacional".

La condición general que se espera que se haya alcanzado a finales de 2030 es la Visión de Desarrollo del TCS mencionada anteriormente.

Como un país turístico de clase mundial con una mayor competitividad turística, además del turismo de "playa y sol", los productos y servicios turísticos de alta calidad operados con orgullo por los residentes locales se proporcionan ampliamente y el turismo regional sostenible que es atractivo tanto para los residentes locales como para los visitantes, se está extendiendo por todo el país.

Añadiendo una imagen concreta que se pueda alcanzar con el tiempo ejecutando las seis estrategias, la promoción de TCS ha ampliado los beneficios de las comunidades como:

- o El incremento de los ingresos
- o La creación de empleos
- o Se han difundido modelos de sistemas de gestión regional de turismo más autónomos
- o Se formalizaron casos que contribuyen al empoderamiento regional y los ODS.
- o Las marcas territoriales se forman desde la región norte hasta la región sur y la región este; y se extienden por todo el país junto con la marca TCS.
- o Se ha establecido un sistema de apoyo central y local armonioso para continuar y fortalecer esas actividades. T
- o CS también tiene una alta resiliencia, y se ha establecido un sistema para aceptar visitantes de forma segura.

Cuadro 3 - Condiciones esperadas e Indicadores de Visión de Desarrollo del TCS 2030

Sistema de implementación	Condiciones esperadas (2030)	Indicadores de rendimiento (provisionales)	Valor objetivo	¿Cómo conseguirlo?	Eje Estratégico
Nivel de producto de turismo comunitario	El negocio de turismo comunitario que utiliza recursos locales está ampliamente desarrollado en todo el país en el contexto de la comprensión de los TCS de la comunidad y varios ejemplos concretos desarrollados en la región norte.	Número de negocios registrados del TCS en todo el país	Más de 100	Se obtienen los datos mediante monitoreo individual de negocios TCS	EJE 1 EJE 4
		Número de productos TCS desarrollados y vendidos	Más de 100		
Creación de negocios de turismo comunitario y diversificación de productos turísticos.		% de provincias de los negocios registrados	100% (31/31)		
		Número de beneficiarios de las actividades del TCS	3,000		
		Monto anual de ventas relacionadas con el negocio del TCS.	750 millones de pesos		
Niveles de Operaciones Regionales de Turismo Municipal y Regional	El sistema de gestión del área de turismo que consiste en asociaciones público-privadas a nivel local ha formado y operado rutas temáticas y destinos comunitarios.	Número de sistemas de gestión local turística que se registran y promueven como rutas temáticas y destinos comunitarios.	Más de 30	Se obtienen los datos mediante el seguimiento periódico de la promoción de los TCS del Ministerio de Turismo	EJE 2 EJE 3 EJE 4
Construir un sistema centrado en la comunidad consciente de DMO y expandir las actividades turísticas en toda la región	A nivel regional, las partes interesadas de la cadena de valor del TCS se diferencian con una conciencia de las marcas regionales y los productos turísticos	Número de marcas regionales a nivel regional	Más de 150 organizaciones locales que participan en el sistema de gestión		
		Número de participantes en la cadena de valor del TCS involucrados en marcas regionales	3 o más		
			90 o más		

	distintivos de la región son sustanciales.	Número de productos relacionados con marcas regionales	Más de 100		
	La alta satisfacción de los visitantes aumenta el tiempo dedicado y el gasto turístico cada año.	Aumento del porcentaje de visitantes repetidores. Duración media de la estancia de los visitantes. Gasto medio en visitantes.	Incremento interanual Incremento interanual Incremento interanual	Se obtienen los datos mediante cuestionario turístico	
Nivel central de políticas Es la realización del apoyo sostenible mediante la normalización de las TCS y el fortalecimiento de la cooperación.	La promoción del TCS está posicionada en la política nacional y las medidas son implementadas por el Comité de Coordinación del TCS, que está compuesto por organizaciones relacionadas, principalmente el Ministerio de Turismo.	Acuerdo sobre la formación del Comité de Coordinación de La Promoción de los TCS (Plataforma) Logros del Comité de Coordinación del TCS Número de medidas relacionadas con TCS Descripción de las TCS dentro de las políticas nacionales de desarrollo	Texto acordado Se celebra dos veces al año Con descripción	Se obtienen los datos mediante el seguimiento periódico de la promoción de los TCS del Ministerio de Turismo	EJE 5
	Se ha establecido un sistema para supervisar los resultados de estas medidas y se anuncian periódicamente los efectos de la promoción de los TCS.	Informe de seguimiento del Comité de Promoción del TCS por el Ministerio de Turismo Monitoreo de encuestas que se realizan, agregan, analizan y presentan regularmente Conciencia en TCS Conocimiento de la estrategia del TCS	Al menos dos veces al año Al menos una vez al año Incremento interanual Incremento interanual	Se obtienen los datos mediante el seguimiento periódico de la promoción de los TCS del Ministerio de Turismo	
	Se ha demostrado que los esfuerzos para promover la TCS contribuyen a la END y los ODS de la RD y se introducen tanto a nivel nacional como internacional como buenas prácticas	Contribución a la Estrategia Nacional de Desarrollo (END) de la Promoción de las TCS Número de casos introducidos como Buenas Prácticas dentro y fuera del país Contribución de las iniciativas de promoción de las TCS a los ODS	Con contribución 5 o más Con contribución		

**Capítulo 4. Plan básico para la promoción del TCS**

El Plan Básico es un plan de mediano plazo con un objetivo de 3 a 5 años como punto de paso para lograr la visión y sobre la base de la estrategia esbozada en el Plan Básico se proponen concretamente actividades para promover las TCS como medidas.

Se han establecido seis estrategias con el objetivo de lograr la visión de promover el TCS. La estrategia es una guía para la formación de medidas y actividades específicas:

- Estrategia 1: Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecimiento de los negocios turísticos utilizando los recursos locales.
- Estrategia 2: Desarrollar las marcas territoriales para aumentar el valor de las comunidades locales.
- Estrategia 3: Fortalecimiento de la promoción para mejorar el posicionamiento del TCS en mercados estratégicos aprovechando las ventajas de las TIC.
- Estrategia 4: Fortalecer el desarrollo de los recursos humanos para promover TCS en varios niveles.
- Estrategia 5: Mejorar el mecanismo de apoyo y fortalecer la gobernanza.
- Estrategia 6: Crear un ambiente seguro y mejorar la resiliencia del turismo.



Figura 18 - Estrategias del Plan Básico de Promoción del TCS

**Medidas, direcciones e indicadores**

Este capítulo proporciona una respuesta a la situación actual y los desafíos asociados con cada uno de los seis ejes estratégicos y resume la dirección de la estrategia con sus respectivos indicadores de resultados.

Aunque el Plan Básico es un plan objetivo a mediano plazo, con un año objetivo de 2025, es importante garantizar la continuidad de las actividades en congruencia con el Plan de Actividades objetivo a corto plazo y con el Concepto Básico del objetivo a largo plazo.

A continuación, se enlistan las 27 medidas propuestas enmarcadas en las seis estrategias de la visión.

**4-1 Estrategia 1: Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecer el negocio turístico utilizando los recursos locales**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Los recursos naturales, la cultura y los recursos industriales (recursos locales) dispersos en áreas locales tienen el potencial de diversificar el turismo. La base del desarrollo del TCS es "una unidad productiva de turismo comunitario (UP)" y promueve un negocio turístico aprovechando recursos locales por la comunidad en su entorno.

En la realidad, el número de las UP es bajo y los casos exitosos limitados. Por lo tanto, es necesario aumentar el número apostando por diversidad y teniendo presente cuál es el grado de desarrollo y las características de la región.

**Dirección Estratégica**

Impulso al negocio turístico del TCS a través de una ventanilla de apoyo, descubrimiento de potencial, mejora de productos turísticos utilizando recursos locales naturales, culturales e industriales, modelo, metodología, aplicación y expansión del apoyo.

Cuadro 4 - Indicadores de desempeño de la estrategia 1

Indicadores de Desempeño	2021	2022	2025	2030
Número de negocios del TCS registrados	20	30	50	100
Número de productos turísticos del TCS desarrollados y vendidos por la comunidad	20	30	50	100
Número de beneficios comerciales del TCS	600	900	1500	3.000
Visitantes anuales a los negocios TCS	20,000	100,000	500,000	Millión
Ventas Anuales de Negocios TCS (pesos)	8 millones	40 millones	200 millones	400 millones
TCS registrados en las 31 provincias	10/31	14/31	23/31	31/31

mejorar? y ¿qué conocimientos base tiene la comunidad? Esto permite aclarar el proceso, establecer y fortalecer la ventana de apoyo para que se pueda optimizar el soporte.

Se establecerá un sistema que pueda captar el potencial del negocio del TCS, proporcionar asesoramiento básico y hacer seguimiento de las actividades de soporte. Para ello se utilizará el "Manual de apoyo al desarrollo y promoción de productos turísticos" que resume los métodos y procesos. Además, se proporcionará soporte adaptado a la etapa empresarial del TCS, al hacerlo así es posible proporcionar información como la cooperación con del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MIMARENA) Medio Ambiente el MICH y el Ministerio de Cultura; y en el desarrollo de recursos humanos, es posible proporcionar información como la capacitación del INFOTEP y conducir al apoyo.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Establecimiento de una ventanilla de apoyo para las actividades del TCS y aclaración de funciones.
2. Organizar menús y procedimientos de soporte empresarial del TCS (incluida la información y los contactos).
3. Difusión de información sobre el apoyo a las empresas del TCS.
4. Fortalecimiento de la capacidad de las operaciones comerciales del TCS.
5. Seguimiento del TCS "Business Support"

Cuadro 6 - Indicadores de la actividad 1-2

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Información de contacto (subregión de la región)	3	4	6	10
Estado de uso de la ventana	80% o más	80% o más	80% o más	80% o más
Número de negocios turísticos potenciales	90	120	180	300
Número de empresas de apoyo	20	40	60	100
Seguimiento de los visitantes anuales y de los importes de las ventas anuales (número de empresas supervisadas)	16	32	48	80

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (Oficinas Regionales / Viceministerio de gestión de destinos turísticos)

**Medidas 1-3 Mejorar el contenido de la experiencia de naturaleza utilizando las áreas protegidas y sus alrededores.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

El ecoturismo tiene un alto potencial en las áreas protegidas por sus recursos naturales, desde las

**Medidas de Estrategia 1**

- Medida 1-1: Apoyar el descubrimiento de recursos locales con alto potencial.
- Medida 1-2: Sistematizar y optimizar el apoyo a los negocios turísticos del TCS.
- Medidas 1-3: Mejorar el contenido de la experiencia de naturaleza utilizando áreas protegidas y recursos naturales.
- Medidas 1-4: Crear contenidos turísticos relacionados con los productos locales.
- Medidas 1-5: Promover el uso turístico de las actividades culturales locales.

**Medida 1-1: Apoyar el descubrimiento de recursos locales con alto potencial.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Algunos de los recursos locales dispersos por toda la región tienen un alto potencial para ser utilizados para el turismo, sin embargo, no se ofrecen o se desaprovecha su potencial. Es necesario por tanto que los grupos locales, principales agentes, los capitalicen no solo como atractivo turístico sino para reconocer su valor e identidad. La primera fase es identificar aquellos con potencial y los grupos e individuos protagónicos para crear un entorno que aumente el potencial estos negocios.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Descubrimiento y listado de recursos locales de alto potencial.
2. Identificación de grupos e individuos que son los principales actores en el negocio turístico.
3. Actividades de sensibilización relacionadas con el uso del turismo de los recursos locales.
4. Mejora del entorno de promoción para la utilización turística de los recursos locales.

Cuadro 5 - Indicadores de actividad de la medida 1-1

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Lista de recursos locales identificados y evaluados (provincias)	10	14	23	31
Número de unidades productivas turísticas con potencial	90	120	180	300
Número de actividades de sensibilización	20	40	60	100

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (Oficinas Regionales / Viceministerio de gestión de destinos turísticos)

**Medidas 1-2: Sistematizar y optimizar el apoyo a los negocios turísticos del TCS.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Los grupos de producción turística que utilizan los recursos locales para llevar a cabo las actividades turísticas están aislados, al trabajar en TCS, se deben abordar variables como ¿dónde empezar?, ¿qué

montañas más altas del Caribe hasta diversos recursos marinos, pasando por una serie de zonas en las que se puede promover TCS con un uso apropiado.

En total, existen 128 áreas protegidas en todo el país las cuales son administradas por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MIMARENA) y son utilizadas por aproximadamente 1.5 millones de visitantes nacionales y extranjeros anualmente. Sin embargo, se necesita claridad en cuanto a las restricciones y reglas adecuadas para cada entorno natural (admisión y uso); una operación adecuada que beneficie tanto a los locales como a los visitantes y el desarrollo de contenido experiencial utilizando los recursos naturales. En el futuro se propone que estas áreas sean marcadas por una mejora en infraestructura turística y el desarrollo de un sistema de guías.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Desarrollo de un sistema de implementación turística para áreas protegidas.
2. Creación y mejora de contenidos de experiencia en áreas protegidas.
3. Desarrollo de infraestructura turística en áreas protegidas.
4. Mejorar la gestión del turismo en las áreas protegidas.

Cuadro 7 - Indicadores de actividad de la medida 1-3

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de áreas protegidas con un sistema de aceptación de turistas				
Número de grupos con un sistema de gestión de sitios y productos turísticos y un plan de actividades	10	15	25	40
Número de productos en las áreas protegidas				
Número de visitantes a las áreas protegidas por año	1509533	170000	200000	250000
Número de guías de áreas protegidas				

**Responsable principal**

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Viceministerio de Áreas Protegidas)

**Medidas 1-4 Crear contenidos turísticos relacionados con los productos locales.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

El área tiene una variedad de productos locales pequeños y medianos que utilizan recursos locales, pero los vinculados al turismo son limitados. Estos están estrechamente relacionados con la vida cotidiana y la cultura y el uso en estas áreas turísticas tiene un alto potencial para producir diversos productos atractivos al turista.

A través del turismo con productos locales, además de diversificar la oferta se obtiene una mayor visibilidad y promoción de las industrias locales, creando sinergias. Las pequeñas y medianas empresas; los sindicatos y los grupos comunitarios; promoverán activamente el TCS. Se consideran apoyos: la creación de nuevos productos a través de iniciativas de innovación; mejoras que pueden ser compradas por turistas; provisión de tours de experiencia utilizando las industrias; desarrollo de infraestructura simple para ese propósito; mejora de la gestión como negocio turístico y mejora de la artesanía popular que incorpora el regionalismo.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Identificar las empresas locales que utilizan productos locales para el turismo.
2. Creación y mejora de productos utilizando productos locales para el turismo.
3. Desarrollo de infraestructura turística para promover el uso de productos locales para el turismo.
4. Mejora de la gestión turística utilizando productos locales.

Cuadro 8 - Indicadores de actividad de la medida 1-4

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de grupos que ofrecen productos turísticos utilizando industrias locales	5	15	20	35
Nuevos productos turísticos relacionados con la Industria Local	10	30	40	70
Crecimiento anual de número de visitantes a los sitios turísticos de la industria local / año	-	10%	12%	15%
Crecimiento anual de ventas de industrias locales en sitios turísticos	-	10%	10%	10%

**Responsable principal**

Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (Viceministerio de apoyo a las Mipymes)

**Medidas 1-5: Promover el uso turístico de las actividades culturales locales.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Los eventos y festivales culturales tienen un alto potencial para desarrollar turismo local. Así como la música estrechamente relacionada con la vida y cultura dominicana (como el merengue y la bachata), que se han convertido en "Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad" se espera que los residentes utilicen estos recursos para comercializar experiencias. A medida que los visitantes experimenten y consuman la cultura se estima que los beneficios se redistribuyan a los responsables de la preservación de estos elementos tradicionales.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Identificar grupos responsables del turismo utilizando recursos culturales.
2. Creación y mejora de contenidos de experiencia utilizando recursos culturales.
3. Desarrollo de infraestructura turística para promover el turismo relacionado con los recursos culturales.
4. Mejora de la gestión del turismo mediante la utilización adecuada de los recursos culturales.

Cuadro 9 - Indicadores de actividad de la medida 1-5

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de grupos que aceptan turistas	5	10	15	25
Número de nuevos productos turísticos relacionados con el turismo cultural	5	10	15	25
Crecimiento anual de número de visitantes a sitios de turismo cultural / año	-	5%	6%	7%
Crecimiento anual de ventas en sitios de turismo cultural	-	5%	6%	7%

**Responsable principal**

Ministerio de Cultura (Oficina del Patrimonio Cultural)

**4-2 Estrategia 2: Promover la marca regional para mejorar el valor de las "regiones"**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Los productos individuales del TCS dispersos por toda la región por sí solos tienen límites para atraer turistas significativos y el número de beneficiarios es pequeño. Es vital involucrar a los diversos actores y atractivos para transmitir el encanto de la región y aumentar tanto el gasto como los días de estadía. Actualmente, las atracciones turísticas centradas en los balnearios y la ciudad tienen clústeres turísticos y comités de desarrollo, pero hay pocos lugares que están promoviendo la marca regional con una visión, especialmente en áreas de bajo desarrollo turístico.

Incluso en regiones que no tienen playas, es posible mejorar el valor turístico y la singularidad de la región mediante el fortalecimiento de la cadena de valor, utilizando características y formando rutas temáticas para transmitir su concepto tanto dentro como fuera del país. No solo se trata de descubrir y crear "puntos" atractivos como un negocio turístico del TCS el objetivo es crear una marca regional a través de iniciativas en la "superficie" incluidas las "líneas" que los conectan y promover la creación de valor de toda la región y la diferenciación de otras regiones. Así aumenta el tiempo de estadía, las ventas de productos, los recuerdos regionales y en el futuro se puede construir un sistema de gestión de destinos turísticos por parte de los actores locales.

En la creación del marketing territorial (*branding*) para áreas de bajo desarrollo turístico, se debe

trabajar la marca en dos frentes:

1. A nivel comunitario promoviendo la colaboración cara a cara entre los actores relacionados (enfoque bottom-up como soporte de la marca local)
2. Enfocado a la promoción externa del territorio, enlazando los esfuerzos para alcanzar la diferenciación del destino.

El desarrollo de ambos frentes debe ser simultáneo, como base para los sistemas de gestión regional del turismo, pues permite una construcción de abajo hacia arriba para fortalecer la identidad local y el soporte de arriba hacia abajo para ampliar el alcance de la promoción externa, así se optimiza la limitada capacidad financiera local y de las organizaciones autogestionadas.

**Dirección de la Estrategia**

El desarrollo principal de marcas locales a nivel comunitario, el desarrollo de rutas locales bajo la marca local comunitaria, la formación de marcas regionales de área amplia que utilizan la periferia y bajo la marca regional de área amplia. Productos dirigidos por el sector privado (tours turísticos y productos temáticos locales).

Cuadro 10 - Indicadores de desempeño de la estrategia 2

Métricas de rendimiento	2021	2022	2025	2030
Número de grupos territoriales conformados	7	15	20	30
Número de marcas regionales formadas	4	8	15	25
Número de productos relacionados bajo marcas regionales	32	64	120	200
Reconocimiento de marca regional dentro y fuera de la región	Bajo	Mediano	Alto	Alto
Número de marcas regionales	2	4	6	8
Resultados de aceptación de tours de área amplia	4	10	20	50

**Medidas de Estrategia 2**

- Medida 2-1: Promover la formación de un grupo territorial que opere el turismo local.
- Medida 2-2: Crear y fortalecer productos locales destacados y rutas temáticas.
- Medida 2-3: Mejorar el número de bases de alojamiento locales.
- Medida 2-4: Formar y fortalecer marcas regionales que utilicen temas y excursiones de área amplia.
- Medida 2-5: Optimizar los productos de tours o itinerarios de circuitos /corredores bajo de las marcas territoriales.

**Medida 2-1: Promover la formación de un grupo territorial que opere el turismo local.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

La promoción de "puntos" de productos turísticos individuales representan una acción muy limitada para aprovechar y proyectar el encanto de la región. Como destino comunitario que conecta diversos productos turísticos de la región como "líneas" y "superficies", se espera que se diferencie de otras regiones desarrollando productos con características particulares y exclusivas. Para hacer tal mensaje, es necesario tener una plataforma que agrupe varias organizaciones de la región en pro de mejorar el valor del territorio. Con ese fin, se forman grupos territoriales en el que los actores públicos y privados cooperan en el municipio, visualizando la formación de un mecanismo para la gestión de las áreas turísticas.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Formación de grupos territoriales que son principales plataformas de destinos comunitarios.
2. Reconocimiento del atractivo de los recursos locales por parte del Grupo Territorial.
3. Formación de una visión común por parte del Grupo Territorial.
4. Formulación de un plan de acción que haga realidad la visión mediante la utilización de recursos locales.
5. Implementación y monitoreo de planes de acción para hacer realidad la visión.

Cuadro 11 - Indicadores de actividad de la medida 2-1

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Grupo territorial formado	7	10	20	30
Número de actividades del Grupo Territorial previstas y ejecutadas	35	50	100	150
Número de marcas regionales formadas	7	10	20	30
Número de recursos locales asociados	35	50	100	150
Crecimiento anual de visitantes	-	10%	12%	14%

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (Oficinas Regionales / Viceministerio de gestión de destinos turísticos)

**Medida 2-2: Crear y fortalecer productos centrales regionales y rutas temáticas.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

La región cuenta con productos para competir y destacar frente otros destinos turísticos de la zona, por tanto, es posible atraer turistas para llevarlos a vivir experiencias integrales, partiendo de los puntos representativos. Además de los productos individuales, se espera que se cree un nuevo valor para los destinos comunitarios al conectar los sitios turísticos por temas específicos creando rutas, así se apoya el desarrollo y difusión de rutas temáticas en cada región, lideradas por un grupo de territorios.



**Aproximación de Actividades Principales**

1. Desarrollo de productos de destino comunitario y sugerencias temáticas.
2. Desarrollo de productos destacados y rutas temáticas.
3. Actividades promocionales de productos destacados y rutas temáticas.

Cuadro 12 - Indicadores de actividad de la medida 2-2

Indicadores de actividad	2020	2021	2025	2030
Número de productos destacados y rutas temáticas desarrolladas	7	10	20	30
Crecimiento de número de visitantes a la ruta	-	10%	12%	14%

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (DPP y Oficinas Regionales)

**Medida 2-3: Mejorar el número de bases de alojamiento locales.**

**Respuestas a la situación actual y a las cuestiones**

El alojamiento local juega un papel importante en la extensión del tiempo de los visitantes en las zonas rurales y la creación de oportunidades para disfrutar de una experiencia turística más variada en la región. Existen "Ecolodges" y granjas (Fincas) operados por residentes que luego de abandonar el área, regresaron y son actores importantes de los destinos comunitarios. En cooperación con dichas bases de alojamiento, se espera crear bases locales para extender el tiempo de estadía de los visitantes y la promoción del consumo de productos locales. Las instalaciones de alojamiento para promover ese papel se incorporarán al sistema de gestión del turismo y se proporcionarán instalaciones y servicios apropiados como instalaciones de alojamiento que conecten el encanto de la región.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Establecer y evaluar los criterios para las operaciones de alojamiento sostenible.
2. Organizar evaluaciones y menús de apoyo según los criterios.
3. Registro de alojamiento sostenible.
4. Ayudar a promover el alojamiento sostenible y mejorar las capacidades operativas.

Cuadro 13 - Indicadores de actividad de la medida 2-3

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de registros de alojamiento sostenible operados por residentes y comunidades locales	5	10	20	30
Crecimiento de número de noches en el alojamiento local	-	5%	6%	7%

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (Viceministerio técnico)

**Medidas 2-4: Formar y fortalecer marcas regionales que utilicen temas y excursiones de área amplia.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

En el área donde se está llevando a cabo el desarrollo turístico es difícil promover el turismo y atraer turistas solo por destinos a pequeña escala. Se espera que se diferencie de otros destinos turísticos mediante la incorporación de diversos y potenciales recursos turísticos y puntos, por toda la región y el fortalecimiento de la cadena de valor del turismo.

Como el cuerpo principal de una marca regional de área ampliada consta de múltiples provincias, en donde se conformará un grupo regional compuesto por diversas partes interesadas, se construirá una base para marcas de área extendida que conecten destinos turísticos existentes, destinos comunitarios, sitios del TCS, productos regionales, entre otros. Se formará un área extendida como concepto para iniciar promociones, mejoramiento de la competitividad con otros destinos y se crear un nuevo valor.

**Política de Actividad Principal**

1. Formación de grupos regionales que sirvan de base operativa para las marcas regionales.
2. Formación del concepto de marcas regionales de área amplia.
3. Asociación y visualización de productos y experiencias basadas en el concepto de una marca regional de amplia área.
4. Actividades de sensibilización del Grupo Regional para las marcas regionales.
5. Actividades de promoción externa del Grupo Regional para marcas regionales.

Cuadro 14 - Indicadores de actividad de la medida 2-4

Indicadores de actividad	2020	2021	2025	2030
Estado de formación del sistema de marcas regionales de área amplia	2	4	6	8
Número de productos y sitios de marcas regionales en el área amplia	10	20	30	40
Número de actividades de sensibilización para marcas regionales /año	4	8	12	16
Número de participantes en actividades de sensibilización /año	100	200	300	400
Número de actividades promocionales /año	4	8	12	16

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (Oficinas Regionales / Viceministerio de gestión de destinos turísticos)

**Medidas 2-5: Optimizar los productos de tours o itinerarios de circuitos /corredores bajo de las marcas territoriales.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Es difícil comercializar productos y experiencias dispersos, por ello se planea conectarlos con conceptos locales y temas distintivos. También, es posible crear nuevas experiencias mediante la creación de un recorrido; hacer propuestas concretas que puedan atraer visitantes en un área amplia y desenterrar nuevas demandas.

Dado que crear un tour solo en el lado local no genera ganancias, es importante colaborar con el sector privado como los operadores turísticos (incluidos los operadores turísticos en línea [Online Travel Agency, OTA]) a los que se venden. También se apoyarán propuestas de recorridos por toda la zona y rutas de excursiones adaptadas a los intereses y necesidades de grupos específicos, así como el desarrollo de productos de acuerdo con los temas locales.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Desarrollo y venta de tours de área amplia en cooperación con el sector privado.
2. Promoción y venta de excursiones de ida y vuelta en amplia superficie en colaboración con el sector privado.
3. Desarrollo de nuevos productos utilizando la cadena de valor del turismo en una amplia zona.
4. Desarrollo de nuevos mercados para productos de ida y vuelta en una amplia zona.

Cuadro 15 - Indicadores de actividad de la medida 2-5

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de productos de ida y vuelta de área amplia desarrollados	4	5	10	20
Participación en productos turísticos de gran superficie. Número de grupos	4	10	20	50
Aumento anual de número de operadores turísticos colaborados	-	10%	12%	14%

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (Oficinas Regionales / Viceministerio de gestión de destinos turísticos)

**4-3 Estrategia 3: Fortalecimiento de la promoción para mejorar el posicionamiento del TCS en mercados estratégicos aprovechando las ventajas de las TIC**

**Respuesta a la situación actual y a los desafíos**

Una de las fortalezas del MITUR son sus actividades de promoción tanto en República Dominicana como en el extranjero. Actualmente, el MITUR ha establecido oficinas de promoción turística (OPT) en 28 ubicaciones en todo el mundo y ha estado desarrollando activamente promociones turísticas en distintos países del mundo, participando en importantes ferias de turismo, realizando viajes para operadores turísticos en el extranjero y promoviendo actividades principalmente sobre turismo de sol y playa en el Caribe. Además, en República Dominicana las actividades de promoción turística para el mercado interno también se han realizado a través de ferias de turismo a nivel nacional y regional y eventos especializados.

El MITUR también ha implementado la tecnología de la información y la comunicación (TIC) aprovechando su crecimiento en los últimos años. Entendiendo que, el TCS es una nueva oferta, con un nuevo segmento de mercado turístico, aún hay debilidad en la información y no se tiene una comprensión suficiente de los productos ofertados lo que hace que puede perderse la oportunidad de captar la atención de nuevos mercados.

La meta a futuro es promover los productos del TCS y las marcas regionales posicionándolos como una alternativa de viaje especializada en la República Dominicana enfocada en el ecoturista, el aventurero y el turista responsable, para ello es necesario incluirlos en los canales de promoción existentes del MITUR para alcanzar una difusión nacional y extranjera.

**Dirección de la Estrategia**

Implementación de acciones de promoción especializadas para TCS de acuerdo con el comportamiento y la situación actual del turismo, priorizando el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC); exploración y acercamiento a mercados internacionales potenciales para TCS a través de las Oficinas de Promoción Turística del MITUR en el extranjero y la incorporación en la oferta de turismo interno de la República Dominicana.

Cuadro 16 - Indicadores de desempeño de la estrategia 3

Métricas de rendimiento	2021	2022	2025	2030
Conocimiento del TCS de los visitantes internacionales.	Bajo	medio	Alto	Alto
Conocimiento de las TCS en el mercado interno.	medio	medio	Alto	Alto
Aumento de los visitantes recibidos como resultado de las acciones de promoción por año.	5%	10%	10%	15%

Número de OPT que promueven TCS.	0	5	7	12
Número de nuevos operadores turísticos que ofertan TCS.	2	5	7	15
Número de actores del TCS activos en redes sociales y gestionando plataformas digitales de promoción.	27	40	70	130

**Medidas de Estrategia 3**

- Medida 3-1: Promover el TCS mediante el uso de las TIC.
- Medida 3-2: Fortalecer la promoción en los mercados extranjeros a través de las OPT.
- Medida 3-3: Potenciar la promoción para el mercado interno.
- Medida 3-4: Difundir el conocimiento del TCS a través de aliados internacionales.
- Medida 3-5: Promover con una relación más relevante con la marca nacional.

**Medida 3-1: Promover TCS mediante la utilización de las TIC.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Las acciones de promoción turística de la República Dominicana se han concentrado en el turismo de playa y resort, sin ofertar TCS. Así como en los últimos años se han promovido otros destinos y atractivos turísticos en República Dominicana se espera que el TCS también se incorpore. Sin embargo, dado que el mercado del TCS es especializado y tiene una dinámica diferente al turismo convencional, es necesario fortalecer la capacidad de estudiarlo con ese enfoque especial para identificar objetivos y promover acciones eficientes.

En los últimos años las tecnologías de la información (TIC) han permitido conectar la oferta de los territorios con los viajeros de forma ágil, dándoles la oportunidad de conocer de manera gratuita más sobre el destino para prepararse y orientar su visita. Lo cual hace de las TIC un aliado importante no solo para promoción sino para conectar de manera eficiente con el mercado especializado que busca TCS.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Fortalecer las acciones de promoción usando redes sociales, página web de destino.
2. Establecer alianzas de promoción con influencers de viaje.
3. Inclusión, gestión y mejoramiento de la información en plataformas como TripAdvisor, Google Maps y todas aquellas con enfoque turístico.
4. Consideración e implementación de alianzas comerciales con OTA.
5. Creación de contenidos multimedia y digitales para la promoción en digital.

Cuadro 17 - Indicadores de actividad de la medida 3-1

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Promedio de seguidores en las redes sociales gestionadas por las UP o GT del TCS.	1.000	2.000	5.000	10.000
Número de influencers de viaje aliados del TCS	5	10	20	30
Número de atractivos y actividades del TCS rankeados en Trip Advisor	47	100	200	500
Número de atractivos y unidades productivas del TCS georreferenciadas y publicadas en Google Maps	56	150	300	600
Número de actividades del TCS ofrecidos a través de OTA especializadas.	0	5	10	30

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (Oficina de Marketing Digital, dirección de promoción nacional), Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (Oficina de apoyo a las Mipymes)

**Medida 3-2: Fortalecer la promoción en los mercados extranjeros a través de las OPT.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

El MITUR ha establecido 28 oficinas de promoción turística en el extranjero (OPT) que pueden llegar directamente a los mercados priorizados, por ejemplo, *Overseas OPT* participa en ferias de turismo celebradas en la región, atrae operadores turísticos y difunde información turística. En algunos países sin OPT, las embajadas se utilizan a través de acuerdos de cooperación con el Ministerio de Relaciones Exteriores para este fin.

Actualmente, la promoción del turismo de playa es el enfoque principal, sin embargo, se busca difundir los atractivos del TCS y el turismo regional creando sinergias con este, para generar un diferencial en el destino respecto a otros similares y así llegar a nuevos mercados y promover el desarrollo del TCS.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Creación de materiales promocionales físicos y digitales del TCS (multilingües) y su distribución a OPT en el extranjero y/o embajadas.
2. Implementación de actividades de promoción como presentaciones de destinos, ruedas de negocios, misiones comerciales y Fam Trips que incluyan la oferta del TCS con el apoyo de las OPT en el extranjero.
3. Acciones de promoción especializada para TCS a través de la participación de OPT en ferias de mercados objetivo.

Cuadro 18 - Indicadores de actividad de la medida 3-2

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de materiales TCS creados para los mercados extranjeros.	1	3	5	5
Número de actividades de promoción del TCS a través de OPT en el extranjero.	0	5	10	20
Número de ferias turísticas que promueven TCS con el apoyo de OPT en el extranjero	0	1	3	5

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (Dirección de Promoción Internacional, Dirección de Relaciones Públicas)

**Medida 3-3: Potenciar la promoción para el mercado interno.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

En los últimos años los residentes urbanos han estado viajando a nivel nacional los fines de semana y los periodos vacacionales, así como cuando los dominicanos que viven en el extranjero regresan a casa. En particular, debido al COVID-19, hay una creciente demanda de viajeros nacionales para visitar áreas rurales que no habían sido consideradas como opción hasta ahora.

A la luz de esta situación es importante comercializar y promocionar las actividades del TCS en el mercado doméstico, con el enfoque de un nuevo destino para vacaciones, viajes familiares y viajes escolares. Para lograrlo se propone la participación en ferias de turismo nacionales y el impulso a actividades de relaciones públicas que eleven el perfil del TCS respondiendo a las necesidades y expectativas del turista dominicano.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Actividades de promoción a través de la participación en exposiciones de turismo interno.
2. Llevar a cabo sesiones de introducción regional y de productos para el mercado doméstico.
3. Realización de viajes de familiarización para TTOO y medios de comunicación.
4. Difusión de actividades, atractivos y novedades de la oferta del TCS a través de los medios de comunicación.
5. Realización de ruedas negocios y misiones comerciales hacia segmentos de mercados identificados como potenciales dentro del país.

Cuadro 19 - Indicadores de actividad de la medida 3-3

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de ferias de turismo interno en que hay representación de la oferta del TCS / año	3	5	8	10
Aumento anual de número de contactos	-	10%	12%	14%

comerciales obtenidos a través de la participación en ferias, ruedas de negocios y misiones comerciales.				
Número de sesiones de introducción de la TCS dirigida al mercado doméstico.	3	5	5	5
Número de Fam Trips realizados.	3	5	5	5
Exposición a los medios del TCS.				

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (Dirección de Promoción Nacional) y Asociación Nacional de Medios de Comunicación de Turismo

**Medida 3-4: Difundir el conocimiento del TCS a través de aliados internacionales**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Existe un creciente interés mundial en el turismo alternativo, como el turismo sostenible y el turismo comunitario, por lo cual las organizaciones internacionales están proporcionando distintos apoyos para su fomento y mejoramiento. Incluso si no es un apoyo a gran escala por parte del proyecto, hay programas de soporte e inducción que marcan historias de éxito en empresas turísticas individuales y DMO, dicha inclusión en plataformas de organizaciones internacionales ayuda a aumentar la conciencia del TCS en otros países.

Por otro lado, dado que existe un límite para la recopilación y aplicación de información individual, es efectivo recopilar y organizar la información de manera regular y abordarla estratégicamente.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Recopilar y organizar periódicamente información sobre apoyo y relaciones públicas proporcionada por la OMT y otros organismos internacionales.
2. Aplicar y fomentar la información de apoyo estratégicamente compartiendo información de apoyo con actores relacionados.
3. Seguimiento con los actores relevantes después de la aprobación de la asistencia.
4. Después del anuncio del apoyo se llevarán a cabo relaciones públicas de nivel nacional para crear conciencia sobre TCS.

Cuadro 20 - Indicadores de actividad de la medida 3-4

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de información de asistencia recopilada (años).	5	10	15	20
Número de solicitudes/solicitudes de apoyo	2	4	6	10

recibidas (años).				
Número de aprobados (años).	1	2	3	5
Número de relaciones públicas relacionadas en nivel nacional (años).	1	2	3	5

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (Viceministerio de Gestión de Destinos)

**Medidas 3-5: Promover TCS con una relación más relevante con la marca país**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

República Dominicana lanzó oficialmente en 2020 su marca país, producto del análisis previo liderado por el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) (actual PRODROMINICANA). Marcó su intención por mejorar la competitividad de las industrias nacionales mediante la difusión de imágenes positivas del turismo, la inversión, el comercio, la cultura y los ciudadanos como cinco áreas prioritarias tanto dentro del país como hacia el exterior.

La proyección es relacionar cada una de las nuevas marcas turísticas y regionales del TCS con la marca país y así contribuir al posicionamiento de la imagen y la difusión de productos distintivos en regiones diversas y atractivas.

**Aproximación de Actividades Principales**

- Mejorar la relación entre las marcas territoriales de las regiones promovidas por la marca país y TCS.
- Revisar las marcas territoriales y los productos TCS que incorporan estándares de la marca país.
- Llevar a cabo actividades de promoción consistentes entre la marca país y las marcas territoriales a nivel nacional y regional.
- Promover marcas territoriales y TCS contenidas en la marca país hacia el exterior.

Cuadro 21 - Indicadores de actividad de la medida 3-5

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de productos TCS incluidos en la marca país.	5	10	15	20
Número de marcas territoriales asociadas a marcas nacionales.	2	4	6	10
Número de actividades promocionales nacionales relacionadas con marcas nacionales.	1	2	3	5
Número de actividades promocionales en el extranjero relacionadas con marcas nacionales.	1	2	3	5

construirá un sistema para dar continuidad a la capacitación en desarrollo de recursos humanos del TCS.

**Indicadores de desempeño de la estrategia**

- Número de profesionales de negocios de turismo del TCS y el número de personas que realmente están practicando el negocio de turismo del TCS.
- Número de líderes en el desarrollo del área de turismo.
- Número de personas que realmente están activas como líderes en el desarrollo de áreas de turismo.
- Número de participantes en actividades de concientización del TCS.

Cuadro 22 - Indicadores de desempeño de la estrategia 4

Métricas de rendimiento	2021	2022	2025	2030
Número de profesionales de negocios turísticos del TCS formados / año.	100	100	200	400
Número de profesionales de negocios turísticos del TCS / Entero.	30	30	200	400
Número de líderes en el desarrollo del área turística formados / año.	20	30	60	100
Número de líderes de desarrollo regional turístico actual / Entero.	10	20	40	80
Número de actividades de sensibilización sobre el TCS (número de participantes) /año.	20	20	60	80

**Medidas de Estrategia 4**

- Medida 4-1: Desarrollar recursos humanos prácticos que serán responsables del negocio turístico en el campo.
- Medida 4-2: Desarrollar líderes y coordinadores activos en la creación de turismo regional.
- Medida 4-3: Desarrollar guías locales que mejoren el valor agregado de la experiencia turística.
- Medida 4-4: Promover la conciencia de los TCS en la comunidad.
- Medida 4-5: Programa TCS de capacitación en desarrollo de recursos humanos para aplicación horizontal.

**Medida 4-1: Desarrollar recursos humanos prácticos que serán responsables del negocio turístico en el campo.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Existe una necesidad urgente de desarrollar recursos humanos que puedan proporcionar productos y servicios del TCS a nivel práctico sobre el terreno. Para poder proporcionar productos y servicios turísticos

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (Viceministerio de Fomento)

**4-4 Estrategia 4: Mejora del desarrollo de los recursos humanos del TCS a diversos niveles**

**Respuesta a la situación actual y a los desafíos**

En la promoción de los productos individuales del TCS y el turismo regional, es esencial contar con los recursos humanos adecuados que desempeñarán un papel activo en el campo. Estos deberán estar preparados para operar el negocio, desarrollar y vender productos TCS, para ello es necesario saber cómo prestar servicios de guía, control de calidad, contabilidad, entre otras funciones.

Además, al administrar áreas turísticas en destinos comunitarios, deben saber cómo identificar problemas locales, demostrar una visión para resolver problemas a través de la coordinación y la comunicación con actores relacionados y manejar las operaciones.

Se necesita un entorno en el que los recursos humanos involucrados en el desarrollo del turismo puedan adquirir estas habilidades individuales según sea necesario. En particular, en el negocio del turismo y la gestión de las regiones turísticas, es importante tener un líder que pueda construir relaciones con las partes interesadas más allá del *know-how* de operación. Se requieren recursos humanos que entiendan las características de la región, cooperen con las partes interesadas, utilicen herramientas y recursos apropiados.

De esta manera, el sistema de promoción del TCS funcionará por primera vez mediante el desarrollo de recursos humanos para promover la creación de regiones turísticas en varios niveles. Aunque actualmente existen programas de capacitación en desarrollo de recursos humanos, es necesaria una mejora continua de estos de acuerdo con cada nivel de promoción del TCS que les permita desempeñar un papel activo en el campo.

Se requiere por tanto abarcar de forma integral la visión de capacitación, desarrollando actividades de sensibilización para promover la comprensión de las actividades turísticas y la utilización de los recursos locales por parte de los residentes; también fomentar la vinculación de profesionales en áreas específicas; incluir guías en los negocios turísticos; formar líderes en el desarrollo del área turística y el desarrollo de recursos humanos básicos y que estos puedan crear un sistema que asegure las respuestas a los servicios conexos de manera adecuada y continua.

**Dirección Estratégica**

Se desarrollarán recursos humanos prácticos en el negocio del turismo del TCS, se impulsarán líderes para la creación de áreas de turismo; se fortalecerá las actividades de sensibilización del TCS y se

que satisfagan a los visitantes es necesario formar recursos humanos que desempeñen diversos roles, como la creación y operación de productos turísticos utilizando diferentes recursos locales en cada región; el trabajo de guía para agregar valor; el trabajo de servicio al cliente; la contabilidad simple; las actividades de promoción; entre otras. Es necesario, por tanto, contar con un entorno para adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo un negocio turístico (Relacionado con la Estrategia 1)

**Aproximación de Actividades Principales**

- Desarrollo de recursos humanos para mejorar la calidad de los productos y servicios del TCS.
- Implementación del desarrollo de recursos humanos para mejorar la capacidad operativa de las empresas turísticas.
- Desarrollo de recursos humanos para mejorar las capacidades de marketing.
- Desarrollo de recursos humanos para satisfacer las necesidades de otros sitios.

Cuadro 23 - Indicadores de actividad de la medida 4-1

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Recursos humanos prácticos cultivados en el campo de los negocios turísticos / año.	100	100	200	400
Número de capacitaciones impartidas en el campo de los negocios turísticos / año.	10	10	20	40
Número de guías locales nutridos /año.	40	40	80	160

**Responsable principal**

Ministerios relevantes como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Oficina de Ecoturismo), principalmente el INFOTEP (oficinas regionales)

**Medida 4-2: Desarrollar líderes y coordinadores activos en la creación de turismo regional.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Para que las áreas de base regional asuman la iniciativa en la promoción de la creación de áreas turísticas, es esencial contar con recursos humanos que puedan coordinarse con los actores regionales, demuestren liderazgo y sirvan como líderes organizadores regionales (en relación con la Estrategia 2).

El hecho de que el sistema de gestión regional del turismo proceda con iniciativas locales depende del desarrollo de los recursos humanos básicos de la región. Se espera que dichos recursos humanos aparezcan en organizaciones comprometidas con el desarrollo del área objetivo y gobiernos locales / organizaciones locales de destino y si se puede demostrar liderazgo, se continuará promoviendo la creación de áreas turísticas. Sobre esta base, se apoyará activamente el desarrollo de líderes y coordinadores que estén activos en la región.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Desarrollo de líderes responsables del sistema de gestión del área de turismo.
2. Fortalecimiento de la capacidad de los recursos humanos a cargo del desarrollo turístico en los gobiernos locales y las organizaciones centrales de destino.
3. Mejora de la capacitación en materia de desarrollo de los recursos humanos con miras a mejorar las capacidades de los recursos humanos básicos.
4. Construir una red de líderes y coordinadores.

Cuadro 24 - Indicadores de actividad de la medida 4-2

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de personas formadas en la capacitación de líderes del sistema de gestión del área de turismo / año.	20	30	60	100
Número de personas formadas en turismo local por los gobiernos locales /año.	10	10	20	40
Número de capacitaciones realizadas en desarrollo de recursos humanos básicos / año.	3	4	8	14
Número de participantes en la red de líderes formada.	10	20	40	80

**Responsable principal**

INFOTEP (oficinas regionales) e instituciones de cooperación como las universidades locales.

**Medida 4-3: Desarrollar guías locales que mejoren el valor agregado de la experiencia turística.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Los guías locales desempeñan un papel importante en el turismo comunitario, ellos son los que comunican adecuadamente el valor de los recursos locales, turísticos, la historia y el estilo de vida mientras brindan una experiencia segura y divertida, además son puente entre comunidad y turistas. El sistema actual de guías turísticos no está unificado ni es consistente, no se tiene claridad sobre la clasificación, el registro y la capacitación, lo que genera que las personas de la comunidad no encuentren una ruta clara para ser guías y tampoco los turistas accedan con facilidad a este servicio.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Desarrollar un sistema de guía local adaptado a la situación actual.
2. Establecimiento de un sistema de registro por el MITUR (organiza los tipos de guías locales).
3. Capacitar a los guías locales de acuerdo con su enfoque.
4. Realizar y monitorear la capacitación de los guías locales.

los TCS realizadas /año.				
Grado de creación material de las actividades de sensibilización sobre las TCS.	80%	100%	100%	100%
Comprensión del TCS de los participantes.	70% o más	70% o más	70% o más	70% o más

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (Oficinas Regionales), INFOTEP (Oficinas Regionales)

**Medidas 4-5: Programa TCS de capacitación en desarrollo de recursos humanos para aplicación horizontal.**

**Respuestas a la situación actual y a las cuestiones**

En la promoción del TCS participan diversos recursos humanos, comunidad, actores turísticos, gobiernos locales, sectores públicos y personal ministerial. Al mostrar su trayectoria profesional es deseable avanzar de manera integral en el programa de capacitación para que se pueda realizar el desarrollo apropiado. Con el fin de responder a la situación real y las necesidades de la región, se organizará todo el programa y se establecerá un sistema para el desarrollo de los recursos humanos que pueda ser aplicado horizontalmente.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Creación de un programa integrado de desarrollo de recursos humanos del TCS.
2. Construcción de un banco de recursos humanos para promover TCS.
3. Formación de profesores para promover TCS.
4. Promover los intercambios entre recursos humanos.

Cuadro 27 - Indicadores de actividad de la medida 4-5

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Enriquecimiento del programa.	60	80	100	100
Número de registros bancarios de recursos humanos del TCS.	10	40	100	400
Número de actividades de intercambio de recursos humanos/año.	2	2	6	8

**Responsable Principal**

INFOTEP (Oficina Regional y Oficina Estratégica Central)

5. Fomentar instructores/facilitadores para guías locales.

Cuadro 25 - Indicadores de actividad de la medida 4-3

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
	Provisional	Oficial	Aplicación	Aplicación
Sistema de guía local propuesto.				
Número de programas de capacitación para guías locales desarrolladas / año.	1	2		
Número de programas de capacitación de guías locales realizadas / año.	4	8	24	40
Número de guías locales registrados /año.	40	80	240	400
Número de instructores formados /año.	4	4	12	20

**Responsable principal**

El Ministerio de Turismo (Viceministerio Técnico), Ministerio de Medio Ambiente y el INFOTEP.

**Medidas 4-4: Promover la conciencia de los TCS en la comunidad.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Para llevar a cabo actividades turísticas en la comunidad y equilibrar la aceptación de los visitantes con la vida de los residentes, es esencial que los locales entiendan el turismo. Si hay un entorno donde ellos pueden aceptar cómodamente a los visitantes, la satisfacción de los turistas aumentará y si entienden, utilizan y participan en el turismo habrá un uso más efectivo de los recursos locales y una expansión de las ganancias.

Se analizará el potencial de la región, se reconfirmará su valor y se difundirá la cultura turística promoviendo la conciencia sobre TCS para generar expectativas reales y concretas.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Creación y mejora de materiales para dar a conocer las TCS y el turismo regional.
2. Celebración de seminarios y conferencias para difundir la cultura turística utilizando ejemplos de otras regiones.
3. Desarrollo de recursos humanos que puedan llevar a cabo actividades de sensibilización sobre las TCS.
4. Realización de campañas y eventos para crear conciencia sobre las TCS ampliamente.

Cuadro 26 - Indicadores de actividad de la medida 4-4

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de personas que participan en actividades de sensibilización sobre el TCS /año.	100	200	1000	2000
Número de actividades de sensibilización sobre	5	10	50	100

**4-5 Estrategia 5: Mejora del entorno de apoyo y fortalecimiento de la gobernanza del sistema de apoyo del TCS**

**Respuesta a la situación actual y a los desafíos**

Se necesita el trabajo conjunto de varios actores para aprovechar los recursos locales que no se habían incluido dentro del desarrollo turístico. Promover estas actividades conduce al desarrollo del territorio y fortalece el marco de apoyo, empoderamiento y gobernanza de los residentes.

Es importante establecer un sistema que apoye activamente el TCS en los temas que no pueden ser abordados por la región por sí sola, pero alentando su autonomía. El rol del sistema es brindar conocimientos técnicos sobre la creación y el funcionamiento de los productos turísticos y proporcionar apoyo financiero e incentivos a los actores locales que desean iniciar un negocio turístico.

Con el objetivo de crear un entorno propicio para que el TCS se despliegue activamente en la región, es necesario mejorar la accesibilidad y crear un entorno atrayente, aprovechando la infraestructura turística simbólica de la región y promoviendo la cooperación entre las organizaciones involucradas, esto permitirá un uso eficiente de los recursos. Es pertinente vincular no sólo el MITUR, sino también los ministerios conexos y las iniciativas privadas.

Por lo tanto, se necesita mejorar las capacidades de gobernanza para abordar todos los temas relacionados con el TCS como la comprensión de las necesidades locales, la comunicación entre las regiones locales y centrales, la coordinación entre organizaciones relacionadas con los recursos, entre otros. Es necesario hacer más precisa la ruta y método de desarrollo, en lugar de una acción transitoria, y contar con sistemas y herramientas que puedan difundirse mediante el modelado. Con ese fin, establecer departamentos especializados y oficinas regionales del TCS para coordinar el sistema. Ejemplos más específicos como la extracción de Buenas Prácticas y el fomento de sistemas de certificación en el extranjero, así como el desarrollo de sistemas de registro y seguimiento del TCS y la contribución a la END y los ODS de promover las TCS.

**Dirección Estratégica**

Desarrollo de un sistema de ajuste dentro del MITUR, formación de una plataforma integrada de difusión a través de la colaboración público-privada, desarrollo de infraestructura para mejorar la accesibilidad de hardware y software, sistema de registro para TCS, examen del sistema que permite el apoyo financiero e incentivos fiscales para TCS.

**Indicadores de desempeño de la estrategia**

- Estado del sistema de coordinación dentro del MITUR.
- Estado de la formación de la plataforma para la coordinación de la promoción del TCS por parte

de la academia pública y privada.

- Número de Buenas Prácticas logradas.
- Estado de desarrollo del sistema de registro del TCS.
- Estado del desarrollo de infraestructura (número de propuestas y proyectos de implementación).
- Estado de la legislación para la promoción del TCS.
- Contribución a los ODS.

Cuadro 28 - Indicadores de desempeño de la estrategia 5

Métricas de rendimiento	2021	2022	2025	2030
Estado de mejora del sistema de coordinación en el Ministerio de Turismo.	80%	100%	100%	100%
Formación de Plataformas para la Coordinación de la Promoción del TCS por sector Público y Privado.	60%	80%	100%	100%
Número de Buenas Prácticas premiadas.	8	10	12	15
Situación del sistema de registro del TCS.	80%	100%	100%	100%
Situación del desarrollo de la infraestructura (número de propuestas y proyectos de ejecución).				
Situación de la legislación para la promoción del TCS.	50%	70%	90%	100%
Contribución a los ODS.				

**Medidas de la estrategia 5**

- Medida 5-1: Desarrollar y fortalecer el sistema de promoción de las TCS dentro del Ministerio de Turismo.
- Medida 5-2: Desarrollar y fortalecer plataformas para la difusión integrada de las TCS a través de cooperación público-privada
- Medida 5-3: Identificar, elogiar y alentar las buenas prácticas en el TCS.
- Medida 5-4: Formular e implementar estrategias y planes para cada región de acuerdo a sus características.
- Medida 5-5: Establecer un sistema de registro del TCS.
- Medida 5-6: Desarrollar infraestructura de hardware y software para aumentar el acceso a TCS
- Medida 5-7: Promover el apoyo financiero a los TCS, las medidas fiscales y el uso de fondos privados.

**Medida 5-1: Desarrollar y fortalecer el sistema de promoción de las TCS dentro del Ministerio de Turismo.**

**(Respuesta a la situación y problemas actuales)**

El MITUR, que actuará al frente de la promoción de la TCS, tiene muchos departamentos, como el Viceministerio Técnico, Viceministerio de Fomento, Viceministerio de Gestión de Destino Turístico, y Viceministerio de Cooperación Internacional y es necesario promover la TCS en coordinación adecuada con estas unidades operativas.

Además, las oficinas regionales y las oficinas en el extranjero también deben cooperar de manera oportuna. Es necesario por tanto compilar varias unidades operativas relacionadas con TCS, establecer un departamento especializado en la implementación de actividades *in situ* relacionadas con TCS y monitorear el área para mejorar la capacidad de coordinación.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Establecimiento y mejora de la División de Gestión de Proyectos del TCS (centro) especializada en promoción.
2. Establecimiento y fortalecimiento de sistemas de cooperación y coordinación con las oficinas conexas (consultas periódicas, intercambio de información, etc.)
3. Aplicación práctica de procedimientos, métodos y herramientas de apoyo.
4. Llevar a cabo un seguimiento y una compilación periódicas.

Cuadro 29 - Indicadores de actividad de la medida 5-1

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Estado de la construcción del sistema de promoción del TCS en el Ministerio de Turismo (en la zona objetivo de las regiones central y local).	80%	100%	100%	100%
Estado de la supervisión.	70% o más	80% o más	80% o más	80% o más

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP) y Viceministerio de Gestión de Destino Turístico)

**Medida 5-2: Desarrollar y fortalecer plataformas para la difusión integrada de las TCS a través de cooperación público-privada.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Para utilizar los programas de apoyo y los recursos de diversas organizaciones es necesario promover el

TCS como política nacional. Al combinar los programas proporcionados por las organizaciones relevantes, es posible apoyar la marca del área de negocios y turismo del TCS de manera más eficiente y crear sinergias relevantes.

Para ello, es necesario contar con un mecanismo de coordinación en el que las organizaciones pertinentes profundicen su conocimiento de TCS y promuevan la cooperación y la colaboración sobre la base de una visión común. Es conveniente formular, implementar y monitorear el plan de actividades en el marco del plan básico para promover las TCS y contar con herramientas de apoyo para ese propósito.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Instalación y mejoras de la mesa de ajuste central (mecanismo de ajuste central).
2. Creación y uso de catálogos de soporte y manuales sistematizados con soporte TCS.
3. Desarrollar un plan de acción anual basado en los programas de apoyo y recursos de las organizaciones relevantes.
4. Aplicación y seguimiento de los planes de acción anuales.

Cuadro 30 - Indicadores de actividad de la medida 5-2

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Estado de la tabla de ajuste central instalada.	60%	80%	100%	100%
Creación y estado de uso de catálogos de soporte, etc.	medio	Alto	Alto	Alto
Estado de aplicación del plan de acción formulado.	60%	70%	80%	90%

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP) y otros Ministerios y organismos relacionados.

**Medida 5-3: Identificar, elogiar y alentar las buenas prácticas en el TCS.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

En el campo, para el desarrollo del TCS, se están haciendo esfuerzos continuos en varios niveles, hay mucho por aprender de estos esfuerzos, se pueden extraer casos que pueden ser replicados otros que contribuyen significativamente al desarrollo sostenible y al acumular experiencia se puede apoyar la promoción del TCS de manera más eficiente.

Además, es posible publicar tales casos como buenas prácticas para motivar a los actores y alentar estas acciones crea conciencia sobre la promoción del TCS tanto en el país como en el extranjero generando más iniciativas.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Establecer un proceso de adjudicación de buenas prácticas (criterios de selección, procedimientos de selección, etc.).
2. Organizar los casos de buenas prácticas en documentos.
3. Seleccionar buenas prácticas e implementar premios (aproximadamente una vez al año).
4. Difundir las buenas prácticas.

Cuadro 31 - Indicadores de actividad de la medida 5-3

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Sistema de premios de buena práctica.	aplicación	aplicación	aplicación	aplicación
Número de prácticas extraídas y premiadas.	8	10	12	15
Materiales creados para la difusión de buenas prácticas.	Si	Si	Si	Si

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP) y otros Ministerios y organismos relacionados.

**Medida 5-4: Formular e implementar estrategias y planes para cada región de acuerdo a sus características.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

La realización de la estrategia de promoción del TCS requiere que los actores regionales tomen la iniciativa utilizando plenamente las características y los diversos recursos locales que los caracterizan. Considerando el nivel de desarrollo turístico, las industrias regionales y el acceso al mercado, es deseable avanzar hacia una visión regional, planificar acciones y proyectos que aprovechen las fortalezas y oportunidades de la región e implementarlas por medio de las organizaciones locales y grupos individuales con capacidad de ejecución.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Formación del sistema de aplicación por los agentes regionales capaces de ejecutar regiones.
2. Realizar un análisis del estado actual de la región y compartirlo con los actores regionales.
3. La formación de una visión que haga uso de la singularidad de la región, liderada por actores regionales.
4. Desarrollar un plan de acción a nivel regional para hacer realidad su visión.
5. Ejecución y seguimiento de los planes regionales de acción.
6. Modificación del Plan de Implementación Regional y Ejecución del Ciclo PHVA.

Cuadro 32 - Indicadores de actividad de la medida 5-4

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Estado de la formulación del plan de acción regional.	2	4	6	8
Estado de ejecución del plan de acción de la región.	70% o más	70% o más	70% o más	70% o más

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP)

**Medida 5-5: Establecer un sistema de registro del TCS.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Se busca establecer un mecanismo de registro del TCS, con el fin de promover la incorporación de este como una actividad turística que promueva la mejora continua de la calidad de los operadores, manteniendo al mismo tiempo la diversidad de productos y servicios.

Para ello, es necesario establecer categorías y estándares teniendo en cuenta que se apoyan esfuerzos de diversos actores. Es necesario considerar un sistema de registro que sea más efectivo y pueda implementarse continuamente a partir de una iniciativa piloto y adicionalmente, referirse a los estándares de certificación que se desarrollan a nivel mundial y nacional como Global Sustainable Tourism Council: GSTC o Dominican Treasure con apoyo de USAID.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Realización de encuestas sobre el sistema de registro nacional y extranjero.
2. Diseño de normas de registro y sistemas de registro para la promoción del TCS.
3. Pilotaje del sistema de registro del TCS.
4. Introducción de normas de registro y sistema de registro.
5. Introducción de la certificación TCS con estándar mundial basada en el sistema de registro.

Cuadro 33 - Indicadores de actividad de la medida 5-5

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Preparación del sistema de registro.	80%	100%	100%	100%
Número de registros del TCS.	20	30	50	100
Introducción al estado del sistema de certificación TCS con estándar mundial.	20%	60%	80%	100%

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP y Viceministerio de Gestión de Destino Turístico)

**Medida 5-6: Desarrollar infraestructura de hardware y software para aumentar el acceso a TCS.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Es necesario mejorar el acceso a los sitios del TCS dispersos en la región y desarrollar instalaciones que mejoren la comodidad para los turistas. Además, mejorar el acceso; la infraestructura física como carreteras y transporte; el entorno del sistema, el Wifi, la información transmitida y el acceso a fondos para el desarrollo comunitario. De esta manera, una vez desarrollado esto se creará un ambiente que permita a los residentes locales, que no han podido participar en actividades turísticas en la región hasta ahora, convertirse en los protagonistas del desarrollo turístico.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Desarrollo de instalaciones estratégicas de base turística en la región.
2. Desarrollar infraestructura vial para mejorar el acceso a la comunidad.
3. Desarrollo de infraestructura de información para difundir información turística local.

Cuadro 34 - Indicadores de actividad de la medida 5-6

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Estado del desarrollo de las instalaciones de base estratégica.	0%	30%	70%	100%
Situación del desarrollo de la infraestructura vial.	0%	30%	60%	100%
Estado del desarrollo de la infraestructura de la información.	50%	60%	70%	100%

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP)

**Medidas 5-7: Promover el apoyo financiero a los TCS, las medidas fiscales y el uso de fondos privados.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Los incentivos para promover el trabajo del TCS deben ir a la par con el desarrollo del turismo por parte de empresas extranjeras y privadas, además, es preciso preparar un entorno de apoyo congruente con la situación de las comunidades en condiciones menos favorables.

Es por ello que, para promover la difusión del TCS se requiere apoyo financiero, incentivos fiscales y el uso de fondos privados para los grupos comunitarios y las unidades de producción turística que trabajan en dicho enfoque.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Apoyo financiero para TCS por parte de las organizaciones gubernamentales mediante medidas fiscales e implementación de proyectos piloto.
2. Implementación del apoyo del TCS mediante la utilización de fondos privados.
3. Ampliación del apoyo de los TCS mediante el uso de fondos privados.

Cuadro 35 - Indicadores de actividad de la medida 5-7

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Estado de aplicación de la ayuda financiera y las medidas fiscales.	0%	30%	80%	100%
Utilización de fondos privados.	0%	30%	80%	100%

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP y Viceministerio de Gestión de Destino Turístico)

**4-6 Estrategia 6: Crear un entorno seguro y mejorar la resiliencia del turismo**

**Responder a la situación actual y a los desafíos**

La expansión global del COVID-19, en pleno apogeo desde marzo de 2020, ha impuesto restricciones de circulación y desarrollo de la actividad económica durante más de un año generando un profundo impacto en la sociedad.

En particular, el impacto en la industria del turismo, que se basa en el movimiento de personas, se ha vuelto inmensurable, aunque la vacunación mejora el panorama, tomará tiempo reactivar al 100% esta actividad económica. Por lo anterior es necesario revisar estilos de vida y promover alternativas de TCS en un entorno en el que tanto los visitantes como la comunidad anfitriona puedan participar en actividades seguras y protegidas.

Si bien la vulnerabilidad del turismo se ha señalado más hacia los desastres naturales, es necesario prepararse para diversas crisis y mejorar las capacidades de gestión para brindar respuestas adecuadas en caso de emergencia y aumentar la resiliencia de los actores del TCS.

**Dirección Estratégica**

Al crear un entorno en el que tanto los visitantes como los receptores puedan llevar a cabo actividades turísticas seguras y protegidas, mejorando las capacidades de gestión turística de los actores del TCS y promoviendo TCS basado en dicha mejora de la resiliencia del turismo, se promoverá el turismo con 3S (Sano, Seguro y Sostenible).

**Indicadores de desempeño de la estrategia**

- Número de empresas comunitarias y grupos territoriales con un entorno que incorpora medidas para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas.
- Número de personas con capacidades adecuadas de gestión de crisis turísticas.
- Número de actividades a difundir 3S (Sano, Seguro y Sostenible).

Cuadro 36 - Indicadores de desempeño de la estrategia 6

Métricas de rendimiento	2021	2022	2025	2030
Número del TCS que incorporan medidas para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas.	20	30	50	100
Número de personas con capacidades adecuadas de gestión de crisis turísticas.	20	30	50	100
Número de actividades para promover 3S (Seguridad, Protección y Sostenibilidad).	20	30	50	100

**Medidas de la Estrategia 6**

- Medida 6-1: Crear un entorno para aceptar la "nueva cotidianidad", incluyendo las medidas para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas.
- Medida 6-2: Mejorar las capacidades de gestión de crisis turísticas.
- Medida 6-3: Contribuir al turismo y a la sociedad mediante la difusión del TCS 3S (Safe, Secure and Sustainable).

**Medida 6-1: Crear un entorno para aceptar la "nueva cotidianidad", incluyendo las medidas para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

La propagación de nuevas infecciones por coronavirus es latente y tanto quienes aceptan como quienes visitan actividades turísticas están en riesgo, es pertinente entonces tomar medidas de protección, acatar la implementación de un protocolo preventivo y avanzar en los esquemas de vacunación.

Paralelo a las medidas de prevención se requiere un sistema de aceptación de las actividades turísticas, donde estas puedan desplegar su valor original, movilizar un intercambio de experiencias de TCS con los visitantes a la vez que se garantizan espacios seguros. Vivir una "nueva cotidianidad", que previene la propagación de enfermedades infecciosas.

**Aproximación de Actividades Principales**

1. Formulación de un protocolo para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas basado



en la situación del TCS.

- Introducción de protocolos de prevención de enfermedades infecciosas sobre el terreno.
- Implementación y monitoreo de operación de protocolos para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas.
- Corrección del protocolo de prevención de enfermedades infecciosas basado en los resultados del monitoreo.

Cuadro 37 - Indicadores de actividad de la medida 6-1

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Estado de la formulación de un protocolo para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas.	80%	100%		
Número del TCS confirmados para implementar el protocolo.	20	30	50	80
Número de supervisión de la implementación del protocolo.	20	30	50	80

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP y Viceministerio de Gestión de Destino Turístico)

**Medida 6-2: Mejorar las capacidades de gestión de crisis turísticas.**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Además de la propagación de enfermedades infecciosas, es necesario establecer un sistema que pueda responder instantáneamente a diversas crisis en los puntos turísticos. A modo de ejemplo, ocurren daños por inundaciones causados por huracanes y fuertes lluvias casi todos los años, los terremotos han sido de gran magnitud en los últimos años en el vecino país Haití y hay afectación a la reputación del destino por incidentes individuales, aislados ocurridos en 2019.

En particular, en las comunidades que implementan TCS, donde la capacidad de respuesta es baja y los recursos son insuficientes, es necesario mejorar su respuesta y establecer un sistema para atender las situaciones de forma ágil y eficiente. Se propone utilizar el concepto de 4R incorporado en Japón, un país ejemplo en gestión de crisis turísticas, para establecer el sistema de gestión TCS en el territorio. Este concepto se refiere a Reducción (mitigación de desastres), Preparación (preparación para crisis), Respuesta (respuesta) y Recuperación (recuperación de crisis).

**Aproximación de Actividades Principales**

- Elaboración de directrices para la gestión de crisis turísticas para las TCS.
- Planificación de programas de formación para difundir directrices para la gestión de crisis turísticas.

- Implementación de capacitación piloto en gestión de crisis turísticas.
- Ampliación de la formación en gestión de crisis turísticas.
- Promoción de la incorporación de directrices de gestión de crisis turísticas en las TCS.
- Seguimiento de la introducción de directrices para la gestión de crisis turísticas.

Cuadro 38 - Indicadores de actividad de la medida 6-2

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Directrices de gestión de crisis turísticas y programa de capacitación para TCS.	70%	100%		
Número de participantes en la formación en gestión de crisis turísticas.	10	40	80	160
Número del TCS con directrices de gestión de crisis turísticas.	5	20	50	100

**Responsable Principal**

Ministerio de Turismo (DPP y Viceministerio de Gestión de Destino Turístico) e INFOTEP

**Medidas 6-3: Contribuir al turismo y a la sociedad mediante la difusión del TCS 3S (Safe, Secure and Sustainable).**

**Respuesta a la situación y problemas actuales**

Debido a los impactos de la pandemia mundial, para promover el turismo ahora es necesario crear entornos donde los visitantes puedan disfrutar de las actividades turísticas con seguridad y que, a su vez, estas contribuyan a la sostenibilidad de la sociedad. En cuanto al TCS, es necesario crear conciencia entre las personas directamente involucradas en el turismo y la comunidad en general.

Por otro lado, varios residentes de comunidades objeto del TCS no cuentan con un entorno de vida seguro, por ello en primer lugar, para incentivar el turismo se debe cooperar y buscar la sostenibilidad del territorio entre las partes interesadas, esto permitirá el desarrollo de iniciativas seguras y sostenibles.

**Aproximación de Actividades Principales**

- Establecer el concepto del TCS con seguridad, protección y sostenibilidad como 3S (Sano Seguro y Sostenibilidad).
- Creación de materiales para la difusión del concepto de 3S.
- Proyección de planes de actividades para la difusión de 3S.
- Promover 3S en la comunidad.
- Seguimiento y evaluación de las actividades de difusión de las 3S.

Cuadro 39 - Indicadores de actividad de la medida 6-3

Indicadores de actividad	2021	2022	2025	2030
Número de comunidades que preparan actividades de difusión de 3S.	30	50	60	120
Número de comunidades que realizaron actividades de difusión de 3S.	20	30	50	100

**Responsable principal**

Ministerio de Turismo (DPP y Viceministerio de Gestión de Destino Turístico)

**Capítulo 5. Mecanismo de promoción del TCS**

**5-1 Panorama general del sistema de promoción de los TCS**

En el sistema de implementación para promover la estrategia del TCS, es importante crear un entorno en el que las organizaciones y los residentes locales puedan crear, liderar y hacer crecer un nuevo turismo a diferencia del desarrollo convencional, para ese propósito, es importante proceder con los esfuerzos en diferentes niveles simultáneamente.

- Avanzar iniciativas a nivel de productos turísticos de la comunidad, incluyendo la gestión regional del municipio, la región y el nivel de política central.
- Establecer el sistema de implementación de la estrategia para materializar la visión del TCS.
- Coordinar la cooperación de las organizaciones existentes, cumpliendo las funciones y roles necesarios para alcanzar la meta, dicha formación del sistema será flexible.

A continuación, se muestran los sistemas básicos y las funciones que desempeñan un papel importante en la promoción del TCS:

- Unidad productiva turística (UP), que es el principal organismo de negocios turísticos como un sistema de nivel de producto turístico de la comunidad.
- Grupo Territorial (GT) como un sistema de gestión regional turística a nivel municipal.
- Los sistemas regionales de gestión del turismo a nivel regional incluyen el Grupo Regional (GR), el Régimen Central de Políticas.
- Mesa de coordinación Interinstitucional (MCI) dentro del Ministerio de Turismo.

Lo anterior, se considera el marco básico para promover el TCS, pero es deseable construir un sistema en el que UP, GT y GR en particular reflejen la situación en la región y diseñen un sistema realista y funcional.

A nivel comunitario, los residentes se encuentran en la localidad, pero es ideal que haya un entorno donde sea fácil para las unidades productivas del sector turístico (UP) crear y operar productos, utilizando los recursos locales como los principales actores del negocio del TCS. El Grupo Territorial (GT) reunirá a las UP, a los gobiernos locales y a la cooperación pública y privada para mejorar el valor de la región a través del turismo.

El Grupo Regional (GR) apoya a las UP a nivel comunitario y al GT a nivel de ciudad y provincia y diferencia toda la región de otros destinos turísticos. De esta manera, se espera que la compañía comience con iniciativas dentro de la región y se convierta en un tema de difusión externa. Dado que, no existe tal tema, en principio se formará en regiones o unidades de subregión. Además, la función de coordinación



es una unidad del TCS en la Oficina Regional del Ministerio de Turismo.

Por otro lado, en el sistema central que apoya a los sistemas comunitarios y locales, se espera que la División de Gestión de Proyectos del TCS<sup>6</sup> dentro del Ministerio de Turismo forme un sistema de cooperación entre direcciones relacionadas internamente (Dirección de Planeación y Proyectos, Viceministerio de Gestión de Destinos Turísticos, Viceministerio Técnico, Viceministerio de Fomento, etc.) y que fortalezca la cooperación con los ministerios y agencias relacionadas en el exterior, como una Mesa de Coordinación y Comunicación Interinstitucional.

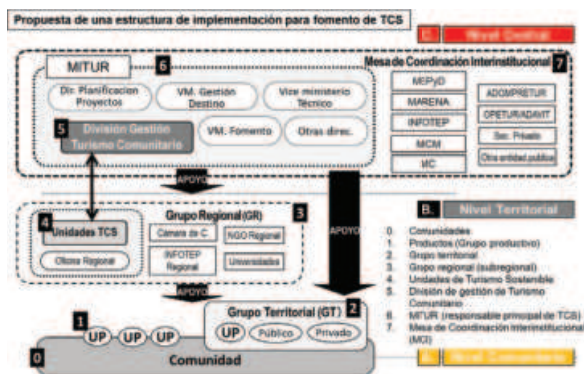


Figura 19 - Diagrama del sistema de implementación de la promoción del TCS

### 5-2 Estructura de Implementación de Estrategia del TCS

Las siguientes son las funciones previstas de las cuatro organizaciones/grupos que constituyen el sistema de promoción de las TCS: Unidad Productiva Turística (UP), Grupo territorial (GT), Grupo Regional (GR) y Mesa/Comité de Coordinación Interinstitucional (MCI).

<sup>6</sup> La División de Gestión de Proyectos de TCS no está en el organigrama del MITUR a partir de febrero de 2022, pero se ha realizado una coordinación entre la División de Planificación de Proyectos y el Viceministerio de Gestión de Destinos Turísticos, que se formalizará bajo cualquiera de las direcciones.

### 1. Unidad Productiva Turística (UP): Estructura a Nivel de Producto Turístico Comunitario

El núcleo de la promoción del TCS es permitir a los residentes locales crear y continuar operando diversos productos turísticos como un negocio mediante la utilización de recursos de su comunidad. Estas entidades empresariales turísticas (unidad productiva turística, UP) son formadas por residentes locales, organizaciones locales articuladas en grupos productivos y cuentan con la participación de actores públicos y sociales. El objetivo es que desde el quehacer individual se oferten productos como experiencias, servicios, artesanía popular y productos locales, aprovechando los recursos dispersos para destacar la singularidad, diversificar, pulir la oferta y mejorar la calidad turística.

Para hacerlo, es necesario apoyar la formación de UP, que opera un negocio turístico que obtiene ganancias del ciclo de comercialización. Ellos, al igual que los productos, tienen múltiples clasificaciones, por ejemplo, se pueden nombrar como entidad comercial, grupos de guías y asociaciones de productores de arte popular y grupos que proporcionan productos turísticos utilizando productos locales como acompañamiento.

### 2. Grupo Territorial: Nivel de gestión regional turística de Municipios / Provincial

El enfoque a nivel de la gestión regional del turismo es crear una plataforma regional para que los actores públicos y privados, locales y sociales, reconozcan su región como un área turística, la difundan al mundo, acepten visitantes en toda la región y mejoren el valor de esta a través del turismo.

Este enfoque, es un intento de formar un área turística con actores circundantes, ya que a menudo es difícil atraer visitantes solo por UP, se espera que la Organización de Gestión de Destinos (DMO) sirva de base para difundir los recursos locales característicos del área objetivo dentro y fuera del país con el fin de posicionarse como un área turística apalancada por la marca regional, involucrando a los actores en la cadena de valor del turismo y creando una base de expansión de las ganancias de las actividades desarrolladas.

Sin embargo, en muchas regiones, actores como los gobiernos locales, que se espera que desempeñen un papel en la promoción del turismo regional, son vulnerables. Por tanto, no es realista crear un sistema asumiendo DMO en este momento, así que se proponen dos sistemas adicionales:

- Uno es el Grupo Territorial (GT) que es el principal organismo gestor de marca regional de turismo dentro de la comunidad, municipal y provincial.
- El otro es un grupo regional que es el principal responsable de la marca de regiones turísticas con múltiples provincias y amplias áreas como destinos.

GT es la principal marca regional de turismo, se espera que aproveche al máximo cada característica local para diferenciarse de otras regiones y se convierta en un tema para promover rutas temáticas y destinos comunitarios. Ahora, los gobiernos locales, clústeres turísticos, agencias de desarrollo regional,

cámaras de comercio, asociaciones productivas, empresas turísticas, entre otros, trabajarán para que la marca regional aumente el valor de la misma y aprovechando los recursos locales se construya un sistema para aceptar visitantes. Nuevos productos y UPS nacen aquí y se crean relaciones entre los actores regionales.

Por otra parte, como el alcance es municipal, se espera una sinergia entre los actores para aumentar la estadia de los turistas de uno a tres días, lo cual es un incentivo para el trabajo colaborativo.

### 3. Grupo Regional (GR) / Región Turismo Estructura a Nivel de Gestión Regional

La marca regional, a nivel de un destino amplio, prevé un sistema de promoción exterior del destino. Las provincias de desarrollo turístico, los destinos existentes, los productos de TCS y los nuevos destinos comunitarios se incluyen en dicha promoción. El objetivo es llegar a un amplio abanico de actores de la cadena de valor del turismo y desarrollar la infraestructura dura, para mejorar la accesibilidad y la construcción de instalaciones turísticas; así como la infraestructura blanda, una red de información para el uso de las TIC, consiguiendo una duración de estancia promedio entre tres días y una semana.

### 4. Mesa de Coordinación Interinstitucional (MCI) / Estructura Central a Nivel de Política

El enfoque a nivel de política central consiste en proporcionar el apoyo adecuado en el momento óptimo acorde al nivel del producto turístico y su nivel de gestión regional. A su vez, difundir el TCS y formar un sistema continuo de posicionamiento de este en el exterior.

Adicionalmente, con el fin de diversificar los productos turísticos y mejorar las rutas y destinos, se preparan programas y herramientas de apoyo específicos indicando cuáles son los métodos y procesos para crear un entorno en el que el TCS sea fácil de difundir. Además, como uno de los pilares del turismo de la República Dominicana se construirá la marca TCS, que en sus inicios será promocionada en los espacios existentes con el objetivo de aumentar la competitividad del destino.

Dado que se necesita apoyo para diversos temas y diferentes niveles, el Ministerio de Turismo liderará el camino en la construcción de una plataforma para la colaboración, cooperación y coordinación entre ministerios, agencias relevantes y organizaciones privadas, teniendo en cuenta que, la promoción del TCS se posiciona como una de las políticas nacionales.

Así pues, se requiere un sistema para monitorear y retroalimentar las estrategias y planes de acción para mostrar como el TCS contribuye al desarrollo nacional y la mejora de la competitividad del turismo, puesto que se busca establecer un sistema de promoción para los afluentes de este consiguiendo que sea el segundo pilar del turismo después de "soy y playa".

### 5-3 El papel de cada actor en la estructura de implementación

Anteriormente se mostró el panorama completo de los cuatro básicos del sistema de aplicación para la promoción del TCS. Sin embargo, como son los actores público-privados los que forman estos sistemas, en esta sección se muestra el papel previsto para cada uno de ellos.

#### 1. Organizaciones gubernamentales

##### Ministerio de Turismo (MITUR)

El MITUR liderará la promoción del TCS; compilará estrategias y propondrá enmiendas; implementará y coordinará medidas y políticas para implementar estrategias y monitoreará el estado de implementación. En el nivel central, la Dirección de Planificación de Proyectos (DPP) y el Viceministerio de Gestión de Destinos liderarán la planificación de estrategia, medida y políticas, junto con la coordinación con otros viceministerios como Viceministerio Técnico, Viceministerio de Desarrollo y Fomento, Viceministerio de Calidad de los Servicios Turísticos y el Viceministerio de Cooperación Internacional. Se realiza la coordinación entre los viceministerios y direcciones del MITUR, la coordinación con otros ministerios y organismos pertinentes y el sector privado.

Por otro lado, dentro de las funciones del MITUR, se encuentra la de proporcionar apoyo técnico, coordinación del desarrollo de infraestructura, métodos y herramientas de apoyo necesarios para las UP y GT. Al tiempo que registran las solicitudes de apoyo para los productos del TCS y los destinos comunitarios.

En nivel regional, son las oficinas regionales junto con las oficinas provinciales ubicadas en los principales destinos turísticos y ciudades quienes sirven como punto de contacto, asesoría y monitoreo a los productos TCS, UP y GT, coordinando con los actores locales, promoviéndolos en la región como destinos y brindando apoyo técnico. En materia de asistencia técnica, hacemos hincapié en la cooperación con otras organizaciones conexas de la región.

##### Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)

El INFOTEP desarrollará recursos humanos relacionados con TCS y se esforzará por mejorar la capacitación y los profesores para ese propósito. Esta institución es responsable de la creación de productos TCS, la adquisición de tecnologías individuales en el negocio del turismo y la capacitación del personal involucrado en la promoción del turismo regional. También coordina el fortalecimiento de las capacidades de los recursos humanos básicos como los jóvenes líderes y asesores y la cooperación activa con otros ministerios, entidades relevantes y las universidades locales.

Se promoverá el programa de integración de desarrollo de recursos humanos del TCS, incluida la planificación de nuevas capacitaciones, el establecimiento de una ventana que facilite el acceso a actores

locales, la provisión de catálogos de desarrollo y el envío de asesores especializados. Además, los grupos de trabajo satélite y los asesores regionales ya tienen una amplia experiencia en la realización de capacitación comunitaria, por lo que utilizan dicho marco de implementación para identificar las necesidades y hacer un seguimiento de la implementación de la capacitación y las oficinas regionales proporcionan los recursos y el apoyo técnico necesarios.

#### Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)

El MEPyD coordina los planes de desarrollo nacionales y sectoriales, monitorea el cumplimiento a los compromisos asumidos en la Estrategia Nacional de Desarrollo (END 2030) y los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS); así como, la coordinación con los organismos, organizaciones, agencias y países que otorgan cooperación no reembolsable. También, es responsable de la inclusión de TCS en la formulación e implementación de los planes de desarrollo municipal de los gobiernos locales.

#### Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MIMARENA)

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales promueve negocios del TCS como el ecoturismo dentro y alrededor de las áreas protegidas, fomenta intérpretes y participa en el Grupo Territorial de oficinas locales, provee la extracción y difusión de las buenas prácticas para la promoción de las TCS utilizando los recursos naturales.

Por otra parte, se considera promover la cooperación con proyectos de conservación ambiental a través de la utilización de encuestas y planes realizados hasta ahora, así como encuestas de desarrollo de ecoturismo construyendo parques nacionales y marcas de áreas protegidas.

#### Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM)

El MICM apoya el negocio del TCS de pequeñas y medianas empresas en la creación de nuevos productos del TCS, el fortalecimiento de la gestión empresarial y la promoción de productos regionales y artesanía popular. Integran a la estructura de los centros Mipymes básicos y especializados, asesores de Turismo Comunitario, utilizan programas de apoyo relacionados, como los programas de centro PyMES y OVOP en áreas rurales. Identifican buenas prácticas relacionadas con el negocio del TCS e introducen la marca TCS en la Semana Mipymes para presentar las iniciativas de pequeñas y medianas empresas.

#### Ministerio de Cultura (MC)

El MC apoya la promoción de negocios turísticos relacionados con la artesanía popular, los productos y servicios relacionados con la cultura. Descubre los valores culturales y apoya los eventos con la participación de los grupos regionales de la Casa de Cultura. También aportan en actividades para identificar buenas prácticas y crear conciencia sobre los valores culturales.

#### Otras organizaciones gubernamentales

88

Además de los ministerios y agencias que se han mencionado hasta ahora, también se involucrará a otras organizaciones gubernamentales relevantes como PRODOMINICANA y el Consejo Nacional de la Competitividad (CNC). El RD puede incluir TCS y marcas regionales en la marca nacional (Marca País) para mejorar la diversidad de esta. Mientras que el CNC apoya la promoción del TCS a través de agrupaciones regionales de turismo y apoya el fortalecimiento de la competencia en la industria del turismo en su conjunto, incluido el negocio del TCS.

También, el Ministerio de Juventud y el Ministerio de la Mujer son las entidades que promueven participación ciudadana al proceso de desarrollo incluyendo actividades turísticas en territorio.

## **2. Organizaciones privadas (nivel nacional)**

#### Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES)

ASONAHORE es capaz de cooperar en la venta y promoción de productos y servicios del TCS, así como de sensibilizar al sector turístico sobre este enfoque. De esta manera, es posible llegar a las asociaciones hoteleras locales y cadenas hoteleras, fortalecer la cadena de valor del turismo en la región y apoyar en ferias de turismo.

#### Asociación Nacional de Operadores Turísticos (OPETUR), Asociación Dominicana de Operadores Turísticos (ADOTUR), Asociación Dominicana de Agencias de Viajes (ADAVIT)

OPETUR, ADOTUR y ADAVIT son una unión de operadores turísticos y agentes de viajes intermediarios del TCS, tienen paquetes temáticos y circunstanciales que incluyen sitios donde el TCS está progresando, como UP y destinos comunitarios. Es por lo anterior, que la cooperación es posible en la creación y venta de tours.

#### Asociación Dominicana de Prensa Turística (ADOMPRETUR)

ADOMPRETUR apoya la promoción o introducción de los productos TCS individuales, destinos comunitarios y rutas temáticas, relaciones públicas y actividades de sensibilización para comunidades y presentación de las marcas turísticas regionales en el área amplia. Además, dentro de su premiación como el Premio Nacional de Periodismo Turístico "Epifanio Lantigua", se puede apoyar la implementación del Buenas Prácticas del TCS. También, contribuye a la mejora de la capacidad de la prensa turística mediante la celebración conjunta de press trips y seminarios para la prensa.

#### Otras organizaciones privadas

Teniendo en cuenta la amplia cadena de valor del sector turístico, extraeremos la independencia regional y la cooperación entre otras industrias, e involucraremos a una variedad de actores para que la promoción del TCS en general pueda ser óptima. Por último, la cooperación con la asociación de rental car y otro transporte privado también es posible.

89

## **3. Actores locales y regional**

#### Cámara de Comercio

Las Cámaras de Comercio e Industria en las provincias de todo el país pueden apoyar a UP y GT, promover la EXPO local y formar marcas regionales comunitarias. Por otro lado, la Cámara de Comercio e Industria de Santiago también está liderando la formación y operación de marcas regionales de turismo de área amplia en toda la región de Cibao y se está posicionando en EXPO Cibao.

#### Universidades

Además de desarrollar recursos humanos para los jóvenes locales, las universidades también pueden proporcionar apoyo directo a UP y GT, pues son capaces de cooperar con los actores locales, como por ejemplo con estudios de mercado e iniciativas de innovación.

#### Otras organizaciones regionales, como las ONG locales

Las ONG de desarrollo regional y los clústeres de turismo pueden promover TCS participando en GT y GR, apoyar a UP's individuales y también pueden apoyar la formación de marcas regionales de turismo comunitario. Es así, como se espera que GT y GR desempeñen un papel de liderazgo junto con la Cámara de Comercio e Industria y también sea posible apoyar la implementación de medidas.

#### Gobiernos locales

A nivel de municipio desempeñan un papel importante en la participación en los GT, los alcaldes, ayuntamientos y directores de barrios especiales para apoyar a UP individuales. Las marcas regionales comunitarias deben ser promovidas por los ayuntamientos, relacionar otros sectores de la región, profundizar el regionalismo y posicionarse a nivel nacional e internacional. Si el alcalde y el director tienen un alto compromiso y comparten una visión, pueden realizarla de manera efectiva. Además, aunque es lo mismo a nivel de provincia, el efecto es limitado porque los recursos son menores, pero se puede esperar que sea un coordinador por cooperación entre el municipio y la marca basada en temas en un área amplia.

#### Grupos comunitarios

El papel de los grupos comunitarios como las Juntas de Vecinos y los grupos de productores de otros sectores también son importantes en la promoción del TCS. Además de participar en GT, también pueden desempeñar un papel activo como UP basado en los propios productos del TCS.

## **5-4 Herramientas para apoyo a implementación**

En el proyecto de desarrollo del TCS en la Región Norte, se han llevado a cabo actividades concretas en las comunidades, municipios y provincias en consonancia con esta estrategia de visión 2030. Muchos

90

actores ya han iniciado un negocio de turismo comunitario, creado, vendido y recibido visitantes y los grupos de gestión territorial de turismo están llevando a cabo actividades para promover rutas temáticas y destinos comunitarios.

En apoyo de estas actividades, también se han fortalecido el desarrollo de recursos humanos, el apoyo técnico, la creación de materiales y el apoyo a la promoción. Se resume el conocimiento y las lecciones aprendidas de estas experiencias de campo y se proponen manuales para que los actores que promueven el TCS, como los líderes regionales, facilitadores y coordinadores del Ministerio de Turismo, puedan fortalecer y ampliar sus actividades. Estos manuales están diseñados para orientar a cada unidad a alcanzar sus objetivos utilizando procedimientos y técnicas, combinan guías prácticas de actividades que resumen cómo hacerlo a partir de la experiencia de actividades individuales.

Esperamos que se utilicen diversos manuales y guías prácticas de actividades para implementar las medidas propuestas en esta estrategia de manera más efectiva en el sitio y para ayudar a expandirse a las regiones Sur y Este recientemente implementadas.

Los principales manuales que se han elaborado son los siguientes.

- Manual para emprendedor de turismo comunitario sostenible (TCS).
- Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales en base a la experiencia del Proyecto de Turismo Comunitario.
- Manual para Promoción de TCS Autoridades Locales y Grupos Territoriales.
- Manual para utilización de capacitación para TCS para las Comunidades).
- Manual de Operación Básica de las Oficinas Regionales para turismo regional y comunitario.

91

## Glosario

**Buenas Prácticas Sanitarias – BPS:** Son los principios básicos y prácticas operativas generales de higiene para el suministro y distribución del agua para consumo humano, con el objeto de identificar los riesgos que pueda presentar la infraestructura.

**Cadena productiva:** Sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado.

**Clúster:** Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.

**Competitividad:** El conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país. Una economía competitiva, se cree, es una economía productiva. Y la productividad conduce al crecimiento, que permite niveles de ingresos más altos y mejor calidad de vida.

**Comunidades locales:** Un conjunto de seres humanos que habitan en un área común y se relacionan los unos con los otros, comparten rasgos comunes (como el idioma, las costumbres, los valores, etc.), o algún tipo de contexto de encuentro.

**Diversificación:** La diversificación turística nos da la oportunidad de ocupar la oferta turística del país en aquellas temporadas tradicionales de vacaciones y con esto acolchonar un poco las drásticas caídas de afluencia de turistas a los destinos en las "temporadas bajas".

**Economía digital:** También conocida como "Economía en Internet", "Nueva Economía" o "Economía Web", se refiere a una economía basada en la tecnología digital. La economía digital se constituye como un ecosistema, en el que convergen la infraestructura de las redes de comunicación, los servicios de procesamiento y las tecnologías web, y las/os usuarias/os finales (individuos, empresas, gobierno), y será el grado de desarrollo y complementación de estos componentes lo que define el nivel de avance de cada país.

**Empoderamiento territorial:** Reconocer el valor de la región y crear una conciencia autónoma, no solo desde la óptica del turismo sino también del desarrollo regional. El empoderamiento promueve coordinación, cooperación y colaboración entre las entidades locales, contribuye a la revitalización de la región en su conjunto y mejora la capacidad para resolver los problemas locales por cuenta propia.

**Estacionalidad:** En el contexto del turismo, significa que los flujos o corrientes turísticas tienden a concentrarse en torno a determinadas épocas del año, repitiéndose este proceso anualmente.

92

**Nuevos mercados:** Abrir oportunidades de comercialización de los servicios turísticos de un territorio en nuevas regiones, países o grupos etarios.

**Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):** Son el plan maestro para conseguir un futuro sostenible para todos. Se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia.

**Organización Mundial del Turismo (OMT):** es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

**OVOP (One Village One Product):** Es una herramienta para la promoción local sostenible. Es un modelo de desarrollo local de origen japonés, cuyo principal objetivo es fortalecer el orgullo y la identidad de las comunidades mediante productos o servicios únicos y propios, resultado del aprovechamiento de las potencialidades de los recursos con los que cuentan los territorios, el trabajo y esfuerzo de los actores locales privados y públicos. La ejecución de esta estrategia busca fortalecer la cohesión social y la autonomía económica de las comunidades para la consecución de la paz.

**Patrimonio:** conjunto de bienes, derechos y obligaciones con los que una persona, grupo de personas o empresa cuenta y los cuales emplea para lograr sus objetivos.

**Patrimonio cultural inmaterial:** comprende tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo; saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional y monumentos y colecciones de objetos. Es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. Su comprensión contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida. La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados.

**PIB:** El producto interno bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un territorio en un determinado periodo de tiempo. Se utiliza para medir la riqueza que genera un país.

**Producto turístico:** Es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades,

94

**Estrategias:** Definición de medios, acciones y recursos para el logro de los objetivos. Para su formulación se consideran las condiciones sociales, institucionales, administrativas, políticas y económicas, entre otras. Se materializa a través de programas, subprogramas y proyectos.

**Foráneo:** adjetivo que hace referencia a lo extranjero o ajeno. El término puede aludir a una persona, a un objeto, a una costumbre, etc.

**Gobernanza:** Es un nuevo concepto que, en su definición general, analiza el funcionamiento del Estado, pero también su interacción y relación con otros actores públicos y privados.

**Grupo etario:** Grupos de individuos clasificados de acuerdo con la edad.

**Indicador:** Son instrumentos útiles para medir el logro de las metas, así como para el logro del objetivo. Un indicador es una señal que se puede observar y medir fácilmente. Es la conjugación de mínimo dos variables específicas, verificables objetivamente, para determinar los cambios o resultados de una actividad, objetivo o meta.

**Información Primaria:** Conjunto de datos de fuentes externas provenientes de las instancias con las cuales la organización está permanentemente en contacto, así como de las variables que no están en relación directa con la entidad, pero que afectan su desempeño.

**Infraestructura de doble uso:** Corresponde a la infraestructura física y tecnológica que pueden responder a las necesidades tanto de la comunidad, como de otra industria o sector económico.

**Infraestructura turística:** dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio que, además de sostener sus estructuras sociales y productivas, condiciona el desarrollo turístico de un destino. Los servicios y elementos para dicho fin son:

- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobuses, taxis, etc.
- Caminos: Rutas existentes.
- Servicios generales: Comercio, salud, educación, telecomunicaciones, etc.
- Servicios básicos: Acceso al agua, electricidad, telefonía, entre otros.

**Innovación:** Proceso mediante el cual la sociedad extrae del conocimiento beneficios económicos, ambientales y sociales. La innovación es una acción continua a lo largo del tiempo y abarca diferentes campos del desarrollo humano.

**Mercado turístico:** es un ámbito de manifestación de las relaciones económicas entre productores y consumidores de productos turísticos, en el que se realiza el proceso de convertir los servicios turísticos en dinero y viceversa. Cada productor y consumidor de productos turísticos tiene sus propios intereses económicos, que pueden no coincidir. Cuando concurren, hay un acto de compra y venta de producto turístico.

93

otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan.

**Reinversión:** es la incorporación de los fondos adquiridos en un proyecto de inversión, puede ser en el mismo o en otro diferente. Se invierten los beneficios obtenidos de un proyecto en el mismo, en vez de retirar la inversión, de esta manera se incrementan los rendimientos.

**Restricciones migratorias:** Medidas que reglamentan, regulan o prohíben el movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas.

**Sinergia:** Beneficio extra que dos o más empresas obtienen cuando trabajan juntas o se fusionan. Proviene del griego y significa trabajo en equipo.

**Slow travel:** Se centra más en la calidad de los viajes. Llega para cambiar el método de llenar listas de ciudades y de lugares "por conocer", para defender un nuevo mecanismo que invita a compartir más con las personas del lugar con calma, en sintonía con el ambiente, desconectándose un poco de su cotidianidad y el ritmo habitual para así disfrutar al máximo de las vacaciones.

**TIC:** Es la abreviatura de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Son el conjunto de tecnologías desarrolladas en la actualidad para una información y comunicación más eficiente, las cuales han modificado tanto la forma de acceder al conocimiento, como las relaciones humanas.

**Turismo de crucero:** Es la actividad que se realiza a bordo de un barco o buque, el cual brinda a sus pasajeros todos los servicios y facilidades similares a los de un gran hotel o resort del mundo.

**Turismo de masas:** es aquel tipo de turismo que conlleva el desplazamiento de un gran número de personas hacia destinos preponderadamente de sol y playa y culturales, por su carácter popular, con la finalidad de recorrer, conocer y absorber los destinos sin un control o capacidad de carga establecida. generalmente organizados por entidades que operan en el sector turístico. Esta forma de turismo se desarrolló durante la segunda mitad del siglo XIX en el Reino Unido y fue introducida por Thomas Cook.

**Turismo MICE:** El turismo MICE se define como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, de ocio, profesionales o asociativas, a través de la realización de negocios, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares, como, por ejemplo: jornadas, presentaciones de producto, conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos etc., convocados con diferentes propósitos y magnitudes.

**Turismo sostenible:** Todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad.

95

**UNWTO:** World Tourism Organization, Organización de turismo mundial.

**WTTC:** World Travel & Tourism Council: Autoridad mundial de Viajes y Turismo.

#### Anexos

- Plan de Desarrollo del TCS de la Región Norte (Modelo la Estratégica por Región)
- Diagnóstico de potenciales de TCS en 31 provincias de la República Dominicana
- Memoria de acciones de las Unidades Productivas y los Grupos Territoriales del TCS en la Región Norte
- Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales
- Manual para promoción de TCS
- Manual para utilización de programa del TCS-INFOTEP (Para las Comunidades)
- Manual de Operación Básica de las Oficinas Regionales para turismo regional y comunitario

#### Referencias

Ministerio de Turismo, República Dominicana. (21 de Diciembre de 2021). <https://www.mitur.gob.do/>.

Obtenido de MITUR: <https://www.mitur.gob.do/noticias/el-ministro-collado-destaco-que-a-la-fecha-se-ha-recuperado-el-73-de-los-no-residentes-recibidos-de-enero-a-noviembre-del-2019/>

Organización Mundial del Turismo. (30 de Noviembre de 2021). *eLibrary*. doi:10.18111

Organización Mundial del Turismo. (2022). *Asistencia técnica para la recuperación turística COVID - Informe preliminar, diagnóstico y planificación posterior*. Informe preliminar, Santo Domingo.

World Tourism Organization. (Enero de 2020). *eLibrary UNWTO*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2021.19.1.1>

World Tourism Organization. (Enero de 2022). *eLibrary*. doi:<https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>



TURISMO  
COMUNITARIO  
SOSTENIBLE

## Plan de Desarrollo del Turismo Comunitario Sostenible en la Región Norte de la República Dominicana Modelo de Estrategia Regional

Febrero de 2022



### Plan de Desarrollo del Turismo Comunitario Sostenible

Elaborado por:

**Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible basado en la Comunidad en la Región Norte**

Ministerio de Turismo (MITUR)  
Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)  
Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)  
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

República Dominicana

Febrero de 2022

## Contenido

Capítulo 1. Introducción .....	2
1-1 Modelo de Estrategia Regional de Desarrollo del TCS .....	2
1-2 Posicionamiento de esfuerzos realizados en la Región Norte (Cibao) .....	3
1-3 Estructura de este documento .....	4
Capítulo 2. Situación actual y retos del TCS en la Región Norte .....	5
2-1 Potencial del TCS en la Región Norte .....	5
2-2 Desafíos del TCS en la Región Norte .....	8
Capítulo 3. Concepto básico y plan básico de desarrollo de TCS en la Región Norte .....	10
3-1 Visión 2030 de desarrollo de TCS en la Región Norte .....	10
3-2 Estrategia de desarrollo de TCS en la Región Norte .....	10
3-3 Plan básico y metas a largo, mediano y corto plazo de la Región Norte .....	11
Capítulo 4 Plan de Implementación por Subregión .....	16
4-1 Plan de implementación del Cibao Norte .....	16
4-2 Plan de implementación del Cibao Noroeste .....	20
4-3 Plan de implementación del Cibao Noreste .....	23
4-4 Plan de implementación del Cibao Sur .....	26

## Capítulo 1. Introducción

### 1-1 Modelo de Estrategia Regional de Desarrollo del TCS

#### La necesidad de una estrategia regional de desarrollo del TCS

La "Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible" busca implementar medidas que estén alineadas con cada uno de los seis ejes estratégicos planteados, generando actividades concretas en el ámbito central, regional y comunitario que permitan fortalecer gradualmente los esfuerzos existentes para expandirse a otras regiones construyendo conexiones orgánicas entre cada nivel. Este trabajo simultáneo que cubre diversas temáticas en múltiples capas da pie a un sistema de implementación realista acorde al lugar de aplicación donde la región y la comunidad son los protagonistas.

Es importante destacar que en el área donde se implementa el TCS cohabitan diferentes situaciones, tanto de nivel como de antecedentes turísticos, por ejemplo, la relación entre el turismo y la región; la relación entre los diversos actores que componen la cadena turística; el potencial de los recursos regionales; las tendencias de mercado; entre otros, lo que hace necesario que se tenga un enfoque particular en cada región que aporte a su vez a la visión global para así conseguir el resultado esperado.

Para cumplir con el propósito del TCS es necesario vincular a cada región e implementar una visión estratégica que contenga planes de acción concretos para todos los actores, donde cada área encuentre cuáles son sus metas a corto, mediano y largo plazo basadas en su potencial para alcanzar los objetivos planteados de forma eficiente, puesto que el principal error es promover esfuerzos o acciones aisladas por negocio o territorio. Por eso se propone formular el plan dividiendo el territorio nacional en tres regiones, de acuerdo a los contextos de cada una, esto va a permitir la expansión a nivel nacional en 2030 del TCS.

#### Modelo para la difusión a nivel nacional

Partiendo de los aprendizajes y descubrimientos obtenidos en la Región Norte (Cibao) se construirá el modelo regional en el corto plazo para ser socializado con las demás áreas.

Las tres regiones en las que se plantea dividir el territorio para establecer un plan de desarrollo del TCS son:

- 14 provincias de la Región Norte, tesoro de casos para estudiar y replicar.
- 8 provincias de la Región Este (Desde Santo Domingo hasta Punta Cana-Bávaro), el centro de desarrollo turístico del país.
- 9 provincias de la Región Sur, donde se espera el futuro desarrollo turístico.

La estrategia regional de desarrollo del TCS que se trata en este documento es la estrategia de la Región Norte, un ejemplo avanzado de la zona objetivo del proyecto implementado por el MITUR y el INFOTEP junto con JICA y se propone utilizar el modelo como referencia para formular estrategias en otras regiones.

Teniendo en cuenta los ejes estratégicos y las medidas indicadas en la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS, es necesario investigar la situación e identificar el potencial de cada

región para diseñar el plan de desarrollo (plan básico / plan de implementación) de cada una de estas.

### 1-2 Posicionamiento de esfuerzos realizados en la Región Norte (Cibao)

Con base en la situación actual del turismo en la República Dominicana se plantea la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS, este documento compila la visión, principios básicos para el desarrollo de TCS, las seis estrategias propuestas, el sistema de implementación, los roles de cada organización y la hoja de ruta detallada, todo con la mirada puesta en 2030.

La Región Norte de la República Dominicana tiene antecedentes de desarrollo en TCS, por tanto, es el punto de partida para el plan regional que se plantea, cuyo objetivo es comprender y analizar el estado actual del desarrollo turístico, potencial, características únicas, actores regionales y demás variables de cada una de las regiones frente al turismo comunitario; para así tener una base informativa veraz que permita implementar el TCS de manera concreta.

Ahora bien, se requiere de la participación de todos los actores de la cadena turística y la región para crear productos, rutas temáticas e impulsar destinos en torno al TCS, por lo cual es importante que se construya la marca que va a representar las experiencias ofertadas, así se trabaja en diferenciación y atracción, para expandir los beneficios del turismo en el país.

En el presente documento, se observa el plan de desarrollo usado en la Región Norte, su plan básico e implementación, puesto que representa el modelo para replicar en las otras dos regiones planteadas.

#### Antecedentes del Desarrollo del TCS en la Región Norte

La Región Norte ha sido el destino turístico de la República Dominicana desde el principio, siendo pionera en el desarrollo turístico de balneario por parte de capital extranjero. Sin embargo, en el 2003 empezó un declive en este enfoque.

Además, en dicha región existen varios destinos que aprovechan los recursos locales para el turismo, pero los esfuerzos son dispersos. En 2009 un proyecto implementado en la provincia de Puerto Plata por el MITUR y el INFOTEP con el apoyo de JICA da inicio al desarrollo turístico, luego en 2016 se inicia la implementación del TCS con un área objeto que se ha extendido a 14 provincias de la región. Por tanto, se busca dar continuidad a esta tendencia comunitaria en el país aprovechando los resultados ya obtenidos.

Otro punto a resaltar es la presencia de tres aeropuertos internacionales en la Región Norte lo cual facilita la conexión desde la capital del país y la movilidad de turismo interno. Por ende, el modelo busca conectar desarrollo turístico y regional donde la comunidad local sea protagonista para generar la expansión nacional de sus iniciativas (know-how).

#### Comparación con otras regiones

A continuación, se hace un derrotero de los antecedentes que ha vivido el país en torno a temas de desarrollo de TCS



- La Región Norte consta de cuatro subregiones con diferentes características conformadas por 14 provincias y ha trabajado TCS desde 2016.
- La Región Este está conformada por 5 provincias, que comprenden la creciente región de Punta Cana – Bávaro (líder en el desarrollo turístico de la República Dominicana); conexión con la parte sur donde se encuentran destinos turísticos como La Romana, Bayahibe y Juan Dolio; enlace con la parte norte que incluye Miches, el Distrito Nacional de Santo Domingo (donde se encuentra la Ciudad Colonial de Santo Domingo declarada Patrimonio de la Humanidad por UNESCO). También tres provincias (Santo Domingo, San Cristóbal y Monte Plata) que se sitúan a 50 km de la capital, donde se espera un desarrollo turístico basado en viajes de un día.
- La Región Suroeste, compuesta por 4 provincias del suroeste como Barahona y Pedernales y 5 provincias del oeste como Azua, Baní y San Juan. Esta región es rica en recursos naturales y aún no ha experimentado un desarrollo turístico a gran escala. Su tasa de pobreza es más alta que en otras regiones.

**1-3 Estructura de este documento**

- El Capítulo 2, "Situación actual y desafíos del TCS en la Región Norte", brinda una descripción general del estado actual del turismo y el potencial del TCS en la Región Norte analizando también los desafíos que supone este desarrollo.
- En el Capítulo 3, "Concepto básico y plan básico de desarrollo de TCS en la Región Norte", se establecen la visión de desarrollo del TCS en dicha región, de acuerdo a la situación actual, teniendo en cuenta los conceptos, planes y metas a abordar.
- En el Capítulo 4, "Plan de implementación para cada subregión", se dividen las 14 provincias de la Región Norte en cuatro subregiones con sus lemas respectivos. Se establece, además, la proyección de lo que se espera en cada una de ellas de acuerdo con los planes de acción y las metas planteadas.

**Capítulo 2. Situación actual y retos del TCS en la Región Norte**

**2-1 Potencial del TCS en la Región Norte**

Turismo en la Región Norte

Las 14 provincias de la Región Norte de la República Dominicana se conocen como *Región del Cibao*, allí destaca su riqueza natural y cultural. En esta zona se construyó el primer asentamiento europeo del nuevo continente y se inició la colonización, además se encuentran los restos de la cultura de los taínos y los recursos históricos relacionados con la independencia.

Así mismo, las tierras altas del Pico Duarte (el pico más alto del Caribe), se extienden en el interior de la región generando un clima diverso donde algunas áreas llegan a temperatura bajo cero, lo cual genera variedad en agricultura, silvicultura y pesca. Allí también se encuentran las Provincias de Puerto Plata, Samaná, Provincias de Monte Cristi y María Trinidad Sánchez donde se ha avanzado el desarrollo turístico de playa; Provincia de Santiago (segunda ciudad más grande del país), Provincia de La Vega con su balneario de veraneo en la sierra y los destinos turísticos de Sosúa, Cabarete.

Esta variedad de recursos naturales y culturales favorecen el desarrollo de TCS, puesto que además se cuenta con buenos accesos en la zona lo cual facilita la realización de excursiones en vehículos privados o alquilados.



Figura 2-1: 14 provincias de la Región Norte

Potencial del TCS en la Región Norte

El estudio anterior recopiló los recursos potenciales en cada una de las 14 provincias a partir de los cuales se crearon productos turísticos operados por comunidades, contando con el apoyo del proyecto TCS. En total se cuenta con 90 atractivos identificados, en operación y con alto

potencial de desarrollo.



Figura 2-2: Recursos turísticos con potencial de TCS de la Región Norte

Para 2021, el Proyecto TCS apoyó 31 negocios turísticos de las UP, un porcentaje de ellos utilizaron los recursos identificados, mientras que otra parte desarrolló sus negocios en torno a actividades locales, esto demuestra que el potencial es aún mayor al identificado en un inicio, sin embargo, se encontró que algunos productos tenían dificultades para la comercialización. Estos aprendizajes y datos se ven reflejados en las pautas dadas por la Visión Estratégica 2030. Finalmente, hay 14 grupos de territorios (GT) preparados para dar continuidad a una futura gestión de destinos turísticos por parte de actores regionales.

Nivel de desarrollo turístico por provincia

Pese a la riqueza natural y cultural de la Región del Cibao, los niveles de desarrollo son desiguales. Por ejemplo, el desarrollo turístico de balneario por "sol y playa" está concentrado en las zonas costeras de Puerto Plata, María Trinidad Sánchez (en menor medida) y de la Península de Samaná. En cuanto a otras provincias como Jarabacoa y Constanza (La Vega) el desarrollo es a pequeña escala.

Estas desigualdades en las 14 provincias hacen que el enfoque para promover el TCS sea diferente en cada una. Por lo tanto, se establecieron tres categorías para identificar el nivel de desarrollo turístico aproximado y proponer métodos de intervención acordes.

- 1) **Provincia con el desarrollo turístico maduro:** Es una provincia que ya pasó el período de establecimiento en términos de infraestructura, estructura y organización turística y comprende destinos turísticos del período de estancamiento, declive o regeneración. Puerto Plata es la única provincia turística, si bien el desarrollo turístico ha llegado a su clímax, la curva de crecimiento se ha desacelerado, por lo que es una provincia que debe considerar el proceso de diversificación.
- 2) **Provincia con el desarrollo turístico en crecimiento:** En términos de estructura

turística, número de visitantes y productos complementarios, el desarrollo turístico ha comenzado y es una provincia con destinos turísticos en período de crecimiento y establecimiento. Las provincias de La Vega, Samaná, María Trinidad Sánchez, Santiago y Monte Cristi corresponden a esta categoría.

- 3) **Provincias en vías de desarrollo turístico:** Es una provincia donde el desarrollo turístico aún se encuentra en las primeras etapas y la estructura turística básica aún no se ha formado, los turistas llegan esporádicamente y no se ha podido identificar cuál es la situación. Corresponden a esta categoría las Provincias de Dajabón, Valverde, Santiago Rodríguez, Monseñor Nouel, Hermanas Mirabal, Duarte y Espaillat.



Figura x: Nivel de desarrollo turístico de las provincias de la Región del Cibao

Tabla x: Clasificación del nivel de desarrollo turístico y las provincias correspondientes de la Región del Cibao

Clasificación	Características	Provincias correspondientes
Provincias con el desarrollo turístico maduro	La economía del turismo se ha establecido y se está llevando a cabo un alto nivel de desarrollo turístico.	Puerto Plata (POP)
Provincias con el desarrollo turístico en crecimiento	Cuenta con infraestructura turística y estructura turística, y hay ofertas turísticas. Tienen un cierto nivel de visitantes.	La Vega (VEG), Samaná (SAM), María Trinidad Sánchez (MTS), Santiago (STI), y Monte Cristi (MTC)
Provincias en vías de desarrollo	Se encuentran en la etapa inicial del desarrollo turístico. Hay estructuras	Dajabón (DAJ), Valverde (VAL), Santiago Rodríguez (SAR), Monseñor Nouel (MSN), Hermanas Mirabal



desarrollo turístico	turísticas básicas y visitantes esporádicas, pero no tienen identificada la situación.	(HEM), Duarte (DUA), y Espaillat (ESP).
----------------------	--	---

## 2-2 Desafíos del TCS en la Región Norte

En esta sección se enumeran los temas relacionados con el desarrollo de TCS en la Región Norte junto con los desafíos regionales, hay algunas superposiciones con los desafíos vistos en la Visión Estratégica 2030.

### Estancamiento del desarrollo turístico en Puerto Plata y Samaná

En Puerto Plata, el desarrollo turístico avanzado se realizaba principalmente con el capital extranjero y alcanzó su punto máximo alrededor de 2003. Sin embargo, cinco años después, el número de turistas se redujo casi el 50%, así mismo pasó de centrarse en los turistas internacionales, a los turistas nacionales. Comenzaron a buscar un desarrollo turístico más diverso más allá de los complejos hoteleros y en Samaná se inauguró un nuevo aeropuerto internacional, además se conectó con Santo Domingo por una autopista. Con estas acciones se esperaba que creciera más el desarrollo turístico, pero la mayoría de inversión sigue concentrada en la región oriental.

### Tendencias que enfatizan el desarrollo de balnearios

No es fácil romper con el desarrollo de balnearios, que ha sido la tendencia del desarrollo turístico hasta el momento en Puerto Plata, los actores locales buscan cómo volver al pico del turismo experimentado hace 20 años replicando las mismas acciones esto hace que los balnearios existentes tengan instalaciones envejecidas y no pueden competir al mismo nivel con los destinos turísticos emergentes. Si existe el deseo de tomar nuevas iniciativas, pero en temas de promoción repiten campañas para atraer turistas dónde solo cambia el país objeto.

### Esfuerzos puntuales para diversificar productos

En los últimos años, los actores locales han llevado a cabo esfuerzos para diversificar los productos turísticos. El problema radica en que desarrollan iniciativas aisladas sin contemplar conexiones o rutas completas para los visitantes. Son buenas iniciativas en zonas sin desarrollo turístico que no ven la luz porque no hay un trabajo integral. Los esfuerzos para desarrollar rutas y circuitos temáticos con ese propósito apenas han comenzado.

### Falta de conciencia de cooperación y coordinación entre los actores

Es necesario compartir la visión de desarrollo de la región y la dirección del impulso turístico entre todos los actores regionales con plena conciencia para materializar las iniciativas, más allá de solo anuar esfuerzos para desarrollar rutas y circuitos temáticos, es importante realizar gestión de destinos.

### Compromiso limitado de la comunidad

La comunidad pierde la oportunidad de aprovechar los recursos locales como motor turístico por falta de conciencia, no se reconocen como protagonistas. Aunque algunos actores locales trabajan por el desarrollo, no se tiene una conciencia de comunidad por lo que el impacto se

limita. Además, hay muchos lugares donde los gobiernos locales carecen de comprensión y acciones concretas para el desarrollo turístico.

### Falta de liderazgo del área amplia

La Región Norte es muy accesible debido a los aeropuertos internacionales y las principales carreteras además cuenta con importantes instalaciones turísticas, es rica en diversidad regional y tiene la identidad del "Cibao" que puede diferenciarla de otras regiones, por lo que tiene un potencial alto como un destino regional. Sin embargo, no existe una organización o iniciativa líder para difundir el concepto de destinos de área amplia y animar toda la región. En el pasado, la organización de Santiago tomó la delantera, pero aún no ha logrado definir su rumbo como un destino de área amplia.

### Esfuerzos realizados hasta ahora

Teniendo en cuenta lo mencionado, en el proyecto TCS iniciado en 2016, se establecieron bases de desarrollo en las oficinas regionales del MITUR y del INFOTEP de Puerto Plata y Cibao Noroeste, y se realizaron actividades piloto. A partir de 2019, se han realizado esfuerzos extendidos al Cibao Sur y al Cibao Noreste. Se extendió el apoyo en tres niveles: nivel comunitario, nivel regional y nivel central. Igualmente, se realizaron esfuerzos destinados a formar negocios turísticos y grupos territoriales de alianza público-privada y desarrollar destinos turísticos de área amplia "Cibao". Estas acciones forman la base del "Concepto Básico y Plan Básico de Desarrollo de TCS en la Región Norte" que se muestra en el siguiente capítulo.

## Capítulo 3. Concepto básico y plan básico de desarrollo de TCS en la Región Norte

### 3-1 Visión 2030 de desarrollo de TCS en la Región Norte

¿Cuál ha sido la dirección del desarrollo del corto, mediano y largo plazo para formar la Región Norte como un destino de área amplia caracterizada por el TCS? Se mostrará la dirección de desarrollo y el plan de acción, después de establecer la proyección para el 2030. En el próximo capítulo se verán productos turísticos y el plan de acción relacionado con la operación de destinos turísticos de cada subregión.

### Visión y concepto de desarrollo de TCS en la Región Norte

Se establece, provisionalmente, la siguiente visión de desarrollo de TCS en la Región Norte:

En cada una de las 14 prefecturas de la región norte, están creados por la iniciativa de la comunidad productos turísticos que aprovechan la naturaleza, la cultura y la industria características, y están generados diversos destinos comunitarios locales llenos de atractivos, conectándose orgánicamente como rutas y circuitos temáticos con los destinos turísticos y las principales ciudades. Toda la Región Norte es ampliamente reconocida tanto dentro como fuera de la región como un destino turístico de área amplia "Cibao" que brinda una amplia variedad de experiencias además del turismo de playa, y está promocionada como un destino turístico característico en el Mar Caribe.

El concepto provisional es el siguiente:

"Descubre Cibao, experiencia real de la República Dominicana"

¿Quieres experimentar la verdadera República Dominicana? Sumérgete en más de 150 playas; explora las cumbres más altas del Caribe a 3,000 metros sobre el nivel del mar; aprende sobre la historia de los taínos, los primeros asentamientos europeos en las Américas; la independencia y el nacimiento del merengue; vívelo todo de mano de los locales con el carácter alegre y amistoso que los representa ¿Dónde? En Cibao, cuatro subregiones distintas, todas las aventuras que buscas para hallar tu República Dominicana favorita

### 3-2 Estrategia de desarrollo de TCS en la Región Norte

La Estrategia de Desarrollo de TCS se establece con base en las características de la Región Norte y es altamente relevante para toda la región. Las siguientes son las seis líneas incluidas en la Visión 2030:

- Estrategia 1: Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecimiento de los negocios turísticos utilizando los recursos locales.
- Estrategia 2: Desarrollar las marcas territoriales para aumentar el valor de las comunidades locales.
- Estrategia 3: Fortalecer las promociones que utilizan TIC para mejorar el posicionamiento del TCS.
- Estrategia 4: Fortalecer el desarrollo de los recursos humanos para promover el TCS en varios niveles.

- Estrategia 5: Mejorar el mecanismo de apoyo y fortalecer la gobernanza.
- Estrategia 6: Crear un ambiente seguro y mejorar la resiliencia del turismo

De estas estrategias se espera que la comunidad local se convierta en la protagonista del desarrollo turístico y se materialicen actividades en un área amplia.

### 3-3 Plan básico y metas a largo, mediano y corto plazo de la Región Norte

Con el objetivo de promover la Visión de TCS en la Región Norte, teniendo en cuenta las estrategias relacionadas, aquí se muestran la dirección del desarrollo y los planes de acción a largo, mediano y corto plazo. Se plantea que estas acciones sean realizadas principalmente por UP, GT y GR del sistema de implementación en la Región Norte, y el nivel central jugará un rol de apoyo.

#### Dirección de desarrollo a largo plazo en la Región Norte

Ampliando la transmisión de la marca "Cibao" como destino de área amplia, se posiciona en la promoción turística de la República Dominicana y las marcas nacionales, y constantemente se crean nuevos productos cobijados por dicha marca. Se han establecido cuatro circuitos y rutas turísticas en la región, y se ha optimizado el sistema de implementación de operación sostenible de la marca "Cibao" para una operación más efectiva y eficiente. El intercambio activo y la difusión como modelo para otras regiones ha ampliado el reconocimiento tanto dentro como fuera del país.

Un concepto importante en el desarrollo del TCS en la Región Norte es "Cibao", que se superpone con el área geográfica y puede verse como un símbolo de la identidad que una esta región, contrastado con la capital, la historia de los taínos y la llegada de los europeos a las Américas después de Colón.

Los circuitos y rutas turísticas que componen la experiencia de Cibao incluyen cuatro subregiones y buscan conectarlas con otros destinos y ciudades, con productos locales y rurales para así atraer turistas. Estos son, Circuito turístico "Esencia de Sabor" que conecta las cuatro provincias del Cibao Noroeste; Circuito turístico "Fuentes de Agua de Cibao" que conecta las tres provincias del Cibao Sur; Corredor turístico "100 costas (provisional)" que conecta 5 provincias de la costa del Cibao Norte; Corredor turístico "Tierra que produjo el mejor cacao del mundo" que conecta 6 provincias del área interior del Cibao Norte y el Cibao Noreste.

Estos son los temas base para construir los circuitos y corredores turísticos que brindarán una experiencia integral aprovechando los recursos locales dando como resultado un destino de área amplia donde no solo la playa sea protagonista, así se aumenta la competitividad y se posiciona como región turística diversa y única.



Figura 3-1: Circuitos y corredores turísticos de en la Región Norte "Cibao" (borrador)

**Acción a largo plazo en la Región Norte**

- **Desarrollo de productos/negocios de TCS**
  - Ofrecer diversos productos aprovechando la facilidad de conexión entre diferentes destinos de área amplia en una excursión.
  - Establecer circuitos y corredores turísticos centrados en subregiones.
  - Realizar esfuerzos destinados a aumentar la duración de la estadía en los destinos de área amplia.
  - Vender productos de Cibao en sitios estratégicos en un área amplia como "Michi no Eki (Estación en Carretera)".
  - Crear nuevos productos basados en la información de mercado.
  - Realizar concursos para la creación periódica de productos.
- **Sistema de operación turística: Optimización**
  - Optimizar el sistema de operación de destinos de área amplia para construir un sistema sostenible.
  - Establecer un sistema de operación sostenible.
  - Crear un sistema de membresía para el sistema de operación de destinos de área amplia.
  - Asegurar fondos de forma planificada para operar destinos de área amplia.
- **Fortalecimiento de la promoción: Construcción de la marca (branding) de destino de área amplia**
  - Recopilar y analizar estadísticas de destino de área amplia e información de mercado.
  - Transmitir periódicamente la información de mercado para destinos de área amplia.
  - Fortalecer las actividades de promoción basadas en marketing propio de "Destinos de área amplia".
  - Fortalecer la transmisión de la marca "destino de área amplia" a nivel internacional.
  - Fortalecer las actividades de promoción de "destinos de área amplia" que sean conscientes de diferenciarse de otras áreas del Caribe.

- **Desarrollo de recursos humanos de turismo de área amplia**
  - Formar periódicamente recursos humanos nucleares dentro de destinos de área amplia.
  - Realizar intercambios regulares de personal dentro y fuera de destinos de área amplia.
  - Establecer diferentes programas para el desarrollo de recursos humanos en área amplia.

**Dirección de desarrollo a mediano plazo en la Región Norte**  
 Comenzar la formación de la marca del destino de área amplia "Cibao". Impulsando la construcción de un sistema de implementación de operación sostenible; se busca crear un sistema que pueda ser autónomo convirtiéndose en una entidad que genere ganancias desde una entidad de promoción. Los intercambios dentro de la región también se llevarán a cabo activamente y se fortalecerán los productos y experiencias de área amplia.

En el mediano plazo se establecerá el sistema de gestión de la marca "Cibao", y los cuatro circuitos y corredores turísticos propuestos y conformados se conectarán orgánicamente entre sí, apuntando a un estado en el que se plasme el destino de área amplia "Cibao".

**Acción a mediano plazo en la Región Norte**

- **Desarrollo de productos/negocios de TCS**
  - Fortalecer la comercialización de tours de área amplia utilizando circuitos y corredores turísticos.
  - Realizar concursos para la diversificación de productos relacionados con destinos de área amplia.
  - Desarrollar productos relacionados con industrias regionales dentro de destinos de área amplia.
  - Desarrollar infraestructuras para mejorar la accesibilidad y conectividad de los circuitos y corredores turísticos.
  - Desarrollo de señales turísticas que potencien las excursiones en circuitos turísticos y carreteras.
  - Adquirir y ampliar los destinos de venta de los productos de la marca Cibao.
- **Sistema de operación turística: Construcción de la base**
  - Estructurar el sistema de operación de destinos de área amplia.
  - Establecer reglas claras del sistema de operación.
  - Implementar y ajustar el plan anual de actividades.
  - Asegurar el fondo para la operación de destinos de área amplia.
- **Fortalecimiento de la promoción**
  - Promocionar los destinos de área amplia en el nivel internacional.
  - Coordinar y cooperar con las OPT del MITUR en el exterior.
  - Presentar los destinos de área amplia en exposiciones internacionales del turismo.
  - Promocionar "destinos de área amplia" relacionados con productos turísticos y destinos comunitarios.
  - Realizar esfuerzos dirigidos a fortalecer la imagen aprovechando la diversidad de 14 provincias.
- **Desarrollo de recursos humanos de turismo de área amplia**

- Realizar actividades de sensibilización de la comunidad por parte de los recursos humanos locales.
- Formar recursos humanos nucleares en destinos de área amplia.
- Realizar intercambio de recursos humanos dentro de destinos de área amplia.
- Realizar esfuerzos únicos, tipo piloto, para desarrollar los recursos humanos necesarios en área amplia.

**Dirección de desarrollo a corto plazo en la Región Norte**  
 Iniciar el diseño del concepto y de la marca de destinos de área amplia "Cibao" basado en la diversidad a través de la identificación y comercialización de los recursos turísticos y temáticas características de cada una de cuatro subregiones de la Región Norte. Además, al crear los cuatro circuitos y corredores turísticos representativos, se identificarán organizaciones regionales que puedan coordinarse en un área amplia y se formará un sistema de implementación que será el principal organismo operativo.

Se fortalecerán principalmente los sitios que exalten los productos y recursos turísticos insignia de las características de las cuatro subregiones. Cada plan impulsará los productos individuales de TCS y los destinos comunitarios, a su vez que se plantean rutas y tours que los interconecten para promocionar un solo destino "Cibao" tal como se aprecia en el mapa de conducción a continuación.



Figura 3-2: Mapa de conducción de la Región Cibao (Elaborado por el Proyecto de TCS)

**Acción a corto plazo en la Región Norte**

- **Desarrollo de productos/negocios de TCS**

- Identificar y profundizar temas de área amplia.
- Identificar y crear productos destacados.
- Comercializar rutas, circuitos y tours temáticos.
- Fortalecer la relación con las industrias locales.
- **Sistema de operación turística: Construcción de la base**
  - Recopilar temas regionales y de TCS y visualizarlos como una colección de diversidad de un área amplia.
  - Analizar la situación actual, identificar retos y organizar conceptos de destinos de área amplia.
  - Identificar organizaciones que pueden ser entidad operativa y formar una base del sistema de operación.
  - Construir un sistema de apoyo desde el centro y las subregiones.
  - Formular e implementar el plan anual de actividades.
- **Fortalecimiento de la promoción**
  - Promocionar "destinos de área amplia" asociados a subregiones.
  - Promocionar los "destinos de área amplia" a nivel nacional.
  - Introducir el concepto de destinos de área amplia en exposiciones de turismo regional como EXPO CIBAO.
  - Elaborar materiales promocionales.
- **Desarrollo de recursos humanos de turismo de área amplia**
  - Identificar líderes locales y formar líderes.
  - Fomentar intercambio de recursos humanos que formen la base de destinos de área amplia.
  - Realizar actividades de sensibilización en el interior del sistema existente (principalmente en MITUR e INFOTEP).

### Capítulo 4 Plan de Implementación por Subregión

En este capítulo, con base en el concepto básico y plan básico de desarrollo de TCS en la Región Norte mostrados en el capítulo anterior, se muestra el plan de implementación para cada una de cuatro subregiones que dividen la Región Norte.

Las 14 provincias de la Región Norte se dividen como subregión en el Cibao Norte (CN), el Cibao Noroeste (CNOE), el Cibao Sur (CS) y el Cibao Noreste (COE). Revisando las características de cada subregión, se plantean el eslogan y el concepto y se muestra una dirección para realizar el eslogan regional y los planes de acción a corto y medio-largo plazo destacando los productos y negocios turísticos de TCS que se consideran exclusivos de cada subregión.



Figura 4-1: Cuatro Subregiones de la Región Norte

#### 4-1 Plan de implementación del Cibao Norte

##### Provincias de Puerto Plata (POP), Espaillat (ESP) y Santiago (STI)

##### Características del Cibao Norte

En el Cibao Norte, especialmente en la Provincia de Puerto Plata, se encuentran diversas atracciones turísticas, hoteles, playas familiares y atracciones de aventura. Además, debido a la reactivación del turismo de cruceros están reactivándose los destinos que han estado en declive.

La Provincia de Espaillat, una provincia en vía de desarrollo turístico, se enfoca en el turismo comunitario, mientras que Santiago, la segunda ciudad más grande del país, quiere enfocarse en el turismo urbano y atraer MICE (eventos de negocios). Igualmente, alrededor de Puerto Plata hay sitios de TCS repartidos. Los aeropuertos internacionales en Santiago y Puerto Plata, son la puerta de entrada a la Región Norte.



Figura 4-2: Nivel de desarrollo turístico de las tres provincias del Cibao Norte

##### Eslogan y concepto subregional del Cibao Norte

Acercándonos al origen de la experiencia comunitaria, el secreto de las sonrisas y la felicidad de los habitantes.

##### Visión de Desarrollo de TCS en el Cibao Norte y estado esperado en el futuro

La comunidad ofrece experiencias atractivas tanto para los turistas que llegan a las playas a hospedarse, los que vienen en los cruceros de Puerto Plata, Sosúa y Cabarete y aquellos que pasan sólo un día en el lugar. Son propuestas profundas para que los visitantes puedan vivir y revivir tantas veces como deseen cada oferta. Gracias a las instalaciones de alojamiento y la infraestructura de transporte se prevé aumente el número de visitantes de TCS. Al mismo tiempo, los alojamientos ecológicos y los B&B se presentan como una alternativa para consolidar destinos comunitarios que se extiendan por toda la subregión.

##### Dirección del plan de acción a corto plazo del Cibao Norte

Atraer visitantes y potenciar los productos de TCS aprovechando la buena accesibilidad de los principales destinos turísticos de Puerto Plata y la ciudad de Santiago.

##### Acciones a corto plazo del Cibao Norte

- Negocios de TSC / Productos turísticos
  - Mejoramiento de las plantaciones de cacao y la experiencia del merengue en Guanico.
  - Mejoramiento de la experiencia en la fábrica de chocolate casera Chocolala.
  - Mejoramiento de la experiencia de los manatíes en la Reserva Natural Estero Hondo.
  - Mejoramiento de la experiencia en la cueva en la Reserva de Recursos El Choco.

- Mejoramiento de la experiencia en kayak de Jamao Ecotour y desarrollo de nuevos productos.
  - Mejoramiento de la experiencia de producción de artesanía de Higuelito.
  - Creación de una experiencia comunitaria en la Playa Rogelio.
  - Creación de una experiencia de ciudad de arte en Sosúa.
  - Mejoramiento de los puestos de venta de artesanía local de Imbert.
  - Mejoramiento de tour de experiencia del café Yasicá.
  - Creación de City tour de Moca.
  - Extracción de buenas prácticas para recorridos a las cascadas de Damajagua.
  - Mejoramiento de excursiones a pie por el Parque Natural Pigo Duarte reserva natural de Pico Duarte.
  - Fortalecimiento de la comercialización y las ventas en colaboración con TTOO locales.
- Operación de destinos turísticos
    - Mejorar y fortalecer la Unión de Turismo Comunitario.
    - Desarrollo de destinos comunitarios de Altamira.
    - Desarrollo de destinos comunitarios de Sosua.
    - Desarrollo de destinos comunitarios de Jamao al Norte.
    - Desarrollo de destinos comunitarios de Moca.
    - Mejoramiento de la ruta escénica de Yasicá.
    - Establecimiento de centros de información a lo largo de vías arteriales.
  - Promoción
    - Formación del grupo de apoyo de TCS a través de la cooperación entre OPT del MINTUR.
    - Actividades de promoción en exposiciones a nivel local.



Figura 4-3: Sitios de TCS en el Cibao Norte (para acciones a corto plazo)

##### Dirección del plan de acción a mediano y largo plazo del Cibao Norte

Fortalecimiento de nuevas bases y diversificación de las experiencias turísticas de TCS utilizando los recursos locales de la subregión.

##### Acciones a mediano y largo plazo del Cibao Norte

- Negocios de TSC / Productos turísticos
  - Identificación de sitios de TCS en Santiago y sus alrededores y desarrollo de potencial.
  - Identificación de sitios de TCS alrededor de San José de las Matas (Sajoma) y desarrollo de potencial.
  - Identificación de sitios de TCS en Janico y sus alrededores y desarrollo de potencial.
  - Identificación de sitios de TCS en Luperon y sus alrededores y desarrollo de potencial.
  - Identificación de sitios de TCS en Gaspar Hernández y sus alrededores y desarrollo de potencial.
  - Desarrollo y mejora de productos regionales únicos.
- Operación de destinos turísticos
  - Desarrollo de destinos comunitarios en Sajoma y sus alrededores.
  - Desarrollo de destinos comunitarios en Estero Hondo y sus alrededores.
  - Desarrollo de destinos comunitarios en Luperon y sus alrededores.
  - Desarrollo de destino comunitario basado en Juncalito.
  - Desarrollo de rutas turísticas alrededor de la presa de Tavera y la presa de Bao.
  - Desarrollo de rutas turísticas entre Janico-Sajoma y El Rubio-Moncion.
  - Desarrollo de rutas turísticas entre Moca y Cabarete.
  - Desarrollo de otras rutas temáticas.
  - Involucramiento de grupos de apoyo de organizaciones afines a nivel local como la Cámara de Comercio.
  - Creación de excursiones quedándose noches consecutivas en los suburbios del Cibao Norte.
  - Creación de materiales relacionados con la información turística que reflejen las características y temáticas del Cibao Norte.
  - Consideración de la venta de productos locales y el establecimiento de "estaciones de carretera (Michi no eki)" con la función de un centro de información.
  - Desarrollo de infraestructura para mejorar la facilidad de realizar excursión en el Cibao Norte.
- Promoción
  - Promoción para los visitantes de la subregión a través de la colaboración entre OPT del MINTUR.
  - Actividades promocionales del Cibao Norte en eventos promocionales como ferias nacionales de turismo.
  - Transmisión de la información relacionada con TCS en el Cibao Norte a través de redes sociales.
  - Esfuerzos de promoción de TCS en colaboración con hoteles turísticos.
  - Realización de actividades de promoción para el exterior de la subregión en colaboración con clústeres turísticos y asociaciones hoteleras y de restaurantes.

#### 4-2 Plan de implementación del Cibao Noroeste

Provincias de Valverde (VAL), Dajabón (DAJ), Santiago Rodríguez (SRD) y Monte Cristi (MCR)

##### Características del Cibao Noroeste

El Cibao Noroeste es la subregión con el desarrollo turístico más atrasado de la zona y no está familiarizada con el desarrollo turístico. Por ejemplo, Dajabón se encuentra en la frontera con Haití, Santiago Rodríguez es famoso por la producción lechera y la yuca, Valverde depende principalmente de la industria bananera y el cultivo de arroz con Monte Cristi. En cambio, Monte Cristi es la provincia en el Cibao Noroeste que está al lado del mar, y hay hoteles pequeños en sitios turísticos que están alrededor de la ciudad. Por tanto es necesario mejorar el acceso y desarrollar el turismo a lo largo de la costa.



Figura 4-4: Nivel de desarrollo turístico de las cuatro provincias del Cibao Noroeste

##### Estogian y concepto subregional del Cibao Noroeste

Experiencia paisajística original dominicana "Esencia del sabor" Disfruta de las diversas y únicas experiencias que brinda la comunidad a través de los circuitos que conectan las cuatro provincias.

##### Visión de Desarrollo de TSC en el Cibao Noroeste y estado esperado en el futuro

Los circuitos que conectan las capitales de las cuatro provincias permiten a los visitantes disfrutar de la diversidad y riqueza cultural, gastronómica y natural de cada zona a su propio ritmo. Los visitantes pueden interactuar con los pobladores durante el recorrido, viajar por rutas temáticas, degustar la comida local, jugar con la naturaleza como niños, sentir la dinámica de la frontera y disfrutar de la "esencia del sabor" del paisaje original dominicano de la subregión noroeste del país, todo a través de experiencias características de cada provincia. Existe

variedad de servicios turísticos y productos locales proporcionados por la comunidad y es reconocido por el turismo de estancias para realizar excursiones.

##### Dirección del plan de acción a corto plazo del Cibao Noroeste

Crear una base para el turismo tipo excursión a través de la creación de rutas con características relevantes de cada provincia y los circuitos que aprovechan buena accesibilidad entre ciudades pequeñas.

##### Acciones a corto plazo del Cibao Noroeste

- Negocios de TSC / Productos turísticos
  - ✓ Creación de la ruta de miel en Dajabón.
  - ✓ Diversificación de productos de miel en Dajabón.
  - ✓ Creación de una experiencia de yuca en Monción.
  - ✓ Creación de una experiencia comunitaria en Monción.
  - ✓ Creación del recorrido por la ciudad de triccidos "Margarita" en Mao.
  - ✓ Creación de una experiencia en plantaciones de banano orgánico en Valverde.
  - ✓ Artesanía popular con hoja de plátano en Mao.
  - ✓ Creación de una experiencia en kayak en el bosque de los manglares en la Reserva Natural Estero Balsa.
  - ✓ Tour de avistamiento de aves en Monte Cristi.
  - ✓ Restaurantes de platos de carne de cabra en Villa Elisa.
- Operación de destinos turísticos
  - ✓ Promoción de destinos turísticos centrados en las rutas de la miel por parte de GT de la provincia de Dajabón.
  - ✓ Promoción de destinos turísticos centrados en rutas escénicas por parte de GT de la provincia de Santiago Rodríguez.
  - ✓ Promoción de destinos turísticos por parte de GT de la provincia de Valverde.
  - ✓ Promoción de destinos turísticos por parte de GT de la provincia de Monte Cristi.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios por parte de GT del municipio de Monción.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios por parte de GT del municipio de Manzanillo.
  - ✓ Creación de materiales de información turística sobre circuitos en el Cibao Noroeste.
  - ✓ Establecimiento y fortalecimiento de las funciones de UTCS del MITUR en el Cibao Noroeste.
  - ✓ Fortalecimiento de grupos de apoyo de TCS centrado en OPT del MITUR.
  - ✓ Expansión de grupos de apoyo de organizaciones relacionadas a nivel total.
- Promoción
  - ✓ Actividades promocionales en exposiciones locales.
  - ✓ Creación de un mapa de conducción regional.
  - ✓ Creación de tour de varios días y noches en el Cibao Noroeste.



Figura 4-5: Sitios de TCS en el Cibao Noroeste (para acciones a corto plazo)

##### Dirección del plan de acción a mediano y largo plazo del Cibao Noroeste

Enriquecimiento de bases de estadia en los circuitos de excursión e incorporación de productos turísticos en los alrededores.

##### Acciones a mediano y largo plazo del Cibao Noroeste

- Negocios de TSC / Productos turísticos
  - ✓ Nivel de productos turísticos.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TCS en Dajabón, desarrollo de potencial e incorporación de esos sitios en los circuitos.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TCS en la provincia de Santiago Rodríguez, desarrollo de potencial e incorporación de esos sitios en los circuitos.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TCS en la provincia de Valverde, desarrollo de potencial e incorporación de esos sitios en los circuitos.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TCS en la provincia de Monte Cristi, desarrollo de potencial e incorporación de esos sitios en los circuitos.
  - ✓ Desarrollo de recuerdos (souvenirs) procesados a partir de productos agrícolas locales.
  - ✓ Mejora de los menús regionales, como la experiencia gastronómica regional y la experiencia de aventura.
- Nivel de operación de destinos turísticos
  - ✓ Desarrollo de ruta turística fronteriza de Dajabón a Restauración.
  - ✓ Desarrollo de ruta turística bananera de Mao a Monte Cristi.
  - ✓ Identificación de rutas turísticas dentro de los circuitos.
  - ✓ Desarrollo de otras rutas temáticas.

- ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Restauración o sus alrededores.
- ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Sabaneta o sus alrededores.
- ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Mao o sus alrededores.
- ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Villa Vásquez y sus alrededores.
- ✓ Análisis de posibilidad de vender productos locales cerca de la entrada del Cibao Noroeste (Esperanza) y establecer una "estación de carretera" con la función de un centro de información.
- ✓ Desarrollo de infraestructura para mejorar la facilidad de excursiones en el Cibao Noroeste.

- Promoción
  - ✓ Mejora del sistema de información turística mediante la cooperación entre OPT del MITUR de cada provincia y UTCS regionales.
  - ✓ Actividades promocionales del Cibao Noroeste en eventos promocionales como ferias nacionales de turismo.
  - ✓ Transmisión de la información relacionada con TCS en el Cibao Noroeste a través de redes sociales.

#### 4-3 Plan de implementación del Cibao Noreste

Cibao Noreste: Provincias de Samaná (SAM), María Trinidad Sánchez (MTS), Duarte (DUA) y Hermanas Mirabal (HEM)

##### Características del Cibao Noreste

El Cibao Noreste está conformado por cuatro provincias: María Trinidad Sánchez, con su hermosa costa de palmeras; Duarte, productor de cacao de alta calidad; Hermanas Mirabal, con la ciudad de Salcedo, famosa por sus murales y el avistamiento; Samaná con recursos turísticos y cultura única desde el avistamiento de ballenas hasta playas exclusivas. La costa de María Trinidad Sánchez está llena de playas accesibles de todos los tamaños. Samaná tiene un aeropuerto internacional, aunque el número de vuelos es limitado y tiene buen acceso hasta Santo Domingo a donde se puede llegar en aproximadamente dos horas y media por la autopista.





Figura 4-6: Nivel de desarrollo turístico de las cuatro provincias del Cibao Noreste

### Eslogan y concepto subregional del Cibao Noreste

100 playas diversas y paisajes coloridos

### Visión de Desarrollo de TSC en el Cibao Noreste y estado esperado en el futuro

Los visitantes se sentirán inspirados por las 100 playas diferentes que se extienden en la costa del este al oeste y las misteriosas cuevas y lagos que las rodean. También podrán crear una experiencia propia, explorando diversas playas, recorriendo coloridas casas del pueblo de pescadores, admirando los mulares con arte que se ven en todo el pueblo, disfrutando el verde intenso con matices, el azul del mar que cambia dependiendo de la hora del día y la gastronomía donde los mariscos son protagonistas.

### Dirección del plan de acción a corto plazo del Cibao Noreste

Mejoramiento de sitios de TCS utilizando destinos turísticos de playa altamente accesibles y carreteras costeras y fortalecimiento de bases turísticas comunitarias dispersas.

### Acciones a corto plazo del Cibao Noreste

- Negocios de TSC / Productos turísticos
  - ✓ Mejoramiento del paseo en bote por el bosque de manglares del Río San Juan.
  - ✓ Mejoramiento de la experiencia de la naturaleza en la Laguna Grande.
  - ✓ Experiencia ecoturística de Done Lulu.
  - ✓ Mejoramiento de la experiencia en kayak desde Sánchez.
  - ✓ Mejora y promoción de la fiesta de mariscos de Sánchez.
  - ✓ Mejoramiento de la experiencia en la ruta de excursión a pie de las Cataratas del Limón.
  - ✓ Mejoramiento de la experiencia de la ecoruta de Las Galeras.
  - ✓ Fortalecimiento de la experiencia gastronómica local y del menú de cocina característico.
- Operación de destinos turísticos
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en las Galeras y sus alrededores.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en Sánchez y sus alrededores.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en Río San Juan y sus alrededores.
  - ✓ Desarrollo de rutas turísticas en carretera costera desde Nagua y Río San Juan (hasta Cabarete).
- Promoción
  - ✓ Formación y fortalecimiento de grupos de apoyo de TCS centrado en OPT del MITUR.
  - ✓ Establecimiento y fortalecimiento de funciones de UTCS del MITUR en el Cibao Noreste.
  - ✓ Involucramiento de organizaciones afines a nivel local en grupos de apoyo.
  - ✓ Actividades promocionales en exposiciones locales.



Figura 4-7: Sitios de TCS en el Cibao Noreste (para acciones a corto plazo)

### Dirección del plan de acción a mediano y largo plazo del Cibao Noreste

Fomento del turismo en área amplia, cambiando de la visita de tránsito por la carretera costera, al viaje de estancias y fortalecimiento de rutas de excursión, a través de la incorporación de diversos recursos turísticos del interior.

### Acciones a mediano y largo plazo del Cibao Noreste

- Negocios de TSC / Productos turísticos
  - ✓ Mejoramiento de recorridos a pie en la Reserva Natural de Loma Quita Espuela.
  - ✓ Mejoramiento de recorridos a pie en la Reserva Natural de Loma Guaconejo.
  - ✓ Creación una experiencia comunitaria aprovechando fincas de cacao.
  - ✓ Identificar nuevos sitios de TCS y desarrollar potencial en Santa Bárbara y sus alrededores.
  - ✓ Identificar nuevos sitios de TCS y desarrollar potencial en Salcedo y sus alrededores.
  - ✓ Identificar nuevos sitios TCS y desarrollar potencial en Nagua y sus alrededores.
  - ✓ Identificar nuevos sitios de TCS y desarrollar potencial en San Francisco y sus alrededores.
  - ✓ Utilización de casos de promoción del turismo comunitario en playas y sus alrededores.
  - ✓ Creación de una experiencia comunitaria utilizando la industria local.
  - ✓ Mejora de la artesanía popular utilizando los recursos locales.
- Operación de destinos turísticos
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en Cabrera y sus alrededores.

- ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en Santa Bárbara de Samaná y sus alrededores.
- ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en las Terrenas y sus alrededores.
- ✓ Desarrollo de rutas turísticas de Sánchez-Las Terrenas-Santa Bárbara de Samaná-Las Galeras.
- ✓ Desarrollo de rutas turísticas de Salcedo a Gaspar Hernández.
- ✓ Desarrollo de rutas turísticas de Nagua/Arenoso a Salcedo (Moca y La Vega).
- ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Sabaneta o sus alrededores.
- ✓ Consideración de la venta de productos locales y el establecimiento de "estaciones de carretera (Michi no eki)" con la función de un centro de información.
- ✓ Desarrollo de la infraestructura para mejorar la facilidad de excursiones en el Cibao Noreste.

- Promoción
  - ✓ Mejora del sistema de información turística mediante la cooperación entre OPT del MITUR y UTCS locales.
  - ✓ Actividades promocionales del Cibao Noreste en eventos promocionales como ferias nacionales de turismo.
  - ✓ Transmisión de la información relacionada con TCS en el Cibao Noreste a través de redes sociales.

### 4-4 Plan de implementación del Cibao Sur

#### Provincias de La Vega (VEG), Monseñor Nouel (MON) y Sánchez Ramírez (SRA)

#### Características del Cibao Sur

El Cibao Sur conformado por tres provincias de La Vega, Monseñor Nouel y Sánchez Ramírez, no está frente al mar, sino que está ubicada en una zona montañosa con una cabecera que fluye en tres direcciones desde el pie del Pico Duarte (el pico más alto del Caribe). Es una fuente de agua en la Región Norte, con la represa más grande del país y un área verde exuberante donde se ubican, de forma dispersa, cascadas y áreas de baño que pueden ser utilizadas como recursos turísticos.

Junto con diversos climas, también es un área de cultivo con gran variedad de productos agrícolas. Los principales destinos turísticos son Jarabacoa, balneario de veraneo donde se puede disfrutar de la bajada del arroyo serrano; La Vega, famosa por los vestigios de la era colombiana y el carnaval; Constanza, que se encuentra en la cuenca a una altitud de 1200 m y que es la entrada al Parque Nacional del Valle Nuevo; Bonao, que tiene una gran cantidad de actividades culturales y Cotuí, una zona donde se concentran los productos agrícolas. El MITUR tiene establecidas oficinas en estas zonas turísticas.



Figura 4-8: Nivel de desarrollo turístico de las tres provincias del Cibao Sur

### Eslogan y concepto subregional del Cibao Sur

Agradecimiento a las bendiciones de la naturaleza y la falda del pico más alto del Caribe, "Fuente de Agua de Cibao"

### Visión de Desarrollo de TSC en el Cibao Sur y estado esperado en el futuro

Como destino turístico de interior en las montañas, la comunidad ofrece productos turísticos donde el clima y la variedad natural resalta, allí los visitantes pueden vivir experiencias únicas, salir del turismo de playa para disfrutar otros ambientes de la zona y disfrutar una oferta gastronómica que aprovecha los productos agrícolas cosechados en el área. Puedes vivir tours de varios días que conectan sitios de TCS con recorridos culturales, históricos y naturales del parque nacional, con la garantía de un buen acceso entre destinos y la capital.

### Dirección del plan de acción a corto plazo del Cibao Sur

Fortaleciendo la conexión entre las principales bases turísticas existentes en la región y los sitios de turismo comunitario, presentar nuevas experiencias turísticas y crear un flujo de visitantes desde las principales carreteras.

### Acciones a corto plazo del Cibao Sur

- Negocios de TSC / Productos turísticos
  - ✓ Mejoramiento de la experiencia ecoturística del Río Blanco.
  - ✓ Desarrollo y comercialización de caminatas por la naturaleza de la asociación de guías de Salto de Jima.
  - ✓ Desarrollo y comercialización de la experiencia en cuevas alrededor de Cotuí.
  - ✓ Desarrollo y comercialización de la experiencia de naturaleza de Loma Miranda.
  - ✓ Desarrollo de visitas guiadas en la ciudad de La Vega.

- ✓ Desarrollo y comercialización de recorridos comunitarios por un grupo de mujeres de Sonido de Yaqué.
  - ✓ Mejora del paseo natural del Salto de Jimenoa Uno.
  - ✓ Mejora de recorridos a pie en el Parque Nacional del Valle Nuevo.
  - ✓ Desarrollo de rutas de senderismo en Saltos Blancos y sus comunidades aledañas.
  - ✓ Desarrollo y comercialización del agroturismo en Constanza.
2. Operación de destinos turísticos
- ✓ Desarrollo de rutas escénicas entre Constanza y Jarabacoa.
  - ✓ Desarrollar rutas turísticas desde Piedra Blanca hasta Cotuí.
  - ✓ Desarrollo de rutas turísticas de Jarabacoa a Manabá.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en Santo Cerro.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en Manabao.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios en Constanza.
  - ✓ Formación y fortalecimiento de grupos de apoyo de TCS a través de OPT del MITUR y asesores de INFOTEP.
  - ✓ Fortalecimiento de funciones de 5 OPT del MITUR.
  - ✓ Fortalecimiento de funciones de UTCS del MITUR en Cibao Sur.
3. Promoción
- ✓ Apoyo a la promoción del turismo de las provincias por parte de las organizaciones relacionadas de cada provincia.
  - ✓ Formación y fortalecimiento de grupos regionales en el Cibao Sur.
  - ✓ Actividades promocionales en exposiciones (Expo La Vega y Expo Bonao) en la región.
  - ✓ Creación de materiales relacionados con la información turística que reflejen las características y temáticas del Cibao Sur.
  - ✓ Establecimiento de centro de información en autopistas y rutas turísticas.



Figura 4-9: Sitios de TCS en el Cibao Sur (para acciones a corto plazo)

Dirección del plan de acción a mediano y largo plazo del Cibao Sur

Enriquecimiento de diversas bases turísticas relacionadas con temáticas singulares para prolongar el tiempo de estancia en las bases turísticas y difusión de la información de áreas turísticas amplias que enfatizan las características del turismo de interior fomentando la cooperación entre bases.

**Acciones a mediano y largo plazo del Cibao Sur**

1. Negocios de TSC / Productos turísticos
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TSC en Jarabacoa y sus alrededores y desarrollo del potencial.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TSC en Constanza y sus alrededores y desarrollo del potencial.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TSC en La Vega y sus alrededores y desarrollo del potencial.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TSC en Bonao y sus alrededores y desarrollo del potencial.
  - ✓ Identificación de nuevos sitios de TSC en Cotuí y sus alrededores y desarrollo del potencial.
  - ✓ Desarrollo de recuerdos procesados a partir de productos agrícolas locales.
  - ✓ Mejora de los menús regionales y la experiencia gastronómica regional.
  - ✓ Desarrollo de turismo de aventura por la comunidad.
  - ✓ Desarrollo infraestructura para mejorar la facilidad de excursiones en el Cibao Sur.
2. Operación de destinos turísticos
  - ✓ Desarrollo de una ruta turística desde Jarabacoa hacia el norte.
  - ✓ Desarrollo de una ruta turística desde Constanza hacia el sur.
  - ✓ Desarrollo de una ruta turística desde Cotuí hacia el norte.
  - ✓ Desarrollo de una ruta turística de represas desde Cotuí hacia el noroeste.
  - ✓ Desarrollos de otras rutas temáticas.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Constanza o sus alrededores.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Jarabacoa o sus alrededores.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en La Vega o sus alrededores.
  - ✓ Desarrollo de destinos comunitarios con base en Cotuí o sus alrededores.
  - ✓ Venta de productos locales y establecimiento de estaciones de carreteras "Michi no eki" con la función del centro de información.
3. Promoción
  - ✓ Mejora del sistema de información turística mediante la cooperación entre OPT del MITUR de cada provincia y UTCS locales.
  - ✓ Actividades promocionales del Cibao Sur en eventos promocionales como ferias nacionales de turismo.
  - ✓ Transmisión de la información relacionada con TCS en el Cibao Sur a través de las redes sociales.



## **Anexo 9**

# **Informes de monitoreo del plan de acción de la estrategia de desarrollo de TCS**





## Informe de Monitoreo del Plan de Acción de la Estrategia de Desarrollo del TCS

febrero 2022

Este documento describe los resultados del monitoreo del plan de acción creado de acuerdo con las líneas estratégicas de la Estrategia de Desarrollo del TCS, que se describió previamente en el informe semestral de monitoreo. La intención de monitorear separadamente del informe de finalización del Proyecto es que si bien el Proyecto se completara, se asume que las acciones de la estrategia de desarrollo del TCS deben continuar.

En cuanto a los resultados concretos obtenidos de la implementación del plan de acción, luego de organizar los avances y resultados del plan de acción a lo largo de las seis líneas estratégicas de la visión de desarrollo del TCS, se describen los resultados del Proyecto teniendo en cuenta el significado del desarrollo del TCS en la República.

A partir de las actividades prácticas de este Proyecto, establecimos seis líneas estratégicas como temas para apoyar al TCS e implementamos las actividades como un plan de acción. A partir de ese flujo, organizamos la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo del TCS y las propuestas de medidas según las líneas estratégicas, y mostramos la dirección futura. También posiciona la Visión 2030 como ya implementada. El siguiente paso será fortalecerse en la región norte y utilizar su experiencia y conocimiento para expandirse a la región sur, y los resultados obtenidos hasta ahora pueden utilizarse para implementar cada línea estratégica.

### Avance de las actividades y resultados según las líneas estratégicas

En esta sección se muestran el avance y los resultados de las actividades de cada una de las 6 líneas estratégicas. En los informes de monitoreo elaborados hasta el momento, se ha informado el estado de avance correspondiente al hito fijado cada seis meses, pero en esta ocasión, el estado de avance y cumplimiento de las actividades hasta febrero de 2022, que es el mes anterior a la finalización del Proyecto, se muestran organizados en el "Estado esperado en 2021" y en los "Resultados esperados en 2021".

### (1) Línea estratégica 1: Apoyo a negocios del TCS

L1	Fortalecimiento de negocios del turismo aprovechando los recursos locales con base en el ciclo de marketing
Estado esperado en 2021	Se han desarrollado, comercializado y promocionado más de 30 productos del TCS en la región norte, y se han sistematizado los procedimientos y métodos para la puesta en marcha y mejora de las unidades productivas (UP) del TCS basados en el ciclo de mercadeo.
Resultados esperados en 2021	L1-1: Fortalecer negocios de las unidades individuales del TCS (30 unidades en total) L1-2: Extraer buenas prácticas de negocios del TCS (4 casos por año) L1-3: Sistematizar procedimientos, métodos y herramientas del desarrollo de negocios del TCS
Responsable de implementación (C/P)	OPT y UTS del MITUR

#### L1-1: Fortalecer negocios de las unidades individuales del TCS (30 unidades en total)

Debido a la pandemia por el COVID-19 que continúa desde el primer semestre de 2020, la cantidad de turistas internacionales siguió disminuyendo considerablemente hasta el primer semestre de 2021 y continuó la situación grave. Sin embargo, gracias al aumento de turistas nacionales y la recuperación gradual de turistas internacionales, el nivel general se ha ido recuperando al nivel de 2019 desde mayo de 2021, y la mayoría de los sitios del TCS que apoyamos en el Proyecto recuperaron el estado de sus negocios. Incluso algunos muestran un estado mejor que antes. Además de apoyar medidas para prevenir la propagación de esta enfermedad infecciosa, brindamos apoyos como la diversificación de productos para nuevos mercados y la mejora de la calidad de las experiencias. De las 36 UP que se han apoyado hasta el momento, se implementaron 31 mini proyectos en 2021. Los contenidos del mini proyectos incluyen la mejora de productos, la adición de nuevos productos, la instalación de carteles, la creación de materiales promocionales, el mantenimiento de infraestructura simple, la organización equipos simples y capacitación de guías. Hay 11 casos en el Cibao Noroeste, 11 en el Cibao Norte, 5 en el Cibao Noreste y 5 en el Cibao Sur. Apoyamos a 31 UP, así que logramos la meta de 30 UP en total para el final del proyecto.

INFORMEP, hemos organizado nuevamente el contenido de apoyo correspondiente al nivel de desarrollo, revisando desde el proceso para apoyar a las UP individuales. Estas herramientas de apoyo se crearon en base a la práctica hasta el momento y se espera que sean utilizables para la continuación del apoyo, la realización de nuevos apoyos y la expansión horizontal a otras regiones.

### (2) Línea estratégica: Fortalecimiento de capacidad de operación de destinos turísticos

L2	Fortalecimiento de la capacidad de gestión de destinos turísticos para el desarrollo de rutas turísticas y destinos comunitarios
Estado esperado en 2021	Se han conformado ocho o más grupos territoriales (GT), que son apoyados por grupos regionales (GR) formados en subregiones de la región norte y son los principales organismos de rutas turísticas y destinos comunitarios, y se han sistematizado procedimientos para apoyar y fortalecer su capacidad.
Resultados esperados en 2021	L2-1: Están conformados y fortalecidos más de ocho grupos territoriales (GT) encargados del desarrollo y promoción de rutas temáticas o destinos comunitarios. L2-2: Están sistematizados los procedimientos, métodos y herramientas para la formación y fortalecimiento de capacidades de GT L2-3: Están formados grupos regionales (GR) con el objetivo de construir una marca de área amplia mediante el apoyo a los negocios TCS de UP y GT, que son grupos encargados de operación de destinos turísticos en las subregiones, y se han fortalecido sus capacidades y funciones.
Responsable de implementación (C/P)	OPT y UTS del MITUR

#### L2-1: Formación y fortalecimiento de grupos territoriales (GT) encargados del desarrollo y promoción de rutas temáticas o destinos comunitarios

La mayoría de las actividades de GT se suspendieron debido a la pandemia por el COVID-19 que se desató desde el primer semestre de 2020. Bajo esta situación adelantamos en 2020 la introducción del protocolo, actividades para el reconocimiento del valor de los recursos locales y el desarrollo de nuevos productos con el fin de poder atender a la demanda en la etapa post Covid-19. A mediados de 2021, las actividades turísticas regresaron a la situación anterior a la pandemia y las actividades económicas se volvieron casi normales, por lo que el apoyo a GT continuó implementando miniproyectos mientras se tomaban medidas para prevenir el contagio.

Hemos trabajado en la construcción de bases para que los clústeres de turismo del área identificados como GT y el comité provincial de desarrollo turístico se conviertan en las organizaciones principales para la operación de destinos turísticos en el área objeto del Proyecto en el futuro.

En el Cibao Noroeste, apoyamos 4 GT de las provincias de Valverde, Santiago Rodríguez,



Figura 1: Mapa de productos principales y grupos de producción turística apoyados por el Proyecto (actualizado en febrero de 2022)

#### L1-2: Extraer buenas prácticas de negocios del TCS

Hemos creado un memorial que resume 31 UP y sus esfuerzos. Creamos directrices de prácticas individuales basadas en las actividades que apoyamos, e introdujimos algunos casos en ellas. En noviembre de 2021, el DPP llevó a cabo discusiones con cinco oficinas relacionadas (Viceministerio de Destino Turístico, Departamento de Promoción Turística, Departamento de Cooperación Internacional, Departamento de Tecnología y Departamento de Calidad Turística) y evaluó las buenas prácticas en siete campos para seleccionar casos excelentes. Este proceso fue documentado. Aprovechando la experiencia de haber realizado dos premiaciones hasta 2019, se trató que en 2021 el MITUR como conjunto trabajara en este tema. Para realizar la evaluación, dos personas de cada dependencia participaron en la visita real al Cibao Noroeste y al Cibao Norte. Además de experimentar los productos y entrevistar a las personas involucradas, se realizaron la presentación en línea de los casos del Cibao Sur y el Cibao Noreste a los que no se podían visitar. Fueron evaluados 50 casos y finalmente se realizó la premiación de buenas prácticas en 7 campos.

#### L1-3: Sistematizar procedimientos, métodos y herramientas del desarrollo de negocios del TCS

Hace dos años se crearon manuales y guías prácticas que incluyen procedimientos, métodos y herramientas de desarrollo relacionados con los negocios individuales del TCS, y con base en los materiales registrados como programas de capacitación en el

Djapon y Montecristi y un GT de nivel municipal del municipio de Monción, en el Cibao Norte, 5 GT de Moca, Jamao al Norte, la Ruta panorámica de VYP y UMPC de Ganatico, en el Cibao Noreste 2 GT de los municipios de Río San Juan y Las Galeras y en el Cibao Sur 3GT del clúster de Constanza y los comités de desarrollo del turismo de Monseñor Noel y Sánchez Ramírez. Así en total apoyamos 15 GT. Con el propósito de potenciar la relación entre actores y productos y aumentar el valor como destino turístico, apoyamos a estos GT con la creación y presentación de un catálogo de recursos regionales, el desarrollo de recorridos regionales, la creación de materiales, la realización de eventos regionales y actividades de promoción.

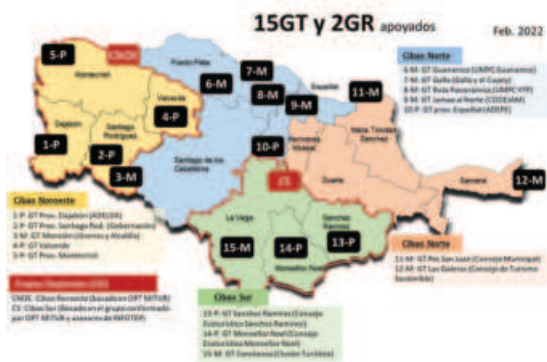


Figura 2: Principales GT y GR apoyados por el Proyecto

**L2-2: Sistematización de los procedimientos, métodos y herramientas para la formación y fortalecimiento de capacidades de GT**

En cuanto al manual de apoyo al sistema de operación de destinos turísticos, se formó un equipo de creación del manual compuesto por el personal del Viceministerio de Destino Turístico y del DPP del MITUR, y se trabajó con la incorporación de expertos externos. Teniendo en cuenta el fortalecimiento de capacidad del personal recién asignado al Viceministerio de Destino Turístico, hemos continuado trabajando juntos manteniendo discusiones periódicas. Hemos creado un manual y una recopilación de casos para los recursos humanos que apoyan el sistema de operación de destinos turísticos, centrado en los recursos humanos de las OPT regionales del MITUR.

**L2-3: Formación de grupos regionales (GR) que buscan la creación de una marca de**

**destinos turísticos en subregiones, como área amplia y fortalecimiento de sus capacidades y funciones**

Como actividades con Grupos Regionales (GR), el Proyecto tomó la iniciativa de formar un GR que consta de varias organizaciones de provincias del Cibao Noroeste y Cibao Sur. Planteamos un circuito que conecta los sitios del TCS y otras atracciones turísticas y hemos realizado actividades para materializarlo. En cuanto al Cibao Noroeste, bajo el lema "Esencia del sabor", se creó un catálogo de recursos regionales en la etapa inicial del Proyecto y se propuso un circuito que conecta las rutas características de cada provincia y su estrategia de promoción. Se organizó la información para la producción de mapas de área amplia y se realizaron actividades de intercambio regional entre los principales actores. Como actividades de promoción, realizamos un viaje de familiarización para influencers y funcionarios del MITUR. Se prevé que la Oficina Regional del MITUR del Cibao Noroeste continúe implementando estrategias de desarrollo de área amplia en el futuro. El GR del Cibao sur está compuesto por organizaciones representativas de 3 provincias y tiene como objetivo promover un circuito que recorre las 3 provincias bajo el lema de "Fuentes de Cibao". Hasta ahora, los líderes de GT han participado como miembros del GR de manera regular, coordinando actividades y verificando el progreso en reuniones periódicas mensuales. Además se crearon mapas de turismo de área amplia, los cuales fueron presentados en cada provincia. También se realizó la promoción por video promocional. Al igual que en el Cibao Noroeste, se espera que la OPT oficina regional del MITUR continúe brindando apoyo de coordinación.

**(3) Línea estratégica 3: Promoción y desarrollo de productos**

L3	Promoción y fortalecimiento de desarrollo de productos para el posicionamiento de TCS
Estado esperado en 2021	Las actividades de promoción de los productos del TCS en el Cibao Norte se están promoviendo con la cooperación del MITUR y el sector privado, y se están implementando para múltiples mercados nacionales y extranjeros.
Resultados esperados en 2021	L3-1: Se presenta un enfoque estratégico para la acción a corto plazo basado en los resultados de un análisis de las condiciones regionales bajo la pandemia y las tendencias del turismo. L3-2: Se han creado e implementado cinco acciones piloto basadas en un análisis de situación bajo la pandemia y enfoques estratégicos L3-3: Están establecidas las estrategias de promoción de destinos del TCS y la región norte L3-4: Se publican más de 20 artículos del (anuales)
Responsable de implementación (C/P)	Departamento de Promoción y Departamento de Relaciones Públicas del MITUR

**L3-1: Análisis de la situación de la región bajo la pandemia y la tendencia del turismo y**

**la propuesta del enfoque estratégico**

En el primer semestre de 2021, cuando las actividades turísticas se estancaron y el número de turistas internacionales disminuyó considerablemente, analizamos las tendencias del turismo en función de la nueva normalidad partiendo de la identificación de la situación actual, presentamos una propuesta compuesta de tres enfoques estratégicos a corto plazo y nueve acciones. (1. Fomentar el turismo suburbano y modificar ofertas para el mercado turístico interno, 2. Introducir mercados segmentados y productos especializados en el turismo internacional y 3. Utilización de las TIC para mercados potenciales bajo el nuevo entorno). Las tendencias en el turismo internacional seguirán estando muy influenciadas por el estado de la pandemia por el COVID-19, pero con base en lo que ha quedado claro en estas circunstancias, realizamos el fortalecimiento de la capacidad de mercadeo digital a los actores de UP y GT, para aumentar la conciencia de los actores locales.

**L3-2: Elaboración e implementación de acciones piloto basadas en los enfoques estratégicos**

En 2021, bajo las tres estrategias de desarrollo del TCS establecidas teniendo en cuenta la afectación por la pandemia, se planearon, prepararon e implementaron tres acciones piloto por estrategia, para un total de nueve acciones piloto.

Las acciones piloto de la Estrategia 1 "Fomento del turismo en los suburbios" son: 1. Creación de mapas turísticos y mejora de la información turística para cada subregión, 2. Presentación de destinos de Cibao para mercados nacionales específicos, 3. Circuito de área amplia y un viaje para los medios basado en el turismo comunitario de nuevas 3S. Las de la Estrategia 2 "Introducción al mercado internacional de productos específicos" son: 4. Creación de materiales audiovisuales para el desarrollo del TCS, 5. Colaboración con OTA especializada en turismo sostenible, 6. Participación de prueba en a ferias internacionales. Las de la Estrategia 3 "Utilización de las TIC" son 7. Campaña digital del destino Cibao, 8. Creación de un recorrido virtual del TCS y 9. Estrategia de marketing digital utilizando SNS. De estas nueve acciones piloto, la "8. Creación de recorridos virtuales" llegó hasta la etapa preparatoria, pero los ocho restantes se implementaron y se resumieron los resultados, extrayendo lecciones aprendidas que podrían reflejar en las estrategias.

**L3-3: Definición de la estrategia de promoción del TCS y de los destinos turísticos de la región norte**

Con base en las lecciones aprendidas de los resultados de las ocho acciones piloto implementadas bajo las tres estrategias provisionales, la estrategia se reflejó en la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo del TCS. Analizamos la situación pasada bajo la pandemia y la tendencia futura en la nueva normalidad, y presentamos medidas y acciones centradas en mejorar el posicionamiento del TCS para el mercado estratégico mediante la utilización

de las TIC.

**L3-4: Publicación de artículos relacionados con el TCS**

Durante 2021 se publicaron 74 artículos (digitales y en papel) relacionados con las actividades del Proyecto, 4 se introdujeron en la radio, 9 en Youtube, para un total de 87 ocasiones. Desde 2021, hemos fortalecido las relaciones públicas del Proyecto y producido cinco videoclips de relaciones públicas creados en colaboración con el Departamento de Relaciones Públicas del MITUR. A través del viaje de familiarización al invitamos a los medios de comunicación y personas influyentes que cooperaron con el Departamento de Promoción Nacional, se aumentó la cantidad de artículos sobre las actividades del proyecto y referencias sobre los sitios de TCS y se generó un alto impacto.

**(4) Línea estratégica 4: Desarrollo de recursos humanos del turismo**

L4	Fortalecimiento de la capacidad de coordinación relacionada con la formación de recursos humanos de turismo
Estado esperado en 2021	Los cinco programas de capacitación para el desarrollo de los recursos humanos del TCS incluyen capacitación para apoyar a la comunidad, UP y GT, y un punto de contacto para coordinar la implementación de la capacitación en función de las necesidades locales. Un total de más de 2000 personas han sido formadas como recursos humanos relacionados con el desarrollo del TCS a través del programa de formación desde 2018.
Resultados esperados en 2021	L4-1: La implementación del programa de recursos humanos (capacitación TCS) especializado en del TCS, se coordina, monitorea y evalúa (50 personas cada año). L4-2: La implementación de la capacitación en temas relacionados con el TCS se coordina, supervisa y evalúa (400 personas cada año en capacitación relacionada con TCS, incluidas otras organizaciones relacionadas). L4-3: Se planifican, se operan de prueba y se aplican en práctica nuevos programas temáticos relacionados con el TCS (5 temas en total). L4-4: Se realizan actividades de sensibilización sobre el TCS en la comunidad local (400 personas cada año) L4-5: Se fortalece la competencia de docentes y coordinadores del INFTEP y organismos afines para implementar programas relacionados con el TCS (20 personas cada año). L4-6: Se propone un mecanismo para sistematizar la capacitación en el desarrollo del TCS y responder a las necesidades.
Responsable de implementación (C/P)	Oficina del Norte del INFOTEP

**L4-1: Implementación, monitoreo y evaluación de programas de capacitación para el desarrollo de los recursos humanos de TCS (capacitación TCS)**

Como la capacitación especializada en el tema del TCS diseñada por el proyecto realizada durante 2021 se encuentran la "Formación de líderes para la operación de destinos turísticos"

(realizada en la provincia de Valverde con 21 participantes) y la "Formación de gestión del TCS" (con la participación de 25 personas de grupo de guía Gaia de la provincia de Sánchez Ramírez). Un total de 46 personas participaron en capacitaciones específicas de TCS y recibieron diplomas del INFOTEP. Las capacitaciones especializadas en temas de TCS registradas oficialmente ante el INFOTEP tienen un período de capacitación largo y se realizan en grupos organizados por un número determinado de personas, por lo que existen grandes obstáculos para cumplir, por lo que se implementen ampliamente. También hicimos propuestas como capacitación a corto plazo especializada en varios temas.

**L4-2: Implementación, monitoreo y evaluación de programas de capacitación en temas relacionados con el TCS**

Las capacitaciones y seminarios relacionados con el TCS incluyen aquellas realizadas de manera independiente en el Proyecto, incluida la capacitación del INFOTEP y las realizadas por otras organizaciones. 726 personas participaron en la capacitación participativa para la creación de señales turística, la capacitación en la definición de planes de negocios, la capacitación en marketing digital y la capacitación en promoción a través de redes sociales. También hemos realizado capacitaciones en línea, pero se ve que en la capacitación presencial ese aprende más rápido y se puede adelantar la capacitación según el nivel de comprensión de los participantes. También sirve como base para la acción en el campo a través del aprendizaje mutuo y la construcción de la relación entre los participantes. Por otro lado, también hay aspectos que son inferiores en términos de logística y eficiencia, como la logística que se requiere para organizar la reunión y el cumplimiento del tiempo. Sería bueno combinar dos métodos en línea y presencial para crear un marco de implementación de capacitación efectivo.

**L4-3: Planificación de nuevos programas temáticos relacionados con el TCS y la aplicación práctica a través de la operación de prueba**

A partir de 2021, como nueva capacitación, organizamos la formación relacionada con la certificación de guías locales en cooperación con el Ministerio del Medio Ambiente y creamos materiales para la formación en gestión de crisis turísticas. En cuanto a la formación de guías locales, el Ministerio de Turismo, el Ministerio del Medio Ambiente y el INFOTEP tienen diferentes marcos y entendimientos, lo cual fue mostrado como un reto, y apoyamos la mejora del contenido del programa de capacitación de guías – intérpretes, conformada por seis módulos que se realiza en el interior de las reservas naturales por parte del Ministerio del Medio Ambiente y también apoyamos la documentación del contenido del programa.

Presentamos una propuesta para crear un proceso de desarrollo de recursos humanos basado en la consistencia del criterio de guías locales, intérpretes y ayudantes y el sistema de certificación de guías locales que valía según la organización. Se conformó un grupo de trabajo entre el Ministerio del Ambiente, el Ministerio de Turismo y el INFTEP para proceder

con este trabajo. Además, como nueva formación, se crearon directrices para la formación en gestión de crisis turísticas. Con el fin de fortalecer la resiliencia ante desastres como huracanes e inundaciones y mejorar el protocolo para evitar la propagación de enfermedades infecciosas elaborado bajo la pandemia, se elaboraron materiales que serán bases de materiales de capacitación, con base en el concepto de las 4R (Reducción, Readiness-Preparación en español, Respuesta y Recuperación) adoptado en Japón (se relaciona con L6).

**L4-4: Implementación de actividades de sensibilización sobre el TCS en la comunidad local**

A través de las actividades de desarrollo del TCS, realizamos actividades de sensibilización relacionadas con el TCS a personas a nivel comunitario, regional y central. En 2021, 1.037 personas participaron en actividades de sensibilización del TCS. En estas actividades se incluyen conferencias breves que no están incluidas en la capacitación de TCS, socialización del TCS, seminarios en línea y actividades de monitoreo de UP. La implementación de la capacitación en línea también condujo a un aumento en el número de participantes. En cuanto a los materiales de sensibilización especializados sobre el TCS, creamos materiales que pueden ser utilizados por los coordinadores y facilitadores que apoyan al TCS y los incorporamos al manual. También se prevé que estos se utilizarán directamente en la capacitación del INFORMEP.

**L4-5: Fortalecimiento de la capacidad de docentes y coordinadores del INFOTEP y otras organizaciones relacionadas**

No se realizaron capacitaciones especiales sobre fortalecimiento de capacidades de facilitadores sobre el TCS, apoyamos la preparación de capacitación metodológica para los facilitadores del INFTEP y 15 funcionarios relacionados con el TCS participaron en la capacitación en línea en septiembre de 2021. Estas personas serán registradas como instructores, luego de la capacitación in situ. Además, se realizó una capacitación en línea "Turismo comunitario aprendido de la experiencia japonesa" para la CP del Proyecto, en noviembre de 2021, y la completaron 10 personas. También participaron dos facilitadores activos del INFOTEP. En enero de 2022, un total de 40 personas se registraron y 29 completaron la capacitación en desarrollo sostenible. En febrero de 2022, también creamos un espacio para que los profesionales y las comunidades del TCS interactúen entre sí, e introducimos lugares y herramientas para utilizar los resultados del Proyecto en el futuro.

**L4-6: Sistematización de la capacitación sobre el desarrollo del TCS y propuesta de un mecanismo para atender a las necesidades**

En cuanto a la sistematización de la capacitación de desarrollo del TCS, organizamos el sistema general y el mecanismo presentamos una propuesta provisional. En la Visión

Estrategia 2030 de Desarrollo del TCS, se incorporó como una de las líneas estratégicas el fortalecimiento del desarrollo de los recursos humanos del TCS. Se planteó la base para implementar como medias concretas, la capacitación especializada en el TCS formada con el apoyo del Proyecto y las capacitaciones relacionadas, vinculadas orgánicamente. Además, creamos un catálogo de capacitación para el desarrollo de recursos humanos y un catálogo de instructores como una plataforma para utilizar a los instructores formados hasta el momento y los candidatos a instructores que se pueden esperar en el futuro, y propusimos su uso. Con tales herramientas y sistemas concretos que se pueden utilizar, está planteado un mecanismo que permite la continuación en la región norte y la expansión horizontal a otras regiones en el futuro.

**(5) Línea estratégica 5: Fortalecimiento del sistema de coordinación y monitoreo**

L5	Difusión del modelo de desarrollo del TCS bajo el sistema de implementación y coordinación sostenible
Estado esperado en 2021	Se ha establecido un sistema de coordinación dentro del Ministerio de Turismo, la cooperación entre los ministerios y los sectores público y privado, y la coordinación entre los gobiernos central y locales, y se implementan y monitorean adecuadamente las estrategias, políticas y programas para promover el TCS.
Resultados en 2021	L5-1: El Ministerio de Turismo ha establecido una unidad central de implementación para coordinar el desarrollo del TCS y las oficinas regionales de TCS, con el personal asignado. L5-2: Se ha formado una mesa de coordinación nacional para la implementación de la estrategia del TCS y se ha implementado el fortalecimiento de funciones. L5-3: Se presentan la versión revisada y la versión final de la estrategia de desarrollo del TCS para que puedan incorporarse a estrategias de mayor nivel (plan maestro de desarrollo turístico y estrategia multidestino). L5-4: Se han compilado y presentado documentos metodológicos del TCS (procedimientos, métodos, herramientas) y mapas relacionados. L5-5: Se están coordinando proyectos relacionados con el desarrollo de infraestructura turística para promover el turismo regional y productos del TCS. Se ha creado una lista de candidatos y se han coordinado la planificación, diseño e implementación piloto de algunos proyectos. L5-6: Se llevan a cabo eventos de premiación para promover el intercambio y la utilización de buenas prácticas
Responsable de implementación (C/P)	Departamento de Planificación y Proyectos del MITUR

**L5-1: Establecimiento de una unidad de implementación del desarrollo del TCS en el MITUR y las oficinas regionales del TCS**

Se confirmó que el sistema de desarrollo del TCS dentro del MITUR fortalecerá la cooperación con otras dependencias bajo la iniciativa del DPP, luego de la reorganización de todo el sistema del ministerio a partir de agosto de 2020. En el proceso hasta ese

momento, la política era establecer una unidad especializada en el apoyo del TCS dentro del DPP y unidades territoriales. Se ha venido adelantando la preparación de documentos y la coordinación en el DPP para su formalización (registro ante el Ministerio del Interior y Comunicaciones MAP y elaboración de ordenanza ministerial). Bajo el nuevo sistema, la cooperación con otros departamentos ha progresado aún más y, a partir de agosto de 2021, se formó un grupo de trabajo para promover el TCS. Bajo el liderazgo del DPP, el personal de nivel técnico del Viceministerio de Destino Turístico, Departamento de Promoción Turística, Departamento de Tecnología y Departamento de Calidad Turística, los cuales son dependencias relacionadas, se sumaron al trabajo de evaluación con el propósito de premiar buenas prácticas como primera actividad. A través de estos procesos, el DPP y el Viceministerio de Destinos Turísticos han tomado la iniciativa al prometer el fortalecimiento del sistema de desarrollo de TCS y la implementación de la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS. En la región, bajo la iniciativa del Viceministerio de Destinos Turísticos, que tiene bajo su jurisdicción las oficinas regionales, orienta a las oficinas a nivel de provincia centradas en las oficinas regionales con el fin de construir un sistema para realizar la identificación de UP y GT, el apoyo técnico y el monitoreo.

**L5-2: Formación de la mesa de coordinación nacional y fortalecimiento de su función**

La formación de una mesa de coordinación nacional es la única actividad de este Proyecto que no pudo realizarse en la forma prevista inicialmente. El sistema entre diferentes departamentos dentro del MITUR se formó bajo el liderazgo del DPP, y se construyó una relación bilateral con organizaciones relacionadas, lo que permitió adelantar actividades concretas. Sin embargo, no se ha llegado a establecer un acuerdo sobre el sistema de implementación basado en la conformación de una mesa de coordinación nacional compuesta por diferentes entidades. Se pudo elaborar catálogos que muestran las herramientas de apoyo de cada organización y construir un sistema de contacto y cooperación con el personal en cargo.

**L5-3: Presentación de la versión revisada y la versión final de la Estrategia de Desarrollo de TCS**

El grupo de trabajo del MITUR preparó el borrador de la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo del TCS en el que se aclara el significado y el propósito de promover el TCS en el desarrollo turístico de la República Dominicana y la importancia del desarrollo del TCS como una oportunidad de desarrollo turístico en las zonas donde no se ha trabajado en el turismo, creando un nuevo valor para los destinos turísticos que se están deteriorando a través del TCS como un desarrollo turístico alternativo. Teniendo en cuenta la situación de la pandemia por el Covid-19 y la tendencia del mercado en la era post-covid, se debe revisar los contenidos. En el borrador se presentan 6 estrategias y 30 medidas, incluyendo propuestas de acciones y sistemas de implementación para materializarlas. También se

propuso el Plan de Actividad Regional del Norte como un ejemplo del plan de desarrollo regional de la Visión 2030.

**L5-4: Recopilación de documentos de metodologías de desarrollo del TCS y mapas relacionados**

En cuanto al documento de metodología para el desarrollo del TCS, se crearon directrices de práctica individual con base en actividades, centrados en los lineamientos de negocios comunitarios del TCS y los lineamientos del sistema de operación de destinos turísticos. Los lineamientos identifican la población objeto que las utilizan y muestran de manera organizada los procedimientos y herramientas incluyendo la guía de práctica individual. Se crearon un total de 5 lineamientos y 18 guías de prácticas individuales. Estos también son herramientas para hacer realidad la Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de TCS y pueden ser usados para continuar y fortalecer las actividades en la región norte en las que hemos estado trabajando, y aplicadas a otras regiones. Se espera que sea utilizado principalmente por los coordinadores, asesores y facilitadores del MITUR y el INFOTEP, que son los encargados de desarrollar el TCM en el campo.

**L5-5: Formación de proyectos relacionados con el desarrollo de la infraestructura turística del TCS**

Hasta ahora, el desarrollo de infraestructura turística ha tenido problemas, por ejemplo, no se puede operar y mantener adecuadamente por no contar con la participación de la comunidad local, o no son utilizadas. Por lo tanto, la parte dominicana tenía intención de desarrollar instalaciones turísticas tenga valor para la región, con la participación de la comunidad local desde la etapa de planificación. Teniendo en cuenta este propósito, en el Proyecto planteamos el borrar de un plan de desarrollo de sitios relacionados con las reservas naturales y el borrador de un plan sitios de descanso con base en la idea de "Michino-Eki (estaciones en carreteras)" de Japón. Además se elaboró el borrador del plan de instalación de tableros informativos en los circuitos y rutas del TCS. Como parte de la capacitación para fortalecer la capacidad de realizar estudios específicos sobre el potencial turístico con el uso de drones realizada en enero de 2022, se realizó un estudio de campo en las zonas aledañas de Río San Juan, que forma parte de la carretera costera del Atlántico, y además reforzamos el apoyo a los esfuerzos de TCS de Río San Juan (GT y UP de Laguna GriGri).

**L5-6: Realización de eventos de premiación para compartir y aprovechar las buenas prácticas**

La extracción y presentación de buenas prácticas del TCS fueron realizadas por el grupo de trabajo formado en el MITUR, bajo la iniciativa del DPP con las dependencias relevantes, como el Viceministerio de Destino Turístico, el Departamento de Promoción Turística el

Departamento de Tecnología y el Departamento de Calidad Turística. El trabajo de evaluación se inició con el propósito de realizar la premiación de buenas prácticas en el "Día Mundial del Turismo" en septiembre, y el resultado de la evaluación a través de la visita de campo por el grupo de trabajo fue compartido entre las partes interesadas.

Se realizó un viaje de familiarización al Cibao Noroeste (participaron 12 personas, un viaje 2 noches y 3 días realizado a finales de agosto) y un viaje de familiarización al Cibao Norte (participaron 14 personas, un viaje de 2 noches y 3 días realizado a mediados de septiembre). En noviembre, en el MITUR se realizó el evento de premiación de los representantes de UP y GT seleccionados en siete categorías, con la participación de los directores de dichas dependencias. También fueron creados un documento que resume los casos de estas buenas prácticas seleccionadas y los procesos y criterios de la selección. Además, Jamao Ecotours, que se tomó como ejemplo de buenas prácticas, recibió a actores de otras UP como sitio de capacitación para el fortalecimiento de negocios del TCS en el marco del programa del INFOTEP, como una capacitación de intercambio para aprender de manera más concreta y práctica, metodologías para abordar los retos, también se hizo la presentación de buenas prácticas. En esta capacitación participaron un total de 15 personas de 3 grupos (Las Galeras, Kayak Lorenzo, Papirucho).

**(6) Línea Estratégica 6: Fortalecimiento de capacidad para mejorar la resiliencia**

L6	Fortalecimiento de la recuperación de la pandemia por el COVID-19 y la resiliencia del TCS
Estado esperado en 2021	La respuesta de emergencia en la pandemia se ha implementado correctamente y continúan los esfuerzos hacia la recuperación. Teniendo en cuenta la afectación por la pandemia, se establece el camino para lograr el Objetivo Superior del Proyecto. Teniendo en cuenta el entorno afectado por la pandemia, se están llevando a cabo acciones piloto para aumentar la resiliencia del personal de TCS con la vista puesta en la etapa post-corona.
Resultados esperados en 2021	L6-1: Se implementan las "Directrices para la introducción del Protocolo de prevención de la propagación de la infección por el Covid-19" formuladas y se entregan equipos de protección, además se llevan a cabo un monitoreo y seguimiento continuo. L6-2: En cooperación con la OMT, se realiza una propuesta de reconstrucción del turismo sostenible en la era Post Corona y nueva normalidad, y se muestran acciones a mediano y largo plazo. L6-3: Se planifican, implementan y monitorean acciones piloto para aumentar la resiliencia del personal de TCS en el entorno y varias crisis bajo la pandemia por el Covid-19
Responsable de implementación (C/P)	Departamento de Planificación y Proyectos del MITUR

**L6-1: Orientación para la introducción del protocolo para prevenir el contagio por el COVID-19 y su seguimiento**

En cuanto a las medidas para prevenir la propagación de esta enfermedad infecciosa, en 2020 se crearon y difundieron los lineamientos y se realizó la primera entrega de equipos de protección, que se completó en febrero de 2021. Los beneficiarios directos fueron 52 grupos y 1.727 personas. Después de eso, se continuó con la orientación sobre el control de enfermedades infecciosas y se realizó la segunda entrega a 28 grupos y 1.515 personas, y la distribución se completó a fines de agosto de 2021. Pudimos responder a las necesidades de la escena mientras realizamos un monitoreo continuo al establecer un sistema para recibir visitantes tomando las medidas apropiadas contra las enfermedades infecciosas causadas por el COVID-19.

**L6-2: Apoyo a la implementación del Plan de Recuperación de la OMT**

En cuanto a la formulación del plan de recuperación de la OMT, el trabajo se llevó a cabo a partir de noviembre de 2021 tras concluir un contrato de subcontratación con la OMT y seleccionar un grupo de expertos. Debido a la duración del contrato, las actividades se realizaron de manera intensa en un corto periodo de tiempo. Se realizaron estudios de campo, talleres y seminarios sobre cinco temas (apoyo a las PYME turísticas, estrategias de marketing internacional, diversificación de productos turísticos, inteligencia de mercado turístico y fomento de la resiliencia turística). Dado que el área objetivo era a nivel nacional, se realizó un estudio detallado sobre cinco sitios prioritarios (Puerto Plata y Samaná en el norte, Pedernales en el sur, Mico en el este y Santo Domingo en el centro) seleccionados en consulta con el MITUR. El Comité Directivo se realizó en febrero de 2022 y el informe de dicho estudio fue presentado principalmente por funcionarios del MITUR.

**L6-3: Implementación de acciones de piloto para recuperar y fortalecer la resiliencia**

Se realizaron cuatro acciones piloto para fortalecer la resiliencia.

En cuanto a "1. Desarrollo de guías de gestión de riesgos para TCS", se planeó la formulación de lineamientos y capacitación práctica basada en la perspectiva de las 4R de manejo de crisis turísticas, pero se pudo realizar hasta la formulación del borrador de lineamientos, las cuales fueron entregadas como material de la capacitación del INFOTEP sobre el manejo de crisis.

En cuanto a "2. Desarrollo de capacidades para el diseño de corredores turísticos con el uso de drones", se realizó la adquisición de equipos y la capacitación técnica para el personal del DPP (6 personas). Se hizo un estudio de campo en la vía costera del Atlántico norte en Río San Juan.

En cuanto a "3. Habilitación y fortalecimiento de capacidades de las bases de capacitación y enseñanza virtual", se realizó la donación de equipos digitales en 5 oficinas (oficina del MITUR en Puerto Plata y el DPP en la oficina central, oficinas del INFOTEP en el norte de Santiago, en el nororiente de San Francisco y sucursal de Puerto Plata)

y se hizo la organización y la mejora del ambiente para el desarrollo de recursos humanos mediante medios virtuales y equipos digitales.

En cuanto a "4. Desarrollo de capacidades de gestión de los destinos turísticos sostenibles de acuerdo con las normas mundiales", se realizó una capacitación (20 horas en línea durante 2 semanas) por parte del GSTC (Global Sustainable Tourism Council), que desarrolla y difunde estándares globales para el turismo sostenible. Los participantes fueron personal de nivel gerencial central y territorial del MITUR, asesores del INFTEP, personal del Ministerio del Ambiente, ONG y actores privados de turismo, para un total de 40 personas, y finalmente 35 personas completaron el curso. En la sesión en vivo, los participantes se dividieron en grupos y discutieron sobre cuatro temas principales para profundizar la comprensión.



Figura 3: Resultados consolidados del Proyecto según las líneas estratégicas









## **Anexo 10**

### **Tabla de monitoreo del avance de las actividades del desarrollo de productos del TCS**





UP_CODE	Unidades Productivas	Provincia	Comuna	Nombre del Proyecto	Descripción del Proyecto (Resumen, Intervención, etc.)	Resultados Logrados (Indicadores clave) y Impacto	Tipo	Período	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsables de UP	Estado	Comunidad	Indicador	Fecha de Evaluación	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
UP_CODE_1	Unidad Productiva	Provincia San Diego	Comuna de Muzo	Desarrollo piloto de un tour experiencial en Muzo y áreas circunvecinas	Elaboración de un protocolo de seguridad y protocolos de atención al cliente para el desarrollo de un tour experiencial en Muzo y áreas circunvecinas.	Se realizaron 10 tours experienciales en Muzo y áreas circunvecinas, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	2.0	No	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_2	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Preparación una agenda de feria de productos locales en el municipio de Sibanda	Elaboración de un protocolo de seguridad y protocolos de atención al cliente para el desarrollo de una feria de productos locales en Sibanda.	Se preparó una agenda de feria de productos locales en Sibanda, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Septiembre 2021 - Febrero 2022	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	1.5	SI	No	No	No	No	28 de febrero 2022
UP_CODE_3	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Desarrollo piloto de la Ruta del Banano en la provincia de Cauca	Elaboración de un protocolo de seguridad y protocolos de atención al cliente para el desarrollo de una ruta del banano en Cauca.	Se desarrolló una ruta del banano en Cauca, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.0	1.0	SI	No	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_4	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Lanzamiento y posicionamiento de la Ruta del Banano en la provincia de Cauca	Lanzamiento y posicionamiento de la Ruta del Banano en Cauca.	Se lanzó la Ruta del Banano en Cauca, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.0	1.0	SI	No	No	No	No	28 de febrero 2022
UP_CODE_5	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Planificación de la propuesta piloto de la Ruta del Banano en la provincia de Cauca	Planificación de la propuesta piloto de la Ruta del Banano en Cauca.	Se planificó la propuesta piloto de la Ruta del Banano en Cauca, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.0	1.0	SI	No	No	No	No	28 de febrero 2022
UP_CODE_6	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Producción de artesanías de la fibra de banana en la provincia de Cauca	Producción de artesanías de la fibra de banana en Cauca.	Se produjeron artesanías de la fibra de banana en Cauca, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	2.0	2.5	SI	No	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_7	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Lanzamiento y posicionamiento del sendero de naturaleza para el avistamiento de aves	Lanzamiento y posicionamiento del sendero de naturaleza para el avistamiento de aves.	Se lanzó el sendero de naturaleza para el avistamiento de aves, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	2.0	2.0	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_8	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Posicionamiento tradicional, diversificación y fortalecimiento de la Ruta del Banano en la provincia de Cauca	Posicionamiento tradicional, diversificación y fortalecimiento de la Ruta del Banano en Cauca.	Se posicionó tradicionalmente la Ruta del Banano en Cauca, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	2.5	2.0	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_9	Unidad Productiva	Provincia Cauca	Comuna de San Sebastián	Articular y desarrollar un piloto de la ruta gastronómica del Chivo Libre	Articular y desarrollar un piloto de la ruta gastronómica del Chivo Libre.	Se articuló y desarrolló un piloto de la ruta gastronómica del Chivo Libre, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.0	1.0	No	SI	No	No	No	28 de febrero 2022

**CIBAO Nordeste (Mesa Trópicos, Simana, Duero y Hermanas Mirabel)**

UP_CODE	Unidades Productivas	Provincia	Comuna	Nombre del Proyecto	Descripción del Proyecto (Resumen, Intervención, etc.)	Resultados Logrados (Indicadores clave) y Impacto	Tipo	Período	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsables de UP	Estado	Comunidad	Indicador	Fecha de Evaluación	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
UP_CODE_1	Unidad Productiva <td>Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró el espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>2.0</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td></td>	Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró el espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>2.0</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td>	Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró el espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>2.0</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td>	Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró el espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>2.0</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td>	Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque.	Se mejoró el espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	2.0	2.0	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_2	Unidad Productiva <td>Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td></td>	Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td>	Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td>	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td>	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.	Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	1.5	No	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_3	Unidad Productiva <td>Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td></td>	Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td>	Comuna de San Pedro de Macoris <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td>	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque <td>Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.</td> <td>Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>2.0</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>No</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td>	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.	Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	2.0	1.5	SI	No	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_4	Unidad Productiva <td>Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Fortalecimiento de grupo de guías <td>Fortalecimiento de grupo de guías.</td> <td>Se fortaleció el grupo de guías, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td></td>	Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Fortalecimiento de grupo de guías <td>Fortalecimiento de grupo de guías.</td> <td>Se fortaleció el grupo de guías, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td>	Comuna de San Pedro de Macoris <td>Fortalecimiento de grupo de guías <td>Fortalecimiento de grupo de guías.</td> <td>Se fortaleció el grupo de guías, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td>	Fortalecimiento de grupo de guías <td>Fortalecimiento de grupo de guías.</td> <td>Se fortaleció el grupo de guías, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td>	Fortalecimiento de grupo de guías.	Se fortaleció el grupo de guías, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	1.5	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CODE_5	Unidad Productiva <td>Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre <td>Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre.</td> <td>Se sellaron los espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td></td>	Provincia San Pedro de Macoris <td>Comuna de San Pedro de Macoris <td>Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre <td>Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre.</td> <td>Se sellaron los espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td></td>	Comuna de San Pedro de Macoris <td>Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre <td>Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre.</td> <td>Se sellaron los espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td> </td>	Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre <td>Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre.</td> <td>Se sellaron los espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre, generando ingresos por \$1.500.000.000.</td> <td>Tour</td> <td>Marzo - Septiembre 2021</td> <td>\$1.500.000.000</td> <td>10 personas en promedio al día</td> <td>Edgar Martínez Rodríguez</td> <td>1.5</td> <td>1.5</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>SI</td> <td>28 de febrero 2022</td>	Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre.	Se sellaron los espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	1.5	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022

**CIBAO Sur (La Vega, Monteplán Noel, Sánchez Ramírez)**

UP_CODE	Unidades Productivas	Provincia	Comuna	Nombre del Proyecto	Descripción del Proyecto (Resumen, Intervención, etc.)	Resultados Logrados (Indicadores clave) y Impacto	Tipo	Período	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsables de UP	Estado	Comunidad	Indicador	Fecha de Evaluación	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
UP_CS_1	Unidad Productiva	Provincia La Vega	Comuna de La Vega	Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque	Mejoramiento de espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque.	Se mejoró el espacio para recepción de visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	2.0	2.0	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CS_2	Unidad Productiva	Provincia La Vega	Comuna de La Vega	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.	Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	2.0	1.5	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CS_3	Unidad Productiva	Provincia La Vega	Comuna de La Vega	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque	Mejoramiento de la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque.	Se mejoró la experiencia por los visitantes en el complejo turístico de Yaque, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	1.5	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CS_4	Unidad Productiva	Provincia La Vega	Comuna de La Vega	Fortalecimiento de grupo de guías	Fortalecimiento de grupo de guías.	Se fortaleció el grupo de guías, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	1.5	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022
UP_CS_5	Unidad Productiva	Provincia La Vega	Comuna de La Vega	Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre	Sellado de espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre.	Se sellaron los espacios de la ruta gastronómica del Chivo Libre, generando ingresos por \$1.500.000.000.	Tour	Marzo - Septiembre 2021	\$1.500.000.000	10 personas en promedio al día	Edgar Martínez Rodríguez	1.5	1.5	SI	SI	SI	SI	SI	28 de febrero 2022

Nota: SI (Satisfacción) y NO (No Satisfacción). \*\* (Muy Buena) y \* (Buena). \*\* (Muy Mala) y \* (Mala). \*\* (Muy Buena) y \* (Buena). \*\* (Muy Mala) y \* (Mala).

Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en la Comunidad en la Región Norte  
Programa de apoyo a Grupos Territoriales basados en cooperación público-privada para desarrollo de rutas y destinos comunitarios hacia recuperación de COVID Cibao en 2021

CIBAO NORTE (Puerto Plata, Espalillal y Santiago)		Evaluación				Checklist		Fecha actualizada									
Grupos Territoriales	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (lítema, intervención, etc.)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Cupo estimado	Beneficiarios directos	Responsables de GT	Drops actores relevantes	Productos de GT	Problema	Entidad	Comercial	Requisitos	Problema	Fecha actualizada
GR_ON_1	Provincia de Puerto Plata y Provincia de Santiago Rodríguez	Elaboración del catálogo de sabores comunitarios de la Ruta Panorámica Comunal	Basado en un diagnóstico comunitario, se creó un catálogo comunitario de alimentos de alta calidad y bajo costo, que se utilizará para promover el turismo gastronómico y la recuperación económica de la zona. El catálogo incluye recetas, historias y fotografías de los platos, que se utilizarán para desarrollar rutas turísticas y promocionar el turismo gastronómico.	1. Se creó un catálogo comunitario de alimentos de alta calidad y bajo costo, que se utilizará para promover el turismo gastronómico y la recuperación económica de la zona. 2. Se creó un catálogo comunitario de alimentos de alta calidad y bajo costo, que se utilizará para promover el turismo gastronómico y la recuperación económica de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Enero - Septiembre 2021	200,000.00	300 personas	Dr. Tin María Viquez, Yvonne Rodríguez	Comuna de Comercio de Puerto Plata, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	No	1.5	Si	No	No	28 de febrero 2022
GR_ON_2	Mesa provincial de Turismo Espalillal	Atilización y promoción de Ruta Histórica de Moca, Jajalco, Vientilla y Paz	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Exposición y venta de productos	Marzo - Septiembre 2021	71,500.00	10 organizaciones comunitarias	Neusa María Torres	Apartamento de Moca, Gobernación de Espalillal	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	No	1.5	Si	No	No	28 de febrero 2022
GR_ON_3	COMESA (Comité de Muestreo de Alimentos)	Elaboración de rutas de Turismo Comunitario, que sirven para visitar el campo y generar conciencia en las comunidades turísticas y rurales.	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	340,000.00	10 organizaciones comunitarias	Alma Hernández	Comuna de Comercio de Puerto Plata, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	No	3.0	Si	Si	Si	28 de febrero 2022
GR_ON_4	UMPC Guanaco	Diversificación de oferta de turismo comunitario en Guanaco y promoción (venturista)	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Tur	Marzo - Septiembre 2021	60,000.00	10 organizaciones comunitarias	Argento Díaz Riega	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	No	2.0	Si	No	No	28 de febrero 2022
GR_ON	RED de Turismo Comunitario	Promoción de destino Puerto Plata 7	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	200,000.00	10 organizaciones comunitarias	Argento Díaz Riega	Drops actores relevantes	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	No	2.0	Si	No	No	28 de febrero 2022
GR_ON	Mesa Técnica de Turismo Espalillal	Promoción de destino Puerto Plata	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	200,000.00	10 organizaciones comunitarias	Argento Díaz Riega	Drops actores relevantes	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	No	2.0	Si	No	No	28 de febrero 2022

Observaciones: Analizando postulación de patrocinador de TCS por medio de productores locales (provinciales, pan, vino, queso, miel, artemisa, yagüel). Se puede considerar un mini proyecto para mejoramiento de etiqueta para coccar productores en relación de carretera.

CIBAO NOROCCIDENTE (Dajabón, Montecristi, Santiago Rodríguez, Valverde)		Evaluación				Checklist		Fecha actualizada									
Grupos Territoriales	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (lítema, intervención, etc.)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Cupo estimado	Beneficiarios directos	Responsables de GT	Drops actores relevantes	Productos de GT	Problema	Entidad	Comercial	Requisitos	Problema	Fecha actualizada
GR_ONCE	Grupo Territorial de Dajabón	Aumento del valor turístico de la Provincia Dajabón	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Julio - septiembre 2021	170,000.00	10 organizaciones comunitarias	Cherif Sánchez de Dajabón	Comuna de Comercio de Dajabón, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.0	1.5	Si	Si	Si	28 de febrero 2022
GR_ONCE_2	Grupo Territorial de Santiago Rodríguez	Elaboración de un material promocional para el destino turístico de Santiago Rodríguez	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Julio - septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Cherif Sánchez de Dajabón	Comuna de Comercio de Dajabón, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.0	2.5	Si	No	Si	28 de febrero 2022
GR_ONCE_3	Grupo municipal de Santiago Rodríguez	Fortalecimiento de un equipo de promoción turística para el Municipio de Montecristi	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Exposición con venta de productos locales	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Cherif Sánchez de Dajabón	Comuna de Comercio de Dajabón, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.5	2.0	Si	Si	Si	28 de febrero 2022
GR_ONCE_4	Grupo Territorial de Valverde	Realizar "Bicentenario Valverde", volcar los recursos turísticos de la zona para el desarrollo del turismo comunitario	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Julio - septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Cherif Sánchez de Dajabón	Comuna de Comercio de Dajabón, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	1.5	1.5	Si	Si	Si	28 de febrero 2022
GR_ONCE_5	Grupo Territorial de Valverde	Desarrollo de una herramienta digital informativa integral de Montecristi	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Julio - septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Cherif Sánchez de Dajabón	Comuna de Comercio de Dajabón, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.0	1.5	Si	Si	Si	28 de febrero 2022
GR_ONCE_6	Grupo Territorial de Valverde	Fortalecimiento de un equipo de promoción turística para el Municipio de Montecristi	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Exposición con venta de productos locales	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Cherif Sánchez de Dajabón	Comuna de Comercio de Dajabón, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	1.5	1.5	Si	No	No	28 de febrero 2022
GR_ONCE_7	Grupo Territorial de Valverde	Fortalecimiento de un equipo de promoción turística para el Municipio de Montecristi	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Exposición con venta de productos locales	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Cherif Sánchez de Dajabón	Comuna de Comercio de Dajabón, Comuna de Comercio de Santiago Rodríguez	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.5	1.0	Si	Si	No	28 de febrero 2022

CIBAO NOROCCIDENTE (María Trinidad Sánchez, Samaná, Duarte y Heremana Mirabal)		Evaluación				Checklist		Fecha actualizada									
Grupos Territoriales	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (lítema, intervención, etc.)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Cupo estimado	Beneficiarios directos	Responsables de GT	Drops actores relevantes	Productos de GT	Problema	Entidad	Comercial	Requisitos	Problema	Fecha actualizada
GT_ONCE_1	Comité de Desarrollo Comunitario de las Galeras	Promoción de destino Comunitario	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Septiembre 2021 - febrero 2022	50,000.00	10 organizaciones comunitarias	Juan Lirio	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.5	2.5	Si	Si	Si	28 de febrero 2022
GT_ONCE_2	Mesa Municipal de Río San Pedro, Río San Juan	Promoción de destino Comunitario	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Diana Arriaga	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.0	1.5	Si	Si	Si	28 de febrero 2022

CIBAO SUR (La Vega, Monsiel Noé, Sánchez Ramírez)		Evaluación				Checklist		Fecha actualizada										
Grupos Territoriales	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (lítema, intervención, etc.)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Cupo estimado	Beneficiarios directos	Responsables de GT	Drops actores relevantes	Productos de GT	Problema	Entidad	Comercial	Requisitos	Problema	Fecha actualizada	
GT_CS_1	Grupo de amigos de FE (Fuerza Educativa)	Promoción de destino Comunitario	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Juan Lirio	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	1.5	3.0	1.0	No	No	28 de febrero 2022	
GT_CS_2	Comité de Desarrollo Comunitario de las Galeras	Apoyo a promoción local	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Juan Lirio	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	1.5	2.0	1.5	No	No	28 de febrero 2022	
GT_CS_3	Comité de Desarrollo Comunitario de las Galeras	Apoyo a promoción local	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Juan Lirio	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	1.5	2.0	1.5	No	No	28 de febrero 2022	
GT_CS_4	Ciudad de Constanza	Apoyo Promoción Local	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Proyecto de desarrollo comunitario	Marzo - Septiembre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Juan Lirio	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	2.5	2.5	2.0	Si	Si	Si	28 de febrero 2022
GT_CS_5	Grupo de trabajo regional de Cibao Sur	Fortalecimiento de la Mesa Provincial de Turismo Comunitario	Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. El itinerario incluye información sobre los sitios, horarios de visita, precios y otros detalles importantes para los turistas.	1. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona. 2. Se creó un itinerario turístico que incluye visitas a sitios históricos, culturales y naturales de la zona.	Exposición	Junio - Octubre 2021	100,000.00	10 organizaciones comunitarias	Juan Lirio	Aérea	Mapas, "Checklist de Sabores", "Checklist de Sabores"	No	No	No	No	No	28 de febrero 2022	



TURISMO  
COMUNITARIO  
SOSTENIBLE

## MEMORIA DE ACCIONES

DE UNIDADES PRODUCTIVAS Y GRUPOS TERRITORIALES  
DEL TCS EN LA REGIÓN NORTE



Proyecto de Fortalecimiento de Mecanismo para el  
Desarrollo de Turismo Basado en las Comunidades  
en la Región Norte de la República Dominicana

### Introducción

La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y el Gobierno Dominicano han implementado el "Proyecto de Fortalecimiento de Mecanismos para el Desarrollo de Turismo basado en las comunidades en la Región Norte de la República Dominicana" desde abril de 2016. Este proyecto dirigido por el Ministerio de Turismo (MITUR) se llevó a cabo con la cooperación de otras entidades públicas pertinentes como, el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), el Ministerio de Planificación y Desarrollo Económico (MEPyD) y organizaciones público-privadas locales.

Durante la ejecución del proyecto, los actores locales de varias comunidades desarrollaron iniciativas para el impulso del turismo en su territorio con el soporte de organizaciones nacionales y regionales. Estas actividades abrieron la puerta al desarrollo del turismo comunitario en la región Norte y en el país con el objetivo de diversificar las ofertas, expandir las ganancias e impulsar el empoderamiento de los locales.

Además de las entidades de soporte a nivel central, la implementación de TCS se logró a través de un sistema local compuesto por tres tipos de entidades:

- **UP (Unidad Productiva):** negocio conformado por residentes locales, encargado de ofrecer con orgullo productos y servicios de interés turístico.
- **GT (Grupo Territorial):** grupo conformado por actores públicos y privados, locales y sociales de una misma provincia, que gestionan la marca territorial buscando aumentar el valor de su territorio a través del turismo.
- **GR (Grupo Regional):** grupo conformado por actores públicos y privados, locales y sociales de diferentes provincias que con visión de promoción de destino regional pretendiendo aumentar la duración en la estancia del visitante.

Las 14 provincias de la región Norte, mejor conocida como el Cibao, se agrupan en 4 subregiones: Cibao Norte (CN), Cibao Noroeste (CNOE), Cibao Sur (CS) y Cibao Noreste (COE).

El resultado de las experiencias del Proyecto TCS en cada una de estas subregiones muestra un alto potencial de desarrollo de un "turismo alternativo" que contribuye de manera directa al desarrollo económico y social de las comunidades que allí habitan aún en diversos contextos naturales, culturales y sociales. Por esta razón, el presente documento es una compilación de las acciones realizadas y los logros obtenidos por las Unidades Productivas y los Grupos Territoriales de cada una de las subregiones del CIBAO en el período comprendido entre el año 2016 y 2022.

### Unidades Productivas (UP), Grupos Territoriales (GT) y Grupos Regionales (GR) apoyados por el Proyecto



Cibao Noroeste	Cibao Norte	Cibao Noreste	Cibao Sur
11 UP	10 UP	5 UP	5 UP
5 GT	5 GT	2 GT	3 GT
1 GR			1 GR



## Índice

	Página		Página
<b>CIBAO NOROESTE</b>	6	<b>GRUPOS TERRITORIALES CIBAO NORTE:</b>	
UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO NOROESTE:		UMPC VYP y APEDI	60
Gremont	8	Mesa de Turismo de Espaillat	62
Asociación de Guías Manzanillo Eco Aventura	10	CODEJAN (Consejo de desarrollo turístico de Jamao al Norte)	64
Asociación de Productores Ovinocaprinos Linieros (ASOPROLI)	12	UMPC Guanatico	66
Asociación de Apicultores La Fronteriza Dajabón (ASOIFRODA)	14	Grupo Territorial del Naranjal, El Cupey, El Gallo	68
Amamiel	16	<b>CIBAO NORDESTE</b>	70
Ruta del Banano	18	UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO NORDESTE:	
Asociación de Fabricantes de Artesanía de Valverde (ASFAVAL)	20	Sindicato de Boteros, Laguna Gri Gri	72
Grupo Productivo de La Ruta en Margaritas	22	Cooperativa de producción, trabajos y servicios múltiples de pescadores Bahía San Lorenzo (Kayak San Lorenzo)	74
Ruta del Casabe	24	Asociación Comunitaria, Ecoturismo Salto del Limón (ACESAL)	76
Anfitriones de Monción	26	Grupo de Guías de las Galeras	78
Café Trillao   Tierra de Músicos	28	Rancho Don Lulú, Centro Ecoturístico	80
<b>GRUPOS TERRITORIALES DE CIBAO NOROESTE:</b>		<b>GRUPOS TERRITORIALES DE CIBAO NORDESTE:</b>	
Grupo Territorial de Monción	30	Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de Las Galeras (CONTUGAL)	82
Grupo Territorial de Montecristi	32	Mesa de Turismo de Río San Juan	84
Grupo Territorial de Dajabón	34	<b>CIBAO SUR</b>	86
Grupo Territorial de Santiago Rodríguez	36	UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO SUR:	
Grupo Territorial de Valverde	38	Finca Doña Paula (Asociación de Productores Agrícolas La Cotorra)	88
<b>CIBAO NORTE</b>	40	Complejo Ecoturístico Angustura	90
UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO NORTE:		Sonido del Yaque	92
Asociación de Artesanos de Madera Petrificada de Imbert (ASOARTEP)	42	Asociación de Guías Turísticas Saltos de Jima	94
Chocolala	44	Gaia Ecotrip	96
Asociación de Guías Cuevas de Cabarete	46	<b>GRUPOS TERRITORIALES DE CIBAO SUR:</b>	
Asociación de Guías del Santuario Manatí (Estero Hondo)	48	Clúster Ecoturístico Constanza	98
Comanejo del Ministerio de Medio Ambiente y la Asociación Guías de los Charcos de Damajagua	50	Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	100
Finca Papirocho, Río Sonador	52	Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Monseñor Nouel	102
Jamao Eco Tours	54		
Asociación de Artesanos de Higüerito	56		
Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Mangante	58		

# Cibao Noroeste

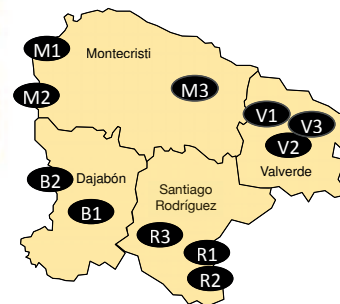
El Cibao Noroeste fusiona exóticos sabores, una región que nos invita a disfrutar experiencias gastronómicas inigualables. Allí se concentran el gustoso sabor de un buen chivo de carne suave, el crocante toque del casabe, la dulzura de la miel y la versatilidad del banano o guineo orgánico. Sus provincias hacen del Noroeste una destacada fuente de expresiones culturales y creativas de la República Dominicana. Sus diferentes itinerarios conforman el "Círculo Esencia del Sabor", en el cual los noroestanos no solo ofrecen lo mejor de sus zonas a los visitantes, sino también, una atractiva propuesta de turismo con matices industriales, agrícolas y de aventura.



### Concepto subregional del Cibao Noroeste

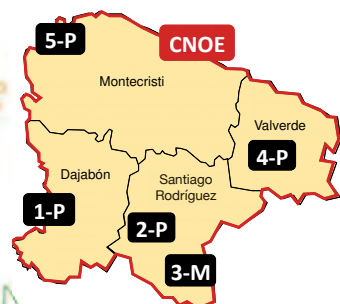
Experiencia paisajística original dominicana "Círculo Esencia del Sabor". Disfruta de las diversas y únicas experiencias que brinda la comunidad a través de los circuitos que conectan las cuatro provincias.

### 11 UP apoyadas



- B1: Ruta de Miel de Dajabón
- B2: Productos derivados de miel de Dajabón
- R1: Ruta de Casabe de Monción
- R2: Senderos comunitarios de Monción
- R3: Experiencia de ciudad de músicos
- M1: Avistamiento de aves de Montecristi
- M2: Kayak de Manzanillo
- M3: Ruta de chivo de Villa Elisa
- V1: Ruta de banano de Valverde
- V2: City Tour joya de Mao en Margarita
- V3: Productos artesanales de Valverde

### 5 GT y 1 GR apoyados



- 1-P: GT Prov. Dajabón (ADELDA)
- 2-P: GT Prov. Santiago Rod. (Gobernación)
- 3-M: GT Monción (Jóvenes y Alcaldía)
- 4-P: GT Valverde
- 5-P: GT Prov. Montecristi



### Gremont

El Grupo Ecológico de Montecristi, es una organización creada con el objetivo de proteger la vida silvestre de los alrededores y promover la conservación ecológica de la provincia, a través de actividades de turismo de naturaleza, tipo aventura y actividades de turismo cultural, las cuales, se están impulsando para la autogestión financiera de la organización.

Como antecedentes, la agrupación ha trabajado el abordaje del cuidado ambiental a través sensibilizaciones con los estudiantes de las escuelas y liceos y realizando labores altruistas para la conservación y aprovechamiento del Parque Nacional El Morro de Montecristi.

📍 Ubicación	Municipio San Fernando, Provincia Montecristi
📅 Año de fundación	2021
📈 Nivel de productos	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
🏛️ Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro, ASFL
👥 Miembros	28 Socios
📞 Contactos	(829) 856-4992

### Ofertas:

- SENDERISMO
- AVISTAMIENTO DE AVES
- TOUR CULTURAL EN BICICLETA



Los guías especializados en interpretación de la naturaleza, realizan excursiones acuáticas en lancha a Isla Cabra y senderos terrestres de avistamiento de aves, encadenando visitas a las Casas de los Artesanos de Montecristi, alojamientos como el Hotel Don Gaspar y recorridos por el centro histórico de San Fernando.



### Intervención

#### Acciones:

1. Levantamiento con SOH para identificación de los senderos de Aviturismo.
2. Vinculación con Medio Ambiente para la formación oficial en Guianza Interpretativa de la Naturaleza.
3. Apoyo para la compra de herramientas para la guianza para avistamiento de aves.



### Asociación de Guías Manzanillo Eco Aventura

Surge a finales del 2017, bajo la sombrilla de la Asociación de Pescadores Guardianes Marinos de la Bahía de Manzanillo, con el acompañamiento de AGROFRONTERA, para desarrollar excursiones en kayaks por los manglares de Estero Balsa buscando agregar valor a la pesca comercial y que las familias que se sustentan de la pesca tengan la oportunidad de diversificar sus ingresos económicos.

Para el sustento financiero, han desarrollado un producto que pone valor al recurso natural gestionado desde la comunidad: excursiones en kayak por los manglares de Estero Balsa y snorkeling, acompañados de la Comisión Turística de Manzanillo comparten la visión de ampliar los servicios turísticos, así como posicionar a Manzanillo como un destino de turismo ecológico.

📍 Ubicación	Municipio Pepillo Salcedo, Provincia Montecristi
📅 Año de fundación	2017
📈 Nivel de producto	Nivel 3 (Operación Sostenible de Negocio TCS)
🏛️ Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
👥 Miembros	1 Organización local con 19 miembros y/o familias
📞 Contactos	N/D

### Oferta:

- EXPERIENCIAS GUIADAS



Bajo el concepto de la Ruta de Aventura se ha desarrollado un sendero de la naturaleza en Kayak por el Parque Nacional Los Manglares de Estero Balsa, en el que los turistas son guiados por pescadores o los hijos y/o hijas de los pescadores pertenecientes a la Asociación de Pescadores Guardianes Marinos de la Bahía de Manzanillo.

La excursión tiene un costo asequible que incluye; refrigerio, almuerzo, depende de los paquetes que sean seleccionados por los visitantes. Además, les ofrecen paseos en botes para más de 5 ó menos personas y les proporcionan los equipos para practicar el snorkeling y también incluye refrigerio.

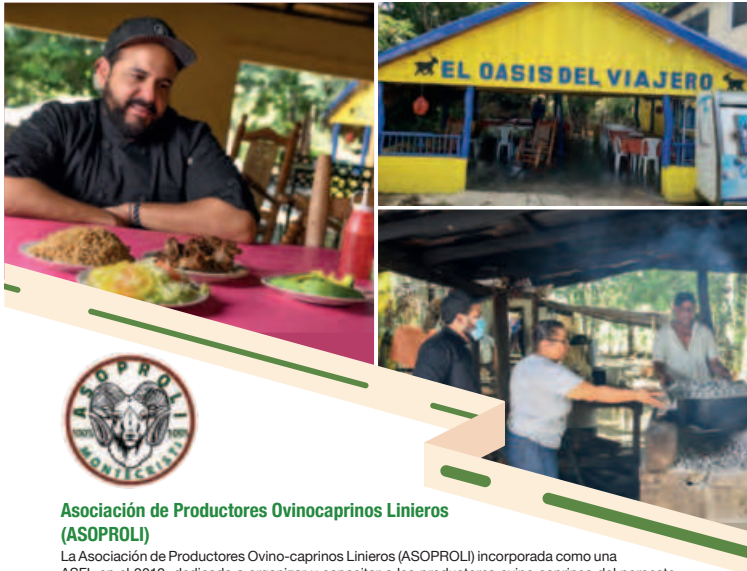
### Intervención

#### Acciones:

1. Integrar al menos 3 recursos / atractivos locales a la experiencia ya existente.
2. Se han incorporado como Asociación de Guías Manzanillo Eco Aventura bajo el marco de las ONGs.
3. Se han recibido al menos 15 visitantes al mes.
4. Construcción de una política de gestión y operación sostenible.
5. Se han iniciado negociaciones comerciales con otros grupos comunitarios de turismo
6. Formación de Guianza de Interpretativa de la Naturaleza con de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
7. Vinculación con el INFOTEP.







### Asociación de Productores Ovinocaprinos Linieros (ASOPROLI)

La Asociación de Productores Ovino-caprinos Linieros (ASOPROLI) incorporada como una ASFL en el 2019, dedicada a organizar y capacitar a los productores ovino caprinos del noroeste, establecieron una tienda de insumos para productos agropecuarios y comercialización cárnica. Los socios son criadores y productores de carne de chivo y ovejas, como parte de la cadena de valor, estas carnes y leches son suplidas a los restaurantes locales como materia prima para la gastronomía de Guayubín. Tienen como objetivo aumentar y reforzar las capacidades técnicas gastronómicas para el aprovechamiento del chivo por los dueños de carnicerías y restaurantes de Villa Elisa.

Ubicación	Montecristí, Municipio: Guayubín, Junta Distrital: Villa Elisa; Paraje: Hato del Medio
Año de fundación	2019
Nivel de productos	Recursos con potencial de TCS
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
Miembros	5 entidades locales
Contactos	(829) 346-0999

### Oferta:

DEGUSTACIÓN GASTRONÓMICA DE CARNE DE CHIVO Y OVINOS



Hato del Medio conocido por sus carnicerías, Chivo Sin Ley, proyecto que ha impulsado el Ministerio de Turismo, ha posicionado a Villa Elisa, conocida como la capital del Chivo Liniero, destacando por la oferta gastronómica de carne de chivo y ovinos en los restaurantes con especialidad en cocinar chivo liniero, carne guisada, chivo homeado, asado y al caldero lo que crea la Ruta del Chivo.

ASOPROLI junto a Parador Oasis, Parador LILLY, Parador Kelvin y Del Chivo al Campo, para mejorar el aprovechamiento de la producción y crianza, para contribuyan al reposicionamiento de su marca territorial, como la capital del chivo liniero y agregarle valor a la crianza y venta carne de chivo y comida estilo fondas.

### Intervención

#### Acciones:

1. Reunión de coordinación local entre ASOPROLI, restauranteros y autoridades locales de Montecristí.
2. Levantamiento de los restaurantes y su historia.
3. Reunión de trabajo con entidades involucradas para elaboración de agenda del intercambio y definición de roles.
4. Apoyo materiales y herramientas para la realización del taller.
5. Apoyo con alojamiento de equipo de ADOCHEF.
6. Reporte de visita de levantamiento de Feed The Planet.
7. ADOCHEF y Feed The planet entregan propuesta de intervención a Hato del Medio para impulsar junto a MITUR una Ruta Gastronómica del Chivo.



### Asociación de Apicultores La Fronteriza Dajabón (ASOPIFRODA)

La Asociación de Apicultores la Fronteriza de Dajabón (ASOPIFRODA) surge en el 1992, como ONG con el propósito de producir y vender los productos de la colmena, cuenta con más de 80 asociados, 150 apiarios, con un moderno centro de acopio y salas de extracción para mejorar la miel y suplir el mercado local. El producto principal es la miel, distribuida y comercializada en todo Dajabón y en cadenas de supermercados nacional, produciendo entre 50 y 60 tanques de miel al año. Emprendimiento social que agrega valor, a través de la autogestión dinamizado la economía y mejorando la calidad de vida de sus familias, que han desarrollado iniciativa de promover "La Ruta de la Miel", que consiste en una visita guiada para conocer sobre la producción de miel a través de 3 apiarios con diferentes temas.

Ubicación	Municipios: Dajabón, Partido y Loma de Cabrera, Provincia Dajabón
Año de fundación	1992
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
Miembros	1 Organización local con 80 miembros y/o familias.
Contactos	809-358-0224

### Oferta:

VENTA DE PRODUCTOS

EXPERIENCIA EN APIARIOS



La Ruta de la miel, bajo un concepto único de la provincia Dajabón, se ha planteado crear 5 senderos guiados dentro de los apiarios familiares y promover la oferta educativa a los visitantes de estos servicios, segmentados en 3 temas:

1. Apiario Doña Isabel. Tema: ¿Cómo inicia la apicultura?
2. Apiario José Aquiles. Tema: Apicultura de bosque semihúmedo
3. Apiario María Cristina. Tema: Apicultura en bosque semiseco.

Cada apiario produce aproximadamente 18 tanques de miel cada 6 meses. El costo del recorrido y degustación en cada apiario es asequible y atractivo para los visitantes, les ofrece los servicios básicos, además alimentos y bebidas.



### Intervención:

#### Acciones:

1. Levantamientos de base de datos con la ASOPIFRODA para identificar actividades diversas con potencial turístico.
2. Preparación y desarrollo de 3 senderos de miel asociados a la ASOPIFRODA.
3. Acompañamiento al desarrollo de productos derivados de la miel.
4. Reestructuración de la ruta y agregados productos y servicios existentes.
5. Jornadas de diversificación de la ruta de la miel.
6. Firma de acuerdos con empresas binacionales en Dajabón y promoción de alianzas con otros negocios comunitarios de turismo.





### Amamiel

La Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (AMAMIEL) tiene como propósito desarrollar productos de valor agregado derivados de la miel e involucrar a la vida productiva a las esposas e hijos de los apicultores de la asociación.

Produce mensualmente alrededor de 20 y 30 unidades, comercializando los productos por venta directa y bajo la ruta de la miel y está en proceso de cohesión, sin embargo, eso no les ha impedido avanzar en definir sus estatutos y registrar su nombre comercial.

<b>Ubicación</b>	Municipios Dajabón y Partido, Provincia Dajabón
<b>Año de fundación</b>	2018
<b>Nivel de productos</b>	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
<b>Estatuto legal</b>	Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL
<b>Miembros</b>	1 Organización, 23 Miembros
<b>Contactos</b>	(809) 863-8887



### Ofertas:

#### COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MIEL

#### Venta de productos:

La ruta de la miel, rescata las tradicionales técnicas ancestrales para elaborar productos artesanales, fusionados con otras materias prima de origen vegetal. Las creaciones van en dirección a la promoción de la gastronomía local y el cuidado personal.

#### Jabón de miel:

Es un jabón orgánico elaborado con un 70% de miel la fronteriza de Dajabón y otros productos orgánicos como el arroz, la pithaya, cúrcuma local que aporta vitaminas a la piel, exfolia y rejuvenece.

#### Los productos derivados de la miel:

Son un conjunto de productos elaborados por artesanos de la provincia de Dajabón, a partir del aprovechamiento de los frutos de la colmena desde el polen que producen las abejas, las yemas álmico y árboles como, transformado en un antiséptico, antigripal, bebidas con miel como la hidromiel, el mabi de naranja con miel, jabones de miel, miel en panal y líquida, aliños y bocadillos con miel.



### Sobre intervención 2018-2020

1. Formación y capacitación a esposas de apicultores y emprendedoras de Dajabón de donde nace MEFRODA y luego modifica el nombre comercial a AMAMIEL.
2. Asesoría en constitución legal por el Centro MIPYMES ISA
3. Fortalecimiento en presentación de productos y elaboración de catálogos
4. Participación en ferias locales y regionales
5. Soporte en elaboración protocolo de contingencia contra el COVID-19 y materiales gastables.
6. Acercamiento con empresas para promoción y acuerdo de venta en proceso
7. Creación de listado de productos con precios y costos estimados.
8. Inserción de productos de la miel como servicio en la experiencia de la miel.



### Ruta del Banano

El grupo productivo de la ruta del banano orgánico está compuesta por: las asociaciones de pequeños Productores La Santa Cruz, La Asociación de Bananos Ecológicos del Noroeste (BANELINO), la Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde, el Clúster Turístico de Valverde, Los restaurantes: Duarte 36, el Food Court del Morel y el Saboria, La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños (as) Productores (as) y Trabajadores (as) de Comercio Justo (CLAC) y el Ayuntamiento de Mao.

El objetivo principal es desarrollar un proyecto piloto de la ruta de banano orgánico en la provincia Valverde y con su oferta promueve la producción orgánica del banano y el aprovechamiento del rubro, tanto para el consumo, como el uso de la fibra como materia prima para la elaboración de artesanías.

<b>Ubicación</b>	Municipio Mao, Provincia Valverde
<b>Año de fundación</b>	2018
<b>Nivel de producto</b>	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
<b>Estatuto legal</b>	Organización social
<b>Miembros</b>	9 Entidades con 95 beneficiarios directos.
<b>Contactos</b>	(809) 757-0529

### Oferta:

#### EXPERIENCIA GUÍADA POR SENDERO Y FÁBRICAS



La Ruta del banano es un sendero agroturístico con visitas guiadas por fincas de banano orgánico del municipio de Mao, complementado con la degustación gastronómica a base de banano, experiencia de elaboración de artesanías en fibra de banano y visita al balneario del Río Mao, gestionado por un liderazgo compartido de sectores privados y públicos, como negocio comunitario.

### Intervención

#### Acciones:

1. Levantamiento de los puntos de la ruta.
2. Taller de elaboración de la propuesta de valor de la ruta.
3. Curso taller de la elaboración de guión de la experiencia.
4. Validación de la propuesta de valor con entidades locales.







### Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde (ASFAVAL)

La Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde (ASFAVAL), es una institución sin fines de lucro, constituida por mujeres y hombres de la provincia Valverde bajo el marco de la Ley no. 122-05 el 09 de mayo del 2017.

Sus acciones están fundamentadas sobre la base de desarrollar la industria de las artesanías con la fibra del banano como materia prima y otros productos complementarios.

Trabajan con un enfoque empresarial que asume la innovación y la calidad como medio para cumplir con las exigencias del mercado y lograr la sostenibilidad de esta actividad productiva.

En ese contexto, la misión de ASFAVAL, es promover proyectos e iniciativas que contribuyan con la competitividad y la sostenibilidad de la industria de las artesanías a partir la fibra del banano, como medio para generar bienestar en la membresía de la asociación y sus familias.

📍 Ubicación	Municipio Mao, Esperanza y Laguna Salada, Provincia Valverde
📅 Año de fundación	2017
📈 Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
🏛️ Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
👥 Miembros	1 Organización Local con 12 miembros y/o familias
📞 Contactos	829-873-2187 / 829-352-5627

### Oferta:

#### VENTA DE ARTESANÍA



La Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde, ASFAVAL, ha elaborado diferentes productos de fibra de banano para el uso cotidiano y para la decoración de espacios.

Han desarrollado una línea de productos bajo una marca colectiva que les permite comercializar de forma conjunta, destacando las características, modos de producción, materiales empleados que son utilizados, bajo el nombre de BANARTE (Artesanía de la Fibra de Banano), realizadas en un 90% de fibra de banano y un 10% de otros materiales orgánicos y sintéticos.

Así como también, la utilización de técnicas como: Revestimiento, estampado, arrollamiento, trenzado; para la creación de cuadros con conceptos sobre la vida y los paisajes del noroeste, cofres, porta retratos, llaveros, brazaletes, aretes, muñecas, otomanes, carteras, jabones y otros productos, estos productos forman parte del componente artesanal de la Ruta del Banano en Valverde.

### Intervención

#### Acciones:

1. Elaboración de una guía de productos de la fibra de banano, posicionada con apoyo local.
2. Se han realizado 4 capacitaciones para el mejoramiento de la calidad y terminación de la artesanía ya existente.
3. Se han integrado al menos 3 productos nuevos al catálogo.
4. Se ha realizado el lanzamiento de la guía de productos locales.
5. Han sido distribuidas 1,800 guías de productos locales.
6. Se han gestionado y promovido acuerdos de venta con el sector comercial de Valverde.
7. Se están vendiendo más de 20 unidades de productos de la fibra del banano mensual.
8. Se han integrado como oferentes de la Ruta del Banano.



### GRUPO PRODUCTIVO DE LA RUTA EN MARGARITAS

El grupo productivo de la ruta en las Margaritas está compuesto por las Margaritas La Maefia, Valverde, Mototaxi Mao, con el acompañamiento del clúster turístico de Valverde y la oficina de turismo.

Es una articulación de entidades privadas, públicas y sociales, con la finalidad de impulsar la ruta histórica Joyas de Mao, en el city tours en las Margaritas, impactando con su novedoso transporte.

📍 Ubicación	Provincia Valverde
📅 Año de fundación	2018
📈 Nivel de productos	Recurso con Potencial de TCS
🏛️ Estatus legal	Organización Social
👥 Miembros	90
📞 Contactos	(829) 380-1176

### Ofertas:

#### RUTA TURÍSTICA EN MOTOTAXIS

El grupo productivo las Margaritas ofrece un city tours en mototaxi una ruta turística que inicia en el Centro Histórico de la ciudad de Mao, con 8 paradas para la interpretación de estos lugares, por un precio módico.

El servicio de transportación se ofrece dentro de la ruta del banano orgánico en Valverde y disponen de 3 y cuatro margaritas por empresa, para un total de 9-12 margaritas en la ruta.



### Intervención del proyecto:

1. Visitas de reconocimiento del transporte.
2. Promoción de un acuerdo para formar el grupo productivo entre las empresas de Margaritas, el Clúster Turístico de Valverde y la Oficina de Promoción Turística de Valverde.
3. Preparación de la ruta potencial por el centro histórico de Mao, llamado Joyas de Mao.
4. Conceptualización de las margaritas con pinturas alusivas a la cultura local.
5. Elaboración de un material promocional.
6. Acompañamiento y vinculación con la Sala Capitular de Mao y el INTRANT para autorización operación de acuerdo al proceso de pivotaje del modelo original de negocio.
7. Ejecutada la fase de transformación del transporte y testeo dentro de la ruta del banano.







### Ruta del Casabe

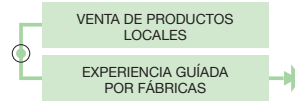
El grupo productivo de la Ruta del Casabe surge en el 2018, en el marco del Proyecto TCS, como una oportunidad para desarrollar productos turísticos desde la gestión comunitaria.

En sus inicios era liderado por la inactiva Asociación de Casaberos de Monción, por lo que las fábricas Doña Mechi, Guaraguano Food y Alimentos Fortuna continuaron desarrollando la ruta del casabe, integrando a un grupo de jóvenes de la comunidad, Anfitriones de Monción para la parte de comercialización y cogestión de la ruta.

La Asociación, está constituida como ASFL, sin embargo, el grupo productivo que está desarrollando la ruta del casabe, opera de manera informal y ya está en el proceso con la Junta Directiva de la Asociación de Casaberos de Monción para formalizar su estatus.

📍 Ubicación	Municipio Monción, Provincia Santiago Rodríguez
📅 Año de fundación	2018
📈 Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
🏛️ Estatus legal	Organización Legal
👥 Miembros	1 Organización Local con 90 miembros y/o familia
📞 Contactos	829-357-7652

### Oferta:



### Intervención

#### Acciones:

1. Sensibilización y acompañamiento para el desarrollo de la Ruta del Casabe en Monción.
2. La Ruta del Casabe diversificada con actividades experienciales desarrolladas en las 3 fábricas.
3. Elaborado el ciclo de marketing para determinar las actividades específicas para aumentar la visitación conjunta.
4. Más de 100 personas han visitado la ruta del casabe.
5. Se cuenta con registros y monitoreo de la visitación y venta de productos.

En el marco del concepto de proyectar a Monción como "La Capital del Casabe" con el apoyo del Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y Monción, la Alcaldía y la Asociación de Casaberos de Monción, se ha desarrollado la Ruta del Casabe de Monción.

Con su producto principal que son las excursiones por tres fábricas de casabe:

1. Doña Mechi, con la experiencia Taina;
2. Guaraguano Foods con una experiencia a Escala Industrial y
3. Alimentos Fortuna con la experiencia Innovación.

Cada recorrido está diseñado para que los visitantes sientan el casabe desde tres vivencias inigualables y puedan degustar los diversos tipos de casabe y diferenciar los rasgos distintivos de cada fábrica.



## ANFITRIONES DE MONCIÓN

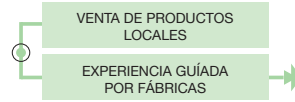
En el 2018, surge mediante la intervención del Proyecto TCS y la mesa de coordinación de Santiago Rodríguez, compuesta por diferentes entidades públicas y privadas, un grupo de jóvenes del municipio, bajo el nombre de Anfitriones de Monción, con el propósito de ser los receptores, guías de los visitantes y comercializadores de la Ruta del Casabe.

Se han implementado acciones de fortalecimiento de capacidades y aumento del orgullo por su localidad, promoviendo el empoderamiento y liderazgo a través de intercambios con Japón para ayudar a construir una visión de las acciones a desarrollar a partir del potencial endógeno.

Este modelo ha insertado a jóvenes a la vida productiva, teniendo más participación en la co-planificación del desarrollo local, diversificando el producto Ruta del Casabe y gestionando actividades de wellness y aventura en la Presa de Monción.

📍 Ubicación	Municipio Monción, Provincia Santiago Rodríguez
📅 Año de fundación	2018
📈 Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
🏛️ Estatus legal	Organización Social
👥 Miembros	1 Organización Local con 5 miembros y/o familias
📞 Contactos	829-357-7652

### Oferta:



### Intervención

#### Acciones:

1. Taller de preparación de itinerarios de la ruta del casabe y redescubrimiento de recursos locales de Monción.
2. Acompañamiento en la elaboración y lanzamiento de la Revista de Tesoros Locales de Monción.
3. Capacitación en Gestión de Turismo Comunitario del coordinador del grupo en Japón.
4. Elaboración de plan de negocios con el co acompañamiento del INFOTEP.
5. Diseño con el INFOTEP de una capacitación para la reestructuración y fortalecimiento del grupo sobre Animación y gestión comunitaria.
6. Integrados al brochure de experiencias comunitarias de Santiago Rodríguez.

La histórica capital del Casabe en el municipio de Monción se proyecta como un lugar místico por atesorar la producción del casabe. Su oferta actual es la venta y guía en la ruta del casabe, que incluye una excursión por las fábricas de casabe: Doña Mechi donde el visitante puede hacer su propio casabe artesanal, combinado con la experiencia industrial en la fábrica Guaraguano Foods, que cuenta su historia a través de un recorrido por su fábrica-museo y la experiencia innovación en la fábrica de Alimentos Fortuna.

Los Anfitriones de Monción también incluyen dentro de la oferta del casabe, una visita al mirador de la presa de Monción, visita al Patio del Arte, degustación de pizzas de casabe y organización de paquetes vacacionales en los alojamientos rurales de Monción.







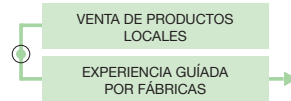
### Café Trillao - Tierra de Músicos

Café Trillao es una sociedad comercial en formación, la cual ha surgido como fruto del confinamiento y de las tendencias de turismo de la naturaleza que se incrementa en la etapa de post confinamiento.

El propósito de esta sociedad comercial es desarrollar una oferta de turismo de aventura en las comunidades de la sierra de los municipios de Monción y Sabaneta. Su oferta de valor es guianza de turismo de aventura y naturaleza, experiencia de Tierra de Músicos y la experiencia del Café en la zona alta de la provincia Santiago Rodríguez.

📍 Ubicación	Municipio Sabaneta, Provincia Santiago Rodríguez
📅 Año de fundación	2020
🏆 Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
⚖️ Estatus legal	En Constitución Legal
👥 Miembros	1 Empresa Local con 5 miembros y/o familias
📞 Contactos	809-757-2272

### Oferta:



Desde una conciencia comunitaria, el grupo productivo ha desarrollado una oferta de turismo de aventura como excursiones de hiking, trekking, backpacking, camping comunitario por la zona de Palero, Cenovi, La Leonor, El Aguacate y La Cabirma, en la sesión de Toma del Municipio de San Ignacio de Sabaneta.

Actualmente, desde el mes de junio de 2021, han integrado la demostración de experiencia del proyecto de TCS y el Centro Histórico del municipio de Sabaneta, la cual consiste en una presentación del árbol de la cultura Noroestana con elementos que conforman la identidad de la zona.

Y la presentación de varios artistas de merengue típico o de perico ripiao, que ponen los visitantes a bailar el cadencioso al ritmo del cuarteto, la visita del restaurant el Patio y por último la degustan de la gastronomía tradicional de la zona basada en el chivo y casabe.



### Intervención

#### Acciones:

1. Sesión de ratificación de compromiso de las entidades involucradas.
2. Integración de experiencia de Tierra de Músicos al brochure promocional de Santiago Rodríguez.
3. Jornada de validación de guión, compromiso de las entidades y asignación de roles.



## GRUPO TERRITORIAL DE MONCIÓN

Monción, Santiago Rodríguez

### Descripción general

Este nace como parte del Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y por su ubicación y el enfoque de las acciones, se ha considerado que sea un Grupo Municipal, estando por debajo del Provincial.

El Grupo Territorial de Monción, no tiene personalidad jurídica, sino que funciona como mesa de trabajo, donde reúnen diferentes instituciones con el objetivo de plantear acciones que fomenten el Turismo Comunitario en Monción.

- 🏢 Instituciones miembros:
1. Consejo de la Presa de Monción
  2. Ayuntamiento de Monción
  3. Dirección Municipal de Medio Ambiente
  4. Grupo de Anfitriones de Monción
  5. Casaberos de Monción
  6. Vacacional Lorenz

🏛️ Estatus Jurídico: N/D

📅 Años de operación: 4

🏛️ Gobierno Local involucrado: Alcaldía de Monción

📄 Plan Anual: Cuenta con Plan de Acción

🏆 Nivel de alcance: (Nivel 2: Municipal)

📞 Contactos: N/D

### Acciones realizadas:

1. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta del Casabe con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
2. Levantamiento sobre accesibilidad con CONADIS p participación en ferias y expo como: Expo Cibao 2019, Expo Santiago Rodríguez 2019.
3. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta del Casabe.
4. Apoyo para desarrollar otros atractivos como La Noria en conjunto con Medio Ambiente y Los Quioscos en conjunto con el Consejo de la Presa y el Ayuntamiento.
5. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia SR.
6. Conformación del Grupo de Anfitriones de Monción.
7. Lanzamiento de Monción como un destino de Turismo Comunitario.
8. Elaboración de revista de tesoros locales.
9. Cursos: Creación de rutas, Redacción y ortografía y redescubrimiento de recursos locales

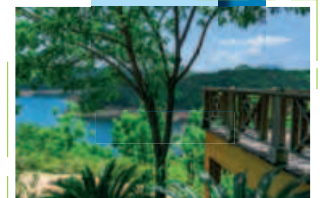
### Atractivos turísticos en el territorio

- 📍 RUTA DEL CASABE
- 📍 PICO DEL GALLO
- 📍 PRESA DE MOCIÓN
- 📍 RÍO MAO

### Comentarios de líder:

Mi experiencia en el proyecto TCS, ha significado un crecimiento ascendente como líder de la comunidad. Me crié en el seno de una familia humilde, y al incorporarme al desarrollo de la Ruta del Casabe y los Anfitriones de Monción, me convertí en un ejemplo de trabajo honesto e íntegro para toda la provincia, siendo un referente para participar de todas fuerzas vivas en materia de turismo. En cuanto al trabajo que hacemos por el territorio, hemos podido lograr el cambio de visión de desarrollo para todos los sectores, ahora se habla de turismo, porque hay confianza por el trabajo que hemos desarrollado.

Félix Manuel Rodríguez,  
Líder del GT Monción







## GRUPO TERRITORIAL DE MONTECRISTI

Provincia: Montecristi

### Descripción general

Fundada en el 2017, con la intervención del Proyecto TCS se conforma la Mesa de trabajo con el objetivo principal apoyar al desarrollo de la Ruta de Aventura como un piloto para el desarrollo como destino turístico de la provincia.

Montecristi ha sido declarado por organizaciones internacionales (E BIRD) como el espacio más importante para la llegada de aves migratorias de la Región del Caribe gracias a sus humedales, manglares y sus lagunas para crear los avistamientos de aves y los visitantes las puedan admirar.

#### Instituciones miembros:

- Clúster Turístico de Montecristi
- GREMONT
- OPT Montecristi
- Asociación de Hoteles y Restaurantes
- Asociación de productores de Chivo
- Ayuntamiento de Santa María
- Ayuntamiento de Hato del medio

**Estatus jurídico:** N/D

**Años de operación:** 2

**Gobierno local involucrado:** N/D

**Plan Anual:** Sí

**Nivel de alcance:** Nivel 3 (Provincial)

**Contactos:** N/D

### Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Definición de tema de la Ruta "Aventura" "Avistamiento de aves".
5. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta de aventura / avistamiento de aves con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
6. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019, entre otras.
7. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta de aventura.
8. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia Montecristi, específicamente en San Fernando.

### Atractivos turísticos en el territorio

AVISTAMIENTO DE AVES	
SENDERO DE KAYAK POR LOS MANGLARES DE ESTERO BALSA	
RUTA DEL CHIVO LINIERO	
CENTRO HISTÓRICO	EL MORRO
PLAYAS (EL MORRO, BUEN HOMBRE Y JUAN DE BOLAÑOS)	

### Comentarios de líder:

Para nosotros como grupo y como personas ha sido una de las mejores ayudas que puedan tener un grupo en desarrollo como somos nosotros, todas las capacitaciones que nos han brindado son de las mejores que se puedan obtener en nuestro país. Muchas gracias por el esfuerzo, el entusiasmo y la calidad de los cursos impartidos. Gracias a Ámbar, Nicolás y al sr. Aoki. ¡Hasta pronto!

*Arisмени Rafael Gómez  
Líder de Gremont*



## GRUPO TERRITORIAL DE DAJABÓN

Provincia: Dajabón

### Descripción general

Inicia desde el 2017, con la intervención del Proyecto TCS se ha conformado la Mesa de trabajo, con el objetivo principal de apoyar al desarrollo de la Ruta de la Miel como piloto para el desarrollo de destino turístico de la Provincia.

La "Ruta de la Miel" permite conocer y entender sobre el apasionante mundo de las abejas. Se desarrolla de la mano de los apicultores y actualmente se visitan 3 apiarios y uno con un contenido diferente que se complementan entre sí.

Con esta experiencia se busca desarrollar a Dajabón como un Destino Comunitario.

#### Instituciones miembros:

- Clúster Turístico de Dajabón
- Ayuntamiento de Dajabón
- ADETDA
- ASOAPIFRODA
- Productos Mamá Tonila
- Dirección Provincial de Cultura
- AMAMIEL
- HAGROECA
- Villas CODEVI
- Ando en Dajabón
- Casa de Arte Dajabón

**Estatus jurídico:** N/D

**Años de operación:** 4

**Gobierno local involucrado:** N/D

**Plan Anual:** Sí

**Nivel de alcance:** Nivel 3 (Provincial)

**Contactos:** N/D

### Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Elaboración de mapa ilustrativo de los recursos y atractivos locales.
5. Definición de tema de la "Ruta de la miel".
6. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta de la miel con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
7. Levantamiento sobre accesibilidad con CONADIS.
8. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019 y ferias desarrolladas en Dajabón.
9. Intercambio de Experiencias con Jamao - EcoTours.
10. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta de la Miel.
11. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia SR.
12. Conformación de AMAMIEL.
13. Realización de capacitaciones: Técnicas de Guianza, Gestor en Turismo Comunitario Sostenible, Servicio al Cliente.
14. Realización de Press Trip por la ruta de la miel (Prensa local de Dajabón).
15. Realización de Press Trip Nacional - con MITUR.
16. Coordinación con Villas CODEVIS para Promoción.

### Comentarios de líder:

El proyecto Turismo Comunitario Sostenible ha abierto las puertas y ha marcado firmemente los inicios, ha creado las bases para el desarrollo del turismo en nuestra región, despertando en cada miembro el entusiasmo y la visión para seguir creciendo, en Casa de Arte Dajabón estamos agradecidos por tales hechos y nos comprometemos a continuar trabajando como nos enseñaron, Dios les bendiga.

*Laura Ramos: líder del Grupo Territorial Dajabón*



### Atractivos turísticos en el territorio

SALTO RUTA DE LA MIEL
MIEL, MIEL EN PANAL, POLEN, PROPÓLEO, DULCE DE MANÍ CON MIEL, MABÍ, VINAGRE, JABONES
PRODUCTOS MAMÁ TONILA
DULCES DE MONTE GRANDE
FRONTERA / ADUANA
MERCADO FRONTERIZO
ZONA MAS ALTA DE LA PROVINCIA CON AGRADABLE TEMPERATURA Y ALOJAMIENTO RURAL (LOMA DE CABRERA Y RESTAURACIÓN)



## GRUPO TERRITORIAL DE SANTIAGO RODRÍGUEZ

Provincia: Santiago Rodríguez

### Descripción general

Inicia desde el 2017, con la intervención del Proyecto TCS, conformado la Mesa de trabajo con el objetivo principal de apoyar al desarrollo de la Ruta del Casabe como un piloto para el desarrollo como un destino turístico de la Provincia.

La Ruta del Casabe está basa en mostrar a los visitantes el proceso de producción del casabe, ya que el Municipio de Monción, es considerado "La Capital del Casabe" porque aquí se mantiene la tradición de elaborar casabe y este producto se ha industrializado para su distribución y comercialización.

#### Instituciones miembros:

Clúster Turístico de Santiago Rodríguez, Gobernación Provincial de Santiago Rodríguez, Cámara de Comercio, FUNDESESARO, AJESARO, Asociación de Hoteles y Restaurantes de Santiago Rodríguez, Vacacional Lorenz, Café Trillao, Dirección de la Juventud, Palero Eco Aventura, Cascadas RD

**Estatus jurídico:** N/D

**Años de operación:** 4

**Gobierno local involucrado:** N/D

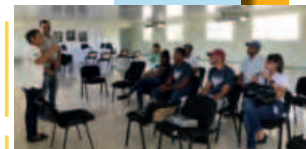
**Plan Anual:** Sí

**Nivel de alcance:** Nivel 3 (Provincial)

**Contactos:** N/D

### Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Elaboración de mapa ilustrativo de los recursos y atractivos locales
5. Definición de tema de la Ruta "Ruta del Casabe".
6. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta del Casabe con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
7. Levantamiento sobre accesibilidad con CONADIS.
8. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019, Expo Ganadera en Higüey 2018.
9. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta del Casabe.
10. Apoyo para desarrollar otros atractivos como La Noria en conjunto con Medio Ambiente y Los Quioscos en conjunto con el Consejo de la Presa y el Ayuntamiento.
11. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia SR.
12. Conformación del Grupo de Anfitriones de Monción.



### Comentarios de líder:

Realmente mi opinión es que ha sido una experiencia formidable porque ya se están viendo los frutos del trabajo que se ha venido realizando.

En mi caso, que comencé desde el inicio de este proyecto en mi provincia Santiago Rodríguez, ya podemos decir que está cambiando de una forma positiva todo lo concerniente al desarrollo del turismo comunitario y en otros ámbitos, definitivamente muy contento por lo que está pasando, ¡muchas gracias!

Carlos Bueno

Líder del Grupo territorial turismo comunitario Santiago Rodríguez

### Atractivos turísticos en el territorio

RUTA DEL CASABE
CASABE Y SUB PRODUCTOS DERIVADOS DE LA YUCA
MONTAÑA / NATURALEZA Y CAFÉ
LECHE Y SUB-DERIVADOS
TIERRA DE MÚSICOS



## GRUPO TERRITORIAL DE VALVERDE

Provincia: Valverde

### Descripción general

Inicia en el 2017 con la intervención del Proyecto TCS, conformándose está la Mesa de trabajo con el objetivo principal de apoyar al desarrollo de la Ruta del Banano Orgánico como un piloto para el desarrollo como un destino turístico de la Provincia y luego surgió también el tema de La Ruta Cultural en Margaritas.

Para la del Banano se proponen dos senderos, la artesanía en fibra de banano y la gastronomía como un complemento, en cambio, en las Joyas de Mao, en margarita es un city tours para conocer atractivos históricos del pueblo.

#### Instituciones miembros:

Clúster Turístico de Valverde, Cámara de Comercio, BANELINO, OPT - MITUR Valverde, ADELVA, UTESA, Ayuntamiento Municipal de Mao, Base de Margaritas, Dirección Provincial de Cultura, ASFAVAL, ASODIFIMO y CONADIS, Gobernación Provincial, Dirección Provincial de Medio Ambiente, CLAC, Restaurante Duarte 36, INDENOR, Dirección Provincial de Agricultura

**Estatus jurídico:** N/D

**Años de operación:** 4

**Gobierno local involucrado:** Alcaldía Local de Valverde

**Plan Anual:** Sí

**Nivel de alcance:** Nivel 3 (Provincial)

**Contactos:** N/D

### Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Intercambio de experiencias con Jamao EcoTours.
5. Definición de tema de la "Ruta del Banano" y "Ruta Cultural en Margaritas".
6. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta del Banano con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
7. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta Cultural en Margaritas con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
8. Coordinación con CONADIS y ASODIFIMO para introducción de los miembros dentro de las experiencias que se estaban formando.
9. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019.
10. Realización de algunas actividades puntuales para desarrollar temas como el tubing en el Río Mao y mercado de productos locales, sin embargo no se obtuvieron resultados.
11. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia Valverde conjunto a la OPT.
12. Apoyo a la elaboración de la guía de productos de ASFAVAL.



### Comentarios de líder:

El Proyecto Turismo Comunitario Sostenible para mí ha sido una apertura de saberes, porque aprendí que podemos tener oportunidades en cualquier lugar que sea importante e interesante para otras personas, tanto localmente como internacionalmente. La oportunidad de poder compartir con otros nuestros recursos, nuestras experiencias y nuestras cosas bellas.

Gustavo Gandini

Líder del Grupo Territorial Valverde

### Atractivos turísticos en el territorio

SENDERO DEL BANANO / RUTA DEL BANANO
RUTA CULTURAL EN MARGARITAS
RÍO MAO > ATARDECERES > ARROZ
PUERTA DE ENTRADA A LA LÍNEA NOROESTE
ARTESANÍA EN FIBRA DE BANANO



# Cibao Norte

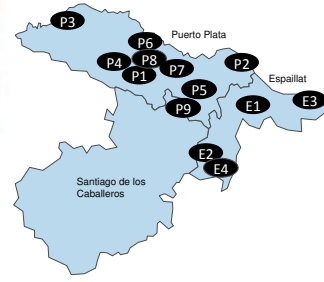
El Cibao Norte sintetiza la exuberancia de todo el Cibao, una región con un territorio rico, productivo y con incontables experiencias por descubrir. Los atractivos de su Turismo Comunitario Sostenible incluyen la riqueza de sus tierras y la alegría de su gente. En esta región se encuentran las Ruinas de la Isabela, "Primera Ciudad de América"; la Ciudad Corazón; los 27 Charcos de Damajagua, y el sabroso Mofongo Mocado. El Cibao Norte está listo para recibir a todos aquellos que quieran impregnarse con parte del esplendor de la cultura de la República Dominicana.



## Concepto subregional del Cibao Norte

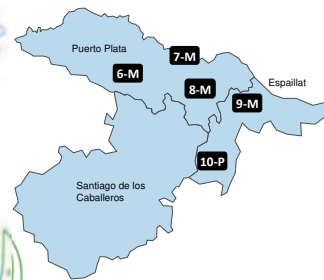
Acercándonos al origen de la experiencia comunitaria, el secreto de las sonrisas y la felicidad de los habitantes.

## 10 UP apoyadas



- E1: Kayak de Jamao Ecotour
- E2: Artesanía de Higuierito
- E3: Gastronomía de Play Rogelio (E4: City Tour cultural de Moca->GT)
- P1: Experiencia de Cacao de Chococla
- P2: Sendero de Cuevas de Cabarete
- P3: Experiencia de Manatí de Estero Hondo
- P4: Merengue y cacao de Guanatico->GT)
- P5: Experiencia Aventura Sonador
- P6: Centro artesanal de Imbert (P7: Experiencia comunitaria de Gallo->GT)
- P8: Saltos de Damajagua
- P9: Experiencia de Café Pedro García

## 5 GT apoyados



- 6-M: GT Guanatico (UMPC Guanatico)
- 7-M: GT Gallo (Gallo y el Cupey)
- 8-M: GT Ruta Panorámica (UMPC VYP)
- 9-M: GT Jamao al Norte (CODEJAM)
- 10-P: GT prov. Españillat (ADEPE)



## Asociación de Artesanos de Madera Petrificada de Imbert (ASOARTEP)

Nace el 22 octubre de 1997, es la primera y la única asociación de talladores de piedras reconocida en el país, que exhibe la artesanía dominicana como expresión cultural y demostrando el talento artístico de los autores en sus obras.

La materia prima que utilizan para hacer sus esculturas es una piedra blanda, un mineral llamado talco y una roca sedimentaria conocida como arenisca autóctona de Imbert, que puede ser modelada a mano con instrumentos sencillos.

📍 Ubicación	Imbert, Provincia Puerto Plata
📅 Año de fundación	1998
🏡 Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
🏢 Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
👥 Miembros	39 miembros, 1 comunidad
📞 Contactos	(809) 250-2327

## Ofertas:



En la Plaza Artesanal de la Madera Petrificada en Imbert, el visitante tiene la oportunidad de conocer el proceso de elaboración de las piezas en madera petrificada o imberlita, talladas cuidadosamente por los artesanos locales.

También se pueden comprar una amplia gama de diseños y temas vinculados con la naturaleza y cultura dominicana. Dentro de la oferta se destaca una línea especial de sellos taínos, con la que se contribuye a la preservación y difusión de la herencia de esta cultura prehispánica.

Además, cuenta con una Galería Taína, tienda de regalos, venta de productos locales, experiencia de café y cafetería.

## Intervención

### Acciones:

1. Galería de taína instalada.
2. 10 productos locales ubicados y gestionados.
3. 133 visitantes por mes (promedio).
4. 6 letreros para interpretación de procesos de taller artesanal.
5. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
6. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
7. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
8. Más de 5 actividades de promoción realizadas.
9. 1 acuerdo de colaboración para la galería con el Museo Taíno de Guanatico y el coleccionista de piezas taínas; Adriano Rivera.
10. Fam Trip con Influencers, y con Técnicos de Vice Ministerios de MITUR.





## Chocolala

Empresa de mujeres emprendedoras, con visión de crecimiento para mejorar su calidad de vida y desarrollo local, dedicada a la producción de chocolate artesanal, utilizando cacao producido en la comunidad.

La fábrica de chocolate es operada por mujeres que elaboran varios productos del cacao, mediante proceso industrial, como: cacao pulverizado, gofio, cacao revestido, tabletas, chocolatinas, entre otros, un total de 17 productos.

📍 Ubicación	Altamira, Provincia Puerto Plata
📅 Año de fundación	1990
🏗️ Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
🏢 Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL
👥 Miembros	1 Organización, 30 Miembros
📞 Contactos	(809) 863-8887

## Ofertas:

- **Lala Tours:**

DEGUSTACIÓN DE CHOCOLATE Y VINO

RECORRIDO SENDERO DE CACAO



- **Venta de Productos:**

Elaboran varios productos derivados del cacao, mediante proceso industrial, como: cacao pulverizado, gofio, cacao revestido, tabletas, chocolatinas, entre otros que completan un total de 22 productos diferentes.



## Intervención

### Acciones:

1. Acondicionamiento del sendero y construcción de enramada para visitantes
2. Material de promoción de la oferta Chocolala.
3. Video de introducción de nuevo sendero.
4. Banco de fotografía para SNS.
5. Fam Trip con relaciones públicas del ministerio de Turismo
6. Fam Trip con Influencers, y con técnicos de Vice Ministerios de MITUR.
7. Promoción dirigida a intermediarios turísticos y redes sociales.
8. Promoción en ferias
9. Uniformes de las colaboradoras.
10. Protocolo de bioseguridad funcionando.
11. 2 donaciones de insumos COVID-19



## Asociación de Guías Cuevas de Cabarete

Organización sin fines de lucro, creada en el año 2010, compuesta por 24 guías y 17 artesanos, ofrece excursiones al Monumento Natural Cuevas de Cabarete y Goleta.

La Asociación es aliada de Medio Ambiente para el mejoramiento, cuidado y protección de los recursos locales (ecosistemas acuíferos, arrecifes y manglares de 4 diferentes especies) que existen en el Monumento Natural. Con la oficina de Medio Ambiente en este lugar, tienen de forma permanente plantas de diferentes especies para realizar campañas de reforestación para integrar a jóvenes y niños de la comunidad.

📍 Ubicación	Cabarete, Provincia Puerto Plata
📅 Año de fundación	2014
🏗️ Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
🏢 Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
👥 Miembros	24 Guías, 17 artesanos, 1 comunidad
📞 Contactos	(809) 907-1714

## Oferta:

VISITA A LAS CUEVAS



Ubicadas en el Parque Nacional El Choco, las Cuevas de Cabarete muestran una red subterránea de cuevas que datan de millones de años. Las excursiones salen desde el centro de visitantes de la Asociación de Guías.

Al bajar unos escalones hallarás la Cueva de Cristal, una cueva subterránea con una cámara oscura que alberga una piscina de agua dulce lo suficientemente profunda para buzos certificados la puedan explorar.

Sobre la superficie, hallarás cuevas tras una empinada escalinata que te conducirá a diversas cámaras y túneles repletos de estalactitas, estalagmitas y arte rupestre.

## Intervención

### Acciones:

1. Instalación de letreros de negocios y reglas de uso del área protegida y 100 interpretativos en el sendero.
2. Monitoreo de visitación implementado mensualmente, resultado 429 visitantes cada mes (promedio).
3. Un espacio mejorado para el recibimiento de los visitantes.
4. Un puente de madera y pasamano de conexión entre centro de visitantes .
5. Una cueva mejorada (escalinata y plataforma).
6. Uniformes de colaboradores.
7. Unidad productiva promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias.
8. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
9. Donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
10. Fam Trip con Relaciones públicas del ministerio de Turismo, con Influencers y con técnicos de Vice Ministerios de MITUR.







## ASOCIACIÓN DE GUÍAS DEL SANTUARIO MANATÍ ESTERO HONDO

La Asociación de guías del Santuario de Mamíferos Marinos, está compuesta por 14 personas, de las cuales hay 3 son miembros activos que ofrecen a los visitantes, un tour guiado por dicho Santuario, dando todas las informaciones de las especies del lugar, ubicado es Estero Hondo.

El grupo de guías de Estero Hondo, trabaja de la mano con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales en la preservación y conservación de esta área protegida que alberga a los Manatí y otras especies de mamíferos marinos, incentivando a los visitantes a respetar las normas.

📍 Ubicación	Estero Hondo, Provincia Puerto Plata
📅 Año de fundación	2013
🏠 Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
🏛️ Estatus legal	Asociación sin Fines de Lucro
👥 Miembros	1 organización local y 14 miembros y/o familias
📞 Contactos	(829) 437-0863

### Ofertas:

#### TOUR EXPERIENCIAL DE MANATÍ Y GRUPO DE GESTIÓN DE ESTERO HONDO



#### Experiencia de Sendero del Manatí en Estero Hondo

La Asociación de guías ofrece un recorrido para explorar los senderos dentro del Santuario de Mamíferos Marinos, conocer la biodiversidad entre los manglares, así como, las curiosidades que se pueden descubrir del manatí, especie en peligro de extinción, protegida de la zona.

El recorrido tiene una duración de 1.5 hrs. (aproximadamente) e incluye la recepción en el centro de visitantes del Santuario, donde se proporcionan informaciones generales y se introduce a la especie del Manatí; el sendero del cangrejo azul, el sendero del cangrejo ermitaño, y el avistamiento del manatí en un mirador.



### Intervención

#### Acciones:

1. 42 visitantes mensuales (aproximadamente).
2. Unidad productiva promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, en catálogos y ferias.
3. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
4. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
5. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.



## Comanejo del Ministerio de Medio Ambiente y la Asociación Guías de los Charcos de Damajagua

La Asociación de Guías Turísticas de Damajagua, es una agrupación de guías salvavidas, que coordinan la excursión a los 27 charcos del río Damajagua ofreciendo al visitante aventura y seguridad.

Actualmente cuentan con alrededor de cuarenta y cinco personas entre las que se encuentran guías turísticos, personal encargado de administración y negocios; así como personal de limpieza del rancho y sus instalaciones. Tienen un Consejo de co-manejo Saltos de la Damajagua, que tiene como objetivo velar por la correcta gestión del Monumento Natural Saltos de la Damajagua y zonas adyacentes.

📍 Ubicación	Imbert, Provincia Puerto Plata
📅 Año de fundación	1994
🏠 Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
🏛️ Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
👥 Miembros	1 organización con 106 beneficiarios
📞 Contactos	(809) 250-4200

### Ofertas:

#### SENDERISMO A LOS SALTOS BOOGIE ZIPLINE



La Asociación de Guías Turísticas de Damajagua ofrece excursiones de turismo de aventura, guiado por anfitriones locales de Llanos de Pérez, Imbert, Puerto Plata.

Los diferentes tours son hacia los 27 charcos de Damajagua por senderismo, zipline o boogies, con precios asequibles.

Para disfrutar de los paquetes que ofrecen los guías, deben arribar hacia el centro de visitantes, donde los turistas son recibidos por los guías locales, quienes les ofrecen las informaciones de lugar sobre el tour. Estos guías son responsables de la seguridad de los grupos durante la experiencia. 237 personas trabajan en Damajagua entre estos: guías, administración, pequeños negocios y empresas de excursión.



### Intervención

#### Acciones:

1. 5,449 visitantes por mes (promedio).
2. Un marco de entrada instalado,
3. UP promocionada; en redes sociales, ferias, Fam Trip (Influencers y vice ministerios de MITUR) en catálogos y ferias.
4. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
5. Protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
6. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, promoción.







### Finca Papirucho, Río Sonador

La Finca Papirucho, se dedican a la ganadería sostenible y la conservación de la rivera del Río Sonador; un afluente del Río Yásica, que su nombre viene de la música que transmite el zumbido del caudal.

Este proyecto nace como emprendimiento local, que ofrece acceso al balneario que conjuntamente con la comunidad trabaja en la diversificación de oferta, para el aprovechamiento de sus recursos por medio de la excursión guiada, espacios para acampar, balneario y parqueo.

La comunidad se ha capacitado y participa activamente en actividades que contribuyen al desarrollo local.

📍 Ubicación	Yásica Arriba, Provincia Puerto Plata
📅 Año de fundación	2016
📈 Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
🏢 Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada
👥 Miembros	1 organización local y 8 miembros, una comunidad
📞 Contactos	(829)-774-0210

### Ofertas:



La oferta de Finca Papirucho en el Río Sonador consiste en proporcionar a los visitantes acceso al balneario, con parqueo incluido y excursión por el río, a un precio módico.

Hay paquetes para grupos de 6 personas en adelante por un precio asequible que incluye; acceso, guías, equipos, almuerzo y tiene una duración de 2.5 horas.

Otros incluyen dormida, cuentan camping, fogata, excursión, desayuno, cena y también otro alojamiento rural.

Para adquirir estos servicios, los clientes deben llegar a la comunidad La Piragua en Yásica Arriba, a la Finca Papirucho, que cuenta con 13 guías locales para brindarle los servicios.

### Intervención

#### Acciones:

1. Monitoreo de visitación implementado mensualmente. Con un resultado de 227 turistas por mes (aproximadamente).
2. Instalación de 25 letreros.
3. Entrega de 60 equipos (chalecos, cascos, y tubos).
4. Promoción de UP; en redes sociales, catálogos y ferias.
5. Creación y funcionamiento de protocolo de bioseguridad.
6. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
7. Fam Trip con relaciones públicas del Ministerio de Turismo, con influencers, y con técnicos de viceministerios de MITUR.



### Jamao Eco Tours

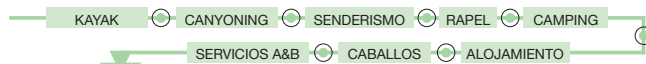
Tour Operador local, integrado por veinte socios y ofrecen una propuesta de aventura rural, encargada del encadenamiento de productos y servicios ofertados por microempresas comunitarias.

Esta organización fue creada por el Consejo de Desarrollo Eco Turístico de Jamao al Norte, del cual se benefician nueve comunidades del Municipio.

📍 Ubicación	Provincia: Espaillat, Municipio: Jamao al Norte
📅 Año de fundación	2018
📅 Período	Marzo - Septiembre 2021
🏢 Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL
👥 Beneficiarios	1 organización, 20 miembros, 60 familias, 9 comunidades involucradas
📞 Contactos	(809) 743-5523



### Ofertas:



Guiados por anfitriones locales en Jamao al Norte, Espaillat.

Excursiones a: Cañón de Arroyo Frío, Cola de Pato, Hongo Mágico, Sendero los Tinajones y Sendero las Caobas.



### Intervención

- Mejoramiento de productos.
- Fortalecimiento de negocio y promoción autónoma.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Fortalecimiento de guías locales.



### Acciones

1. 214 visitantes cada mes (promedio).
2. 5 kayaks entregados.
3. Materiales de promoción colocados ( Flyers, afiches, mampara, valla).
4. 33 letreros instalados.
5. 3 mesas picnics instaladas.
6. 18 guías capacitados.
7. 2 zafacones instalados.
8. Un mirador construido.
9. Un documental con influencer.
10. Oferta de la unidad productiva promocionada en redes sociales a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias.
11. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
12. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
13. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
14. 12 kit de rapel entregados para auto entrenamiento de anfitriones en cañonismo y rapel.
15. Fam Trip con Relaciones públicas del ministerio de Turismo, con Influencers, y con técnicos de Vice Ministerios de MITUR.





### Asociación de Artesanos de Higüerito

La Asociación de Artesanos del Higüerito (ASOARTEH) es una organización Sin Fines de Lucro, incorporada legalmente desde el año 1984, agremia a 20 artesanos dedicado a para elaboración de la muñeca sin rostro, artesanía originaria de Moca e icónica de identidad nacional. La economía del Higüerito, llegó a depender en un 80% de la artesanía utilitaria y decorativa.

Actualmente la Asociación puede producir más de 100 modelos de muñeca sin rostro.

📍 Ubicación	Higüerito, Provincia Espaillat
📅 Año de fundación	1983
📈 Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
🏛️ Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
👥 Miembros	1 organización y 20 miembros
📞 Contactos	(829) 557-0330

### Oferta:

#### EXPERIENCIA DE LA MUÑECA SIN ROSTRO



Realizan un tour artesanal dentro de sus instalaciones, en el promueven al Higüerito como la cuna de icónica muñeca sin rostro, resaltando su legado artesanal con más de 100 años de historia.

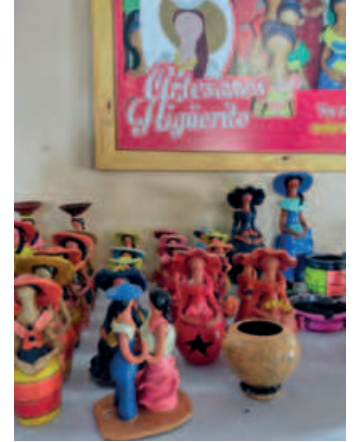
Este recorrido tiene una duración de 1.5 horas y permite al visitante conocer su historia, participar en la elaboración de una artesanía y la facilidad para comprar otros productos artesanales en cerámica.

La experiencia de la muñeca sin rostro incluye: demostración y práctica para hacer la muñeca sin rostro y un regalo de una muñeca sin rostro como souvenir para cada uno de los participantes.

### Intervención

#### Acciones:

- 1 nuevo tour creado.
- 13 personas recibidas mensualmente (aproximadamente).
- 10 murales interpretativos instalados.
- 6 letreros de identificación de estaciones del tour.
- 1 valla en carretera.
- 2 letreros en carretera.
- UP promocionada en ferias.
- Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
- Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
- 1 donación de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
11. Un catálogo de artesanos.



### Asociación de vendedores Playeros y artesanales de Villa Mangante

La Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Magante, es una organización sin fines de lucro, constituida legalmente desde el año 2013. Cuenta con 20 miembros activos que promueven y gestionan la Playa Rogelio, atractivo principal de Villa Magante, en Gaspar Hernández, Espaillat. Ofrecen variedad de platos a base de pescados y mariscos.

📍 Ubicación	Gaspar Hernández, Provincia Espaillat
📅 Año de fundación	2013
📈 Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
🏛️ Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
👥 Miembros	Una organización, 20 miembros, 1 comunidad
📞 Contactos	(829) 353-1476

### Oferta:

#### BOULEVARD GASTRONÓMICO



La oferta incluye varios platos de especialidad dentro de los que resaltan: pescado frito, cangrejo al coco, parrillada, lambí a la crema, camarones a la crema, langosta a la plancha, pescado al vapor, salpicón de mariscos, pescado al coco, cazuela de pescados y mariscos, paellas y mero a la crema.

Otros servicios y actividades ofrecidos por la asociación son: renta de camas de playa (tumbonas), práctica de deportes, celebración de eventos anuales y actividades especiales (bodas, cumpleaños...).

Con precios muy atractivos para los visitantes.

Para disfrutar de la Playa Rogelio los turistas deben llegar a Villa Magante, Gaspar Hernández. Los grupos pueden reservar para celebraciones especiales y llegar sin previa reservación y serán atendidos por los representantes de las casetas, quienes proporcionan los servicios.

### Intervención

#### Acciones:

1. 6 zafacones instalados.
- 12 casetas identificadas.
- 12 murales que identifican especializadas gastronómicas de las casetas.
- 2 banderolas instaladas en la playa.
- 3 vallas instaladas con información interpretativa de Playa Rogelio.
- Una valla en carretera.
- Un marco fotográfico para visitantes; instalado.
- UP promocionada a través de catálogo de experiencias TCS, con flyers y en ferias.
- Una donación de insumos para aplicación de protocolo de bioseguridad.





### MPC VYP y APEDI

Son dos organizaciones que convergen en la zona que comprende desde Gran Parada, Puerto Plata hasta Gurabo, Santiago, donde existe una ruta llena de paisajes espectaculares de la Cordillera Septentrional, ámbar, café, balnearios y lugares de gente amable y laboriosa.

MPC VYP es una Asociación sin fines de lucro que surge a partir de las acciones del Proyecto de Turismo Sostenible Basado en la participación Público-Privada para la provincia de Puerto Plata (TURISOPP), es un resultado de la unificación de 3 comunidades que se ubican a lo largo de la carretera turística Puerto Plata - Santiago y tiene como objetivo: levantar el orgullo de sus municipios a través de la promoción de los productos y servicios desarrollados.

La Asociación para el Desarrollo, Inc. (APEDI) es una sociedad Sin Fines de Lucro, creada con el objetivo de promover el desarrollo económico y social de la República Dominicana. Fue fundada el 6 de julio del año 1961 e incorporada mediante

Decreto No. 7979 del 6 de abril del año 1962, siendo la primera organización de este género fundada en la República Dominicana.

**Ubicación:** Yásica, Puerto Plata

**Instituciones miembros:** Asociación para el Desarrollo de Pedro García (ADPEG), Asociación de Hijos Ausentes, Junta Distrital de Pedro García, Tubagua Ecolodge, Junta Distrital Yásica Arriba, Productores de Artesanía en Ámbar

**Estatus jurídico:** Asociación Sin Fines de Lucro

**Años en operación:** 11

**Gobierno local involucrado:** Ayuntamiento de Yásica

**Plan Anual:** Cuenta con plan de acción

**Nivel de alcance:** Municipal

**Contactos:** 809-696-6932

### Acciones realizadas:

- Listado de actores que integran la Ruta.
- Fichas de recursos locales.
- Actualización de mapa de la ruta.
- Banco de fotos.
- Georreferenciación de puntos de la Ruta.
- Diseño de Logo de Ruta.
- Actualización de la página web de la Ruta.
- 82 visitantes mensuales (aproximadamente),
- 1 levantamiento de necesidades de letreros y mobiliario ecoturístico
- Fam Trip con Vice Ministerios de Turismo e Influencers.
- Una donación de insumos COVID-19.

### Atractivos turísticos

RUTA PANORÁMICA	SENDERO DEL CAFÉ
SENDERO DEL ÁMBAR	
FINCA PAPIRUCHO, RÍO SONADOR	

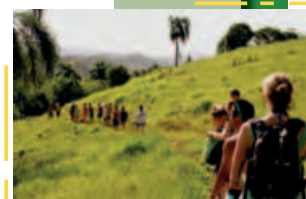
### Comentarios de líder:

Excelente proyecto, con él hemos aprendido a desarrollar nuestras actividades turísticas en las comunidades involucradas en él.

Gregorio Díaz Rojas

Ha sido una experiencia muy grata y enriquecedora en el conocimiento y las vivencias junto a todos los que pertenecen a esta gran familia. Nos sentimos muy orgullosos y privilegiados al ver cómo nuestras comunidades se van integrado y han ido desarrollando, apoderándose de sus recursos, capacitándose para buscar la manera viable para aprovecharlos y darlos a conocer a todo el mundo. Gracias por todo el apoyo.

Jordana Jiménez 89



## MESA DE TURISMO DE ESPAILLAT

Municipio Moca, Provincia Espaillat

### Descripción general

Institución Sin Fines de Lucro, creada por Decreto del Poder Ejecutivo no. 911, de fecha del 11 de junio de 1975. Su misión es mejorar la calidad de vida de los habitantes de la provincia, siendo catalizadores de su desarrollo sostenible e integral, creando oportunidades de empleo, ofreciendo apoyo a la microempresa, entre otros. El 28 de junio del 2019, más de 20 instituciones que inciden en el desarrollo turístico la provincia Espaillat, deciden conformar la mesa de turismo de Espaillat, la cual e coordina ADEPE, promueve los principales recursos históricos, culturales y artesanales como la icónica muñeca sin rostro.

### Instituciones miembros:

- Alcaldía de Moca
- Gobernación Provincial
- ADEPE
- PEDEPE

### Continuación listado miembros:

- Museo Ramón Cáceres
- Museo 26 de Julio
- Patronato de La Calle 3D
- Ayuntamiento de Joba Arriba
- Ayuntamiento José Contreras
- Clúster Ecoturístico de la Provincia Espaillat
- Asociación de Eco Móviles

**Estatus jurídico:** Conglomerado de instituciones

**Años de operación:** 3

**Gobierno local involucrado:** Alcaldía Municipales de Moca, Joba Arriba y José Contreras, Gobernación Provincial

**Plan Anual:** Sí

**Nivel de alcance:** Nivel 3 (Provincial)

**Contactos:** (809) 578-2811

### Acciones realizadas:

1. Reuniones para la puesta en valor de la Ruta Histórica.
2. Levantamiento y diagnóstico sobre recursos potenciales de Espaillat.
3. Taller de profundización de recursos locales y potenciales de Moca.
4. Participación para promoción de Ruta en Expo Cibao.
5. Creación de Ruta Histórica; Justicia, Valentía y Paz.
6. Elaboración de protocolo de bioseguridad para los puntos que conforma la Ruta Histórica.
7. Gestiones de capacitaciones en servicio al clientes.
8. Taller de identificación de los recursos locales.
9. Identificación de los actores de la cadena de valor.
10. Elaboración de un listado largo de recursos locales.
11. Fichas de recursos potenciales.
12. Taller sobre marca y conceptualización de ruta.
13. Elaboración de guión de la ruta.
14. Ensayo de guión del City Tour.
15. Prueba de City Tour con los primeros visitantes.
16. Rotulación de Eco-cars.
17. Distribución de materiales de puntos de promoción.
18. Elaboración e impresión de individuales para restaurantes de mofongo más kits para colorear.
19. Gestión de capacitación en servicio al cliente.
20. Creación de guión de los eco móvil.
21. Audio guías para eco móvil.
22. Señalización de puntos de la ruta.
23. Monitoreo de visitantes a tres niveles y cumplimiento de protocolo de bioseguridad.

### Atractivos turísticos en el territorio

MUSEO RAMÓN CÁCERES	ECO MÓVILES
MUSEO 26 DE JULIO	IGLESIA SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS
RESTAURANTES DE MOFONGO	ARTE HELADO
MUÑECA SIN ROSTRO	



### Comentarios de líder:

Este proyecto ha venido a proveer de herramientas a nuestro destino, hemos lograr unificar una cadena de valor que existía en nuestro municipio con personal muy preparado y enfocado en unificar toda la región.

Rosy Torres  
Líder de la Ruta Histórica Justicia,  
Valentía y Paz de Moca





## Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte - CODEJAN

Jamao al Norte, Espaillat

### Descripción general

Organización Sin Fines de Lucro, incorporada conforme a la Ley 122-05 de Promoción y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro, se conformó en el año 2013.

El Consejo tiene como objetivo principal, promover el Ecoturismo, la preservación del Medio Ambiente, como agente del desarrollo sostenible en las comunidades del Municipio de Jamao al Norte, en la Provincia Espaillat.

El CODEJAN se compone de 21 miembros, los cuales conforman la Asamblea General, máxima autoridad del Consejo, responsables de elegir la Junta Directiva y los Directivos de los diferentes departamentos, por un período de dos (2) años. Trabajan en posicionar a Jamao al Norte como uno de los principales destinos ecoturísticos del país.

### Instituciones miembros:

- Alcaldía de Jamao al Norte
- Clúster PROESPAILLAT
- ADEPE
- COOPAPEPE
- Gobernación de Espaillat

**Estatus jurídico:** ASFL (Asociación sin Fines de Lucro)

**Años de operación:** 8

**Gobierno local involucrado:** Alcaldía Municipal de Jamao al Norte y Gobernación Provincial

**Plan Anual:** Sí

**Nivel de alcance:** Nivel 2 (Municipal)

**Contactos:** (809) 674-3822

### Acciones realizadas:

1. Taller de redescubrimiento de recursos locales.
2. Elaboración del catálogo de tesoros comunitarios.
3. Producción de banco de fotos.
4. Realización de una sesión de presentación del catálogo a la comunidad.
5. Impresión de catálogo de tesoros locales.
6. Actividad para la puesta en circulación de catálogo de tesoros comunitarios.
7. Entrega de materiales sobre el COVID-19
8. Capacitaciones a líderes comunitarios por medio de JICA.

### Atractivos turísticos en el territorio

KAYAK EN RÍO YÁSICA

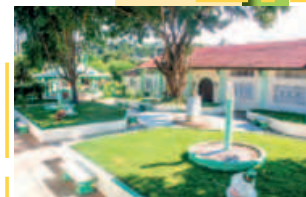
CAÑÓN DE ARROYO FRÍO

SENDERO LAS CAOBAS

SENDERO LOS TINAJONES

TUBING COLA DE PATO CAMPING

HONGO MÁGICO ALOJAMIENTO RURAL



### Comentarios de líder:

Nuestra experiencia con TCS fue algo impresionante, pues su apoyo a nuestro consejo siempre estuvo presente, antes de la pandemia y luego de la pandemia, brindándonos una mano amiga y una luz al final del camino, nos sentimos muy agradecido con la labor que han venido desarrollando a favor de las comunidades.

Alexis Hernández Ovalles  
Líder de CODEJAN



## Unidad Municipal para Patrimonio Comunitario de Guanaco

La Unidad Municipal para Patrimonio Comunitario de Guanaco -UMPG- es un grupo integrado por 18 representantes de instituciones y líderes comunitarios, personas alegres, sensibles con el medio ambiente, llenos de orgullo y pasión por sus recursos.

Comenzó sus funciones como un grupo de intención en el año 2011 durante el desarrollo del proyecto TURISOPP para trabajar en el desarrollo local mediante el turismo y se constituyó legalmente como una Asociación Sin Fines de Lucro -ASFL- en el año 2014-2015.

La UMPG se caracteriza por el orgullo que siente por su municipio y la comprensión de que su trabajo con la comunidad puede hacer de su municipio un mejor lugar para vivir. El objetivo de la UMPG de Guanaco es crear conciencia en los comunitarios acerca del valor de su patrimonio para que pueda ser explotado racionalmente, a fin de garantizar una prosperidad colectiva. La UMPG promueve su identidad municipal a través de su marca "Ritmo de Agua".

**Ubicación:** Guanaco, Puerto Plata

**Instituciones miembros:** Hacienda Cuña; Asociación Dominicana de Profesores, (ADP) seccional Guanaco Casa Alexander, SRL; Productoras de Jabones (Independientes); Grupo Músicos y Lutieres de Rincón Caliente; Grupo Jóvenes Anfitriones Locales; Cooperativa Nacional de servicios Múltiple de Los Maestros; Junta de Vecinos Sagrada Familia; Alcaldía de Guanaco

**Estatus jurídico:** Asociación Sin Fines de Lucro

**Años en operación:** 11

**Gobierno local involucrado:** Ayuntamiento de Guanaco

**Plan Anual:** Cuenta con plan de acción.

**Nivel de alcance:** Municipal

**Contactos:** 809-843-1522

### Acciones realizadas:

1. 24 visitantes por mes (promedio).
2. 1 nuevo tours creado.
3. 1 sendero mejorado.
4. 5 espacios para experiencias, mejorados.
5. 1 acuerdo con un tour operador.
6. 4 experiencias del Grupo Territorial promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias.
7. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
8. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
9. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
10. Fam Trip con influencer, Relaciones Públicas y Vice Ministerios de MITUR.
11. Uniformes para colaboradores.

### Atractivos turísticos

EXPERIENCIA DE MÚSICA DOMINICANA

MUSEO TAÍNO DR. CÉSAR ESTRELLA

HACIENDA CUÑA (SENDERO DE CACAÑO)

PUBLITO DE MERENGUE TÍPICO

### Comentarios de líder:

Excelente proyecto, con el hemos aprendido a desarrollar nuestras actividades turísticas en la comunidad involucrada en él.

Gregorio Díaz Rojas

Es una experiencia positiva, encaminada a la mejora continua de los proyectos Comunitarios, contribuyen a mejorar las capacidades a través de la capacitación y seguimiento a los procesos locales, durante la intervención del mismo hemos logrado el desarrollo de 3 productos locales en el municipio e involucrar a jóvenes, mujeres y hombres en el turismo rural aprovechando los recursos naturales y culturales de la zona y promoviendo una actividad económica que hasta el momento no era aprovechada en el municipio.

Sara Mercado





### Grupo Territorial del Naranjal, El Cupey, El Gallo

La localidad del Cupey está ubicada a 10 Km. aproximadamente del municipio de Puerto Plata, su población asciende a 30,194 habitantes en la zona rural. Sus habitantes viven principalmente de la ganadería, la crianza de cerdos y la producción agrícola.

La zona cuenta con áreas verdes y diferentes balnearios, vistas espectaculares, cuevas, áreas para montar caballos; fincas ganaderas de gran calidad y mucho más.

Su arquitectura es una mezcla, de antiguo con campestre, el nombre del lugar viene a la gran cantidad de árboles de Cupey que ha existido siempre en el lugar.

Las principales comunidades del Cupey están organizadas a través de juntas de vecinos, por lo tanto, suman 454 los integrantes de 4 juntas

de vecinos que junto al Gallo Ecolodge, El Club de Madres Corazón de María y varios negocios comunitarios buscan promover su zona como un destino comunitario, atraer al turismo basado en sus recursos naturales y su cultura para contribuir al desarrollo local y una mejor calidad de vida para sus habitantes.

**Ubicación:** El Cupey, San Felipe, Puerto Plata

**Estatus jurídico:** N/D

**Años en operación:** 3

**Gobierno local involucrado:** Ayuntamiento de Puerto Plata

**Plan Anual:** Cuenta con plan de acción.

**Nivel de alcance:** Municipal

**Contactos:** 847-682-3037 / 829-722-2572

### Acciones realizadas:

1. Levantamiento de información previo a intervención de TCS.
2. Identificación de los Recursos Locales con apoyo del proyecto TCS.
3. Identificación de los actores de la cadena de valor.
4. Elaboración de un listado largo de recursos locales.
5. Elaboración un listado previo de puntos potenciales del destino comunitario.
6. Visita de reconocimiento para diagnóstico de los puntos potenciales.
7. Creación de una red logística y equipo de coordinadores responsables del Grupo Territorial del El Gallo/El Cupey.
8. Validación de puntos potenciales con apoyo de TCS.
9. Elaboración de 16 fichas de recursos con información y fotografía con apoyo de TCS.
10. Georreferenciación de la ruta con apoyo de TCS.
11. Apoyo en promoción de la ruta en Expo Cibao como parte de la oferta TCS del Destino Cibao.
12. 30 fichas de recursos locales.
13. 11 puntos señalizados.
14. un mapa digital funcionando.
15. 10 de kits COVID-19 entregados.
16. 3000 brochures impresos y entregados.
17. Un sendero de permacultura mejorado (letreros interpretativos con código QR).
18. GT promocionado; en redes sociales, con influencers, en ferias, un protocolo de bioseguridad creado.
19. Uniforme para integrantes de UP.
20. Monitoreo de visitación implementado mensualmente, y funcionando.
21. 1 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
22. Fam Trip con Vice Ministerios de MITUR y con tour operadores turísticos.
23. Una actividad de lanzamiento de la Ruta del Gallo.



### Atractivos turísticos

LOMA ISABEL DE TORRES
PICO DEL GALLO
PRODUCTOS LOCALES DE CARÁCTER GASTRONÓMICO
CUEVA DEL GALLO
EL GALLO ECOLOGDE
MUSEO RURAL
BALNEARIOS

### Comentarios de líder:

Una experiencia extremadamente positiva desde el inicio de la ruta. Fueron integrados en la organización de las diferentes comunidades que la forman y con la identificación de los productos específicos que se desarrollaron. Durante la pandemia fueron cruciales en la motivación y el desarrollo continuo. Después de la pandemia, han promovido con éxito en ferias y vía influencers incrementando nuestro negocio de forma significativa.

Bryn Toledano

# Cibao Nordeste

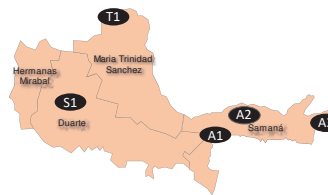
El Cibao Nordeste es fuente de riqueza histórica cultural, industrial, agrícola y ganadera. Una región con provincias que engloban una amplia variedad de atractivos, pudiendo disfrutarse con opciones como la casa museo de las Hermanas Mirabal, el Sendero del Cacao, playas paradisíacas y un impresionante espectáculo natural protagonizado por las ballenas jorobadas. Para los más aventureros, está la oportunidad de hacer rápel en Playa Frontón, o descubrir la fauna local en el Banco de La Plata y la Navidad. El Nordeste ofrece una peculiar gastronomía basada en el coco y diversos ejemplos de la influencia heredada de grupos migratorios.



### Eslogan y concepto subregional del Cibao Nordeste

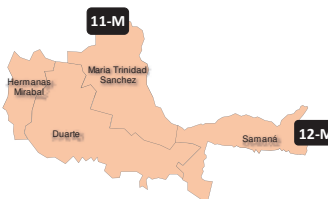
100 playas diversas y paisajes coloridos.

### 5 UP apoyadas



- A1: Kayak de Sánchez
- A2: Sendero de El Limón
- A3: Senderos de Las Galeras
- T1: Tour de manglares de Laguna Grigir
- S1: Experiencia de Don Lulu

### 2 GT apoyados



- 11-M: GT Río San Juan (Consejo Municipal)
- 12-M: GT Las Galeras (Consejo de Turismo Sostenible)





## SINDICATO DE BOTEROS LAGUNA GRI GRI

### Descripción general:

Es una organización comunitaria creada por Salustiano Martínez Alvarado, está ubicada en la calle Duarte, esquina Sánchez, Río San Juan, María Trinidad Sánchez, está compuesta por 40 miembros dedicados a ofrecer un paseo en bote por los manglares, cueva de las Golondrinas, Playa Caletón, Piscina Natural. La Laguna Gri Gri es el atractivo emblemático de Río San Juan.

Ubicación	Municipio Río San Juan, Provincia María Trinidad Sánchez
Año de fundación	1963
Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS)
Estatus legal	Sindicato de Boteros (regulado por la Marina de Guerra)
Miembros	1 Organización, 40 Miembros
Contactos	849-878-5616

### Oferta:

#### PASEO EN BOTE



Ofrecen un paseo en bote por manglares, playa Caletón, Cueva de las Golondrinas y piscina natural, guiado por anfitriones locales de Río San Juan en los idiomas: español, inglés, francés y alemán. Este recorrido tiene una duración entre 45 minutos y una hora.

Para la excursión los turistas deben llegar a la Laguna Gri Gri, aun sin previa reservación y serán atendidos por 18 capitanes que sirven de guías, tienen la función de proporcionar las orientaciones necesarias y los chalecos salvavidas a los visitantes.



### Intervención

#### Acciones:

- 2,715 visitantes por mes (aproximadamente).
- Un centro de recepción de visitantes acondicionado.
- Una oficina equipada con equipamiento básico.

- Una organización capacitada en Manejo de Negocios.
- UP promocionado en catálogos.
- Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
- Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
- 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.



### Cooperativa de producción, trabajos y servicios múltiples de pescadores Bahía San Lorenzo (Kayak San Lorenzo)

Negocio comunitario que está compuesto por 60 socios (pescadores), ofrecen un tour por los Haitises que incluye visita a las cuevas y kayak por el caño San Gabriel.

Fue creada por la cooperativa de producción, trabajos y servicios múltiples de pescadores de la Bahía San Lorenzo, dicha organización ha incursionado en el ecoturismo como una manera de sacar presión a la pesca.

Ubicación	Municipio: Sánchez, Provincia Samaná
Año de fundación	2014
Nivel de producto	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada, SRL
Miembros	1 Organización, 60 Miembros
Contactos	809-463-9557

### Ofertas:

#### PASEOS EN BOTE Y EN KAYAK



Ofrecen una excursión por el Parque Nacional Los Haitises que incluye: recorrido en bote, visita a cuevas y kayak por manglares, guiado por anfitriones locales en Sánchez, Samaná.

Este recorrido tiene una duración de una hora y permite disfrutar de observación de aves, animales; reptiles, manatíes, peces y cuevas donde vivían taínos.

Para disfrutar de la excursión los turistas deben llegar al muelle de la Cueva San Gabriel, Parque Nacional Los Haitises, Sabana de La Mar, Hato Mayor. Las expediciones pueden ser coordinadas desde Santa Bárbara (Samaná) o desde Sánchez para llegar en bote hasta el muelle donde son recibidos por el personal quienes les proporcionan los equipos e informaciones necesarias.

Kayak San Lorenzo cuenta con 8 guías locales capacitados para recibir visitantes.



### Intervención

#### Acciones:

- 30 visitantes mensualmente (promedio).
- Un guion del nuevo tour.
- 10 chalecos entregados.
- 5 personas capacitadas en primeros auxilios en lugares remotos.
- 5 radios de comunicación.
- 1 botiquín de primeros auxilios.
- Una camilla de rescate.
- 11 personas capacitadas en primeros auxilios en lugares remotos.
- Unidad Productiva promocionada a través de flyers y ferias.
- Monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
- 1 donación de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
- 4 líderes capacitados por INFOTEP en Fomento de Buenas Prácticas de TCS.





### Asociación Comunitaria, Ecoturismo Salto del Limón (ACESAL)

Organización que busca mejorar la calidad de vida de la gente del Limón, contribuye a la preservación de los recursos naturales, el Monumento Natural Salto del Limón (declarado en el año 1996) y sus afluentes.

Trabaja con la participación de actores responsables y usuarios del recurso natural, está compuesta por 13 negocios ecoturísticos y beneficia a más de 500 personas.

📍 Ubicación	Municipio El Limón, Provincia Samaná
📅 Año de fundación	1998
📈 Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS)
🏛️ Estatus legal	Asociación sin Fines de Lucro (ASFL)
👥 Miembros	1 Organización, 500 Miembros
📞 Contactos	(809) 916-0892

### Oferta:

#### EXCURSIÓN AL SALTO DEL LIMÓN



Ofrece excursión al Salto el Limón por medio de 13 ranchos activos y más de 500 anfitriones. Esta experiencia incluye caballos y caminata al Monumento Natural, servicios de restaurantes de comida típica, artesanía, productos locales, cacao, café, aceite coco entre otros.

El recorrido dura 3 horas aproximadamente, los turistas interesados en participar de las excursiones deben llegar a los Ranchos, para recibir las informaciones relacionadas al recorrido, y decidir cómo quiere vivir la experiencia; a pies o a caballo, con almuerzo o sin almuerzo.

Los anfitriones acompañan a los visitantes por un trayecto donde es posible disfrutar del paisaje, frutas de temporada, piscina natural, hasta llegar hasta al Salto El Limón.

### Intervención

#### Acciones:

- 2.412 visitantes por mes (aproximadamente).
- 1 camilla de primeros auxilios entregada.
- 5 radios de comunicación.
- Un botiquín de primeros auxilios.
- 12 guías capacitados en primeros auxilios en lugares remotos.
- Unidad productiva promocionada en catálogos y ferias.
- Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
- Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
- 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.



### Grupo de Guías de las Galeras

La Asociación de Guías de Turismo Galeras Ecológica, busca identificar recursos con vocación turística para añadir valor a través de la creación de circuitos o excursiones y promoviendo el desarrollo sostenible de la comunidad y la componen 30 guías.

📍 Ubicación	Distrito Municipal Las Galeras, Provincia Samaná
📅 Año de fundación	2018
📈 Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS)
🏛️ Estatus legal	Asociación sin Fines de Lucro (ASFL)
👥 Miembros	1 Organización, 11 Miembros
📞 Contactos	809-815-3434

### Ofertas:

#### SENDERISMO



Servicios de guías turísticos, en circuitos creados con el apoyo del Consejo de Desarrollo de las Galeras; Boca del Diablo-Frontón, las pozas de Cabo Cabrón, recorrido playa Madama y su cueva, en estas experiencias el turista puede disfrutar de boca del diablo, un fenómeno geológico natural en el que el mar se precipita formando un chorro de agua que puede alcanzar varios metros de altura, la mina de mármol, variedades de plantas y aves endémicas, degustación de frutas tropicales, playas exóticas, plantas medicinales, y practicar snorkelling. Estos recorridos tienen una duración de más de 2 horas y son guiados por anfitriones comunitarios en los idiomas: español, inglés, alemán, italiano, creole y francés.

Los interesados en participar de estas excursiones deben llegar a playa las Galeras, donde los guías acompañan a los visitantes.

### Intervención

#### Acciones:

- 17 personas recibidas mensualmente (aproximadamente).
- 10 guías capacitados en primeros auxilios en Lugares Remotos.
- Donación de 1 camilla de primeros auxilios.
- 5 radios de comunicación.
- Un botiquín de primeros auxilios.
- 10 chalecos.
- 10 linternas.
- 10 cascos.
- 5 jóvenes capacitados por medio de intercambio sobre fomento de buenas prácticas de TCS.
- Entrega de uniformes para guía.







### Rancho Don Lulú, Centro Ecoturístico

Centro de Turismo Rural Comunitario, que busca contribuir al desarrollo local, la conservación y protección de los recursos naturales de la zona, como una alternativa para buscar el sustento de los comunitarios de manera sostenible.

Fue establecido en el año 2007 y forma parte de la Asociación Ecoturística el Solenodonte, también trabaja de la mano con la Fundación Loma Quita Espuela.

Ubicación	Municipios San Francisco de Macorís, Provincia Duarte
Año de fundación	2017
Nivel de producto	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro, ASFL
Miembros	1 Organización, 42 Personas
Contactos	809-863-8929

### Oferta:

SENDERISMO ALOJAMIENTO VENTA DE PRODUCTOS LOCALES



Senderismo: excursiones guiadas por anfitriones de la Asociación Ecoturística el Solenodonte, con destinos al pico la nube, la ruta de bosque de cacao, sendero don Soron y la Reserva Científica Loma Quita Espuela, considerada de las áreas ecológicas más importantes del país, nacen más de 60 ríos y el pico más alto de la Cordillera Septentrional. Los senderos cuentan con una duración de 2 y 5 horas.

Alojamiento: dispone de 9 habitaciones, cada una con baño, capacidad de 36 personas en grupos familiares, salones para eventos, con capacidad desde 25 hasta 300 personas, servicios alimentación (comida criolla), balnearios, pasadías, campamento, actividades sociales; boda y cumpleaños.

Venta de productos locales: miel, chocolate, y otros derivados del cacao.

### Intervención

#### Acciones:

- 109 visitantes mensualmente (aproximadamente).
- Un levantamiento de información necesidades sobre letreros interpretativos.
- Un monitoreo de visitación implementado mensualmente.
- Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
- 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
- Una donación de insumos para realización de curso de señales y letreros interpretativos, impartido por INFOTEP.



### Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de Las Galeras (CONTUGAL)

Distrito Municipal Las Galeras, Santa Bárbara, Samaná

#### Descripción general

El Consejo de Turismo las Galeras para el Desarrollo Sostenible (CONTUGAL), organización sin fines de lucro que, creada en el 2019, en el marco del proceso de certificación de destino TourCert, con la finalidad de articular con los representantes del Estado, Gobierno Local, empresarios turísticos locales y a los representantes de las organizaciones comunitarias vinculadas al turismo.

Con el objetivo de aunar esfuerzos y promover los atractivos turísticos en su territorio de las Galeras, para hacerlo más competitivo y sostenible.

#### Instituciones miembros:

Restaurantes de Las Galeras, Hoteles de las Galeras, Empresas de excursiones Transportistas, Organizaciones de la Sociedad Civil (ASOD EGAS), Grupos de vecinos (VIDA SANA), Grupos religiosos Asociación de Pescadores, Asociación de Vendedores, Asociación de Guías Turísticas

#### Estatus jurídico:

Asociación Sin Fines de Lucro

#### Años de operación:

2

#### Gobierno local involucrado:

Alcaldía de las Galeras

#### Plan Anual:

Sí

#### Nivel de alcance:

Nivel 3 (Provincial)

#### Contactos:

Julio César Lamanó: 809-867-7096

### Acciones realizadas:

- Identificación de recursos locales para revista de Tesoros Locales de las Galeras.
- Cursos relacionados a Turismo Comunitario Sostenible.
- Apoyo a intercambio de Buenas Prácticas de Fomento de TCS.
- Apoyo a fortalecimiento a Asociación de Guías Galeras Sostenible.
- Participación en Expo Cibao 2019.
- Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19.

### Atractivos turísticos en el territorio

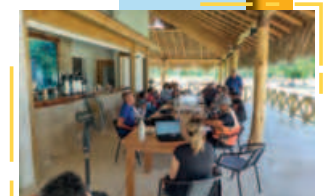
MONUMENTO NATURAL CABO SAMANÁ

PLAYA ASERRADERO-PLAYA GRANDE-LA PLAYITA

LA CALETA -CABO SAMANÁ

MANUEL CHIQUITO-PLAYA RINCÓN

PLAYA RINCÓN-LAGUNA DEL DIABLO-PLAYA EL VALLE



### Comentarios de líder:

El proyecto TCS fue y es de gran ayuda y apoyo al crecimiento de nuestra Organización CONTUGAL en conjunto con la comunidad de Las Galeras. Esperamos seguir contando con Proyectos tan beneficiosos para el desarrollo del TCS en los destinos turísticos.

Yocasty Artilles  
Líder de TCS - Covid - Suministros - Recursos culturales



## MESA DE TURISMO DE RÍO SAN JUAN

Río San Juan, María Trinidad Sánchez

### Descripción general

Nace con el Proyecto TCS, un 14 de octubre del año 2020, organización Sin Fines de Lucro, busca posicionar al Municipio como destino turístico comunitario.

La Mesa está compuesta por 12 organizaciones del ámbito público y privado que trabajan por el desarrollo del Municipio con la misión de sensibilizar sobre Turismo Comunitario Sostenible.

#### Instituciones miembros:

- Alcaldía de Río San Juan
- Federación de Juntas de Vecinos
- ASODEARIO
- Iglesia Templo Bíblico
- Oscar Artilles Heredia, Música

#### Continuación lista de miembros:

- Clúster Turístico de María Trinidad Sánchez
- 10 Preguntas
- Costa Verde 81
- Ministerio de Turismo
- Team Shaggy
- Sindicato de Botos de la Laguna Gri Gri
- Festival de Coros de Río San Juan

**Estatus jurídico:** N/D

**Años de operación:** 3

**Gobierno local involucrado:** Alcaldía Municipal de Río San Juan

**Plan Anual:** Sí

**Nivel de alcance:** Nivel 2 (Municipal)

**Contactos:** (829) 961-8780

### Acciones realizadas:

1. Revista de Tesoros Locales.
2. Identificación e involucramiento de liderazgo comunitario.
3. Capacitaciones.

### Atractivos turísticos en el territorio

LAGUNA GRI GRI PLAYA GRANDE

CUEVAS DE LAS GOLONDRINAS

PISCINA NATURAL PLAYA CALETÓN

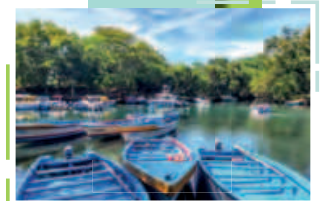
PLAYA LOS MINOS



### Comentarios de líder:

Es una experiencia maravillosa, de muchos aprendizajes y una gran capacitación, inolvidable, para mí fue excelente y de mucho aporte para nuestra comunidad y el turismo, comunitario

Alexandra Yomaris Cid Tineo  
Líder de Laguna Gri Gri, Río San Juan, MTZ



## Cibao Sur

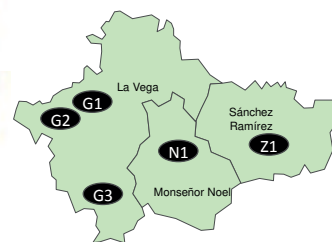
El Cibao Sur es el manantial del Cibao, una región de donde emanan las más importantes fuentes de agua de la República Dominicana. Allí nacen ríos como el Camú, Jima, Jimenoa, Yuna y Yaque del Norte; cuyos cauces alimentan gran parte de la región Norte y Sur, llegando algunos a extenderse hacia el extremo este de la isla. Esta región, que cuenta con una afamada tradición carnavalesca, tiene opciones excelentes para disfrutar el aire más puro y fresco de todo el país, en destinos de montaña como Constanza y Jarabacoa, y atractivos como la Presa de Hatillo.



### Eslogan y concepto subregional del Cibao Sur

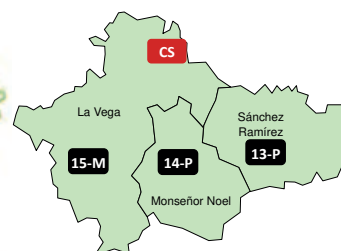
Agradecimiento a las bendiciones de la naturaleza y la falda del pico más alto del Caribe, "Manantial del Cibao".

### 5 UP apoyadas



- G1: Experiencia comunitario de Sonido de Yaque
- G2: Sendero de Angostura
- G3: Agroturismo de Constanza

### 2 GT y 1 GR apoyados



- 13-P: GT Sanchez Ramirez (Consejo Ecoturístico Sánchez Ramirez)
- 14-P: GT Monseñor Noel (Consejo Ecoturístico Monseñor Noel)
- 15-M: GT Constanza (Cluster Turístico)





### Finca Doña Paula (Asociación de Productores Agrícolas La Cotorra)

La Asociación de Productores Agrícolas La Cotorra, ASOPROA-LC, junto a los propietarios de la Finca Doña Paula, con su iniciativa, ha logrado que la comunidad se involucre en actividades relacionadas al turismo, se capacite y participen dinámicamente en actividades que contribuyen al desarrollo local. En Finca Doña Paula se ha formado un sendero interactivo que ofrece una experiencia de recorrido por diversas plantaciones de limones y otros productos comercializados en la comunidad de La Cotorra de Tireo en Constanza. Lugar donde la gran mayoría de sus habitantes viven principalmente de la agricultura, venta de fresas, rábano, limones, flores, ajo, papas, entre otros rubros.

📍 Ubicación	Municipio Constanza, Provincia La Vega
📅 Año de fundación	2010
📈 Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS)
🏛️ Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
👥 Miembros	1 Organización Familiar, 35 Familias, 1 Asociación con 30 Miembros
📞 Contactos	(829) 730-7464

#### Oferta:

SENDERISMO

VENTA DE PRODUCTOS LOCALES



La Finca Doña Paula - La Cotorra, ofrece acceso al sendero explicativo de limones e invernaderos de fresas, excursión por la comunidad, para conocer la historia y su gente, esta excursión incluye: acceso a la finca, guías, almuerzo, souvenir, canasta de productos locales y tiene una duración de 1.5 horas, su sendero explicativo, cuenta con 3 guías locales y proporciona el parqueo.

Además, ofrece camping para los visitantes amantes de la aventura que quieren conocer más a fondo la montaña y la historia. Para obtener los servicios y actividades de la Finca Doña Paula, en La Cotorra, los visitantes deben llegar a la comunidad de La Cotorra próximo al distrito municipal de Tireo.



#### Intervención

##### Acciones:

1. Colocación de letreros y elaboración.
2. Mejoramiento mínimo en lugares de descanso en sendero.
3. Fotografía para SNS.
4. Señalización en carretera.
5. Desarrollo de productos característicos de cultivos de la zona.
6. Organización de guión de experiencia.
7. Acompañamiento para estructura de experiencia.
8. Sesión de sensibilización de TCS.



### Complejo Ecoturístico Angostura

El Complejo Eco-turístico Angostura es un proyecto comunitario que empezó como una iniciativa de la Asociación La Milagrosa de Angostura (ASOLAMI), y está motivada para educar visitantes sobre el medio ambiente y naturaleza de la zona, la cultura del campo y la relación con los miembros de la comunidad. Esta iniciativa empezó en 2012, con el apoyo técnico y donaciones de las instituciones Junta Yaque, el Programa de Pequeños Subsidios (PPS), USAID, el Cuerpo de Paz República Dominicana, y otras más.

📍 Ubicación	Municipio Jarabacoa, Provincia La Vega
📅 Año de fundación	2012
📈 Nivel de producto	Nivel 1
🏛️ Estatus legal	Cooperativo
👥 Miembros	1 Organización 30 Miembros
📞 Contactos	(829) 982-4946



#### Oferta:

ALOJAMIENTO RURAL

SENDERO HACIA LA CASCADA



Angostura se caracteriza por montañas de altas elevaciones y reveladoras de una belleza que anima a cada visitante a realizar un recorrido por toda el área. Sus bosques de pinos y latifoliados pertenecen a una demarcación de vida de bosque húmedo subtropical, caracterizado por su rica biodiversidad tanto en la fauna como en su flora.

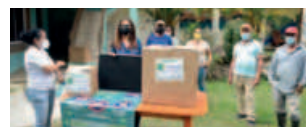
Angostura ofrece varias experiencias como disfrutar del balneario arroyo grande y el salto o cascada del Mortero, lo cual tiene un recorrido de 4 horas permitiendo el baño en sus aguas frías y tranquilas.



#### Intervención

##### Acciones:

1. Selección del asesor local para trabajo de 5 semanas.
2. Realización de articulación participativa de las experiencias
3. Elaboración de 5 experiencias/productos con itinerarios/guiones
4. Creación de materiales presentables (Hojas de productos, PPT, con fotos)
5. Condicionamiento mínimo para experiencias.
6. Realización de la presentación en la comunidad/Subregión
7. Presentación de Material Digital y Mejoramiento de SNS y página.
8. Acompañamiento para creación de protocolos COVID-19
9. Entrega de insumos para contrarrestar COVID-19
10. Organización para creación de guión
11. Acompañamiento para estructura de experiencia.







## SONIDO DEL YAQUE

### Sonido del Yaque

Complejo ecoturístico a orillas de río Yaque que consta de 6 cabañas en la comunidad de los Calabazos, que inició en el año 1997, que poseen 14 habitaciones, ofrecen sus servicios a grupos, familias y personas particulares. También ofrecen los servicios de desayuno, comida y cena.

Este complejo comunitario está administrado por el Club de Madres La Nueva Esperanza y la Asociación de agricultores la Unidad, Las Mercedes, mujeres y hombres que con mucho esfuerzo mantiene este proyecto beneficiando a más de 30 familias, modelo de comunidad autosustentable.

📍 Ubicación	Provincia: La Vega, Municipio: Los Calabazos, Jarabacoa
📅 Año de fundación	2018
📅 Período	Marzo - Septiembre 2021
🏠 Estatus legal	Cooperativo
👥 Beneficiarios	2 asociaciones con más de 42 personas
📞 Contactos	N/D

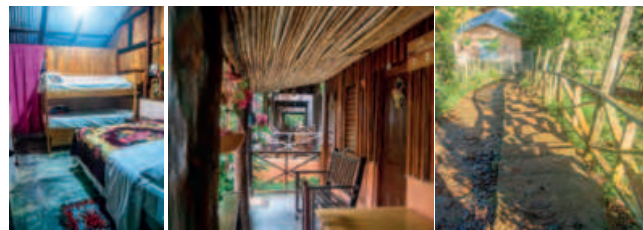


### Ofertas:

ALOJAMIENTO EN CABAÑAS COMIDA TÍPICA SENDERISMO

EXPERIENCIA DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ Y CACAO ORGÁNICO

Con un ambiente natural acogedor donde prima el sonido del río Yaque y el trato amable de los comunitarios.



### Intervención

#### Acciones:

1. Selección del asesor local para trabajo de 5 semanas.
2. Realización de articulación participativa de las experiencias.
3. Elaboración de experiencias/productos con itinerarios/guiones.
4. Creación de materiales presentables (hojas de productos, PPT, con fotos).
5. Condicionamiento mínimo para experiencias.
6. Señalización y presentación en letreros en madera para sus senderos y experiencia.
7. Realización de la presentación en la comunidad/subregión.
8. Presentación de material digital y mejoramiento de SNS y página.
9. Taller de manejo de negocios.
10. Taller de promoción autónoma.
11. Creación de base para experiencia.
12. Acompañamiento en organización de senderos.



### Asociación de Guías Turísticos Saltos de Jima

27 jóvenes de las comunidades del Distrito Municipal de Jayaco, recibieron la capacitación impartida por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de guías o intérpretes de la naturaleza.

Se formaliza el grupo con el nombre de Asociación de guías ecoturísticos Saltos de Jima, Bonaó, R.D. -ASOGUESAJI- desde fecha 30 de agosto del año 2017, un mes después de finalizar una segunda capacitación impartida por INFOTEP y aprobada por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, como guías intérpretes de la naturaleza.

📍 Ubicación	Municipio Bonaó, Provincia Monseñor Nouel
📅 Año de fundación	2017
📈 Nivel de producto	Nivel 2
🏠 Estatus legal	Cooperativo
👥 Miembros	1 Organización 30 Miembros
📞 Contactos	(809) 460-7412

### Oferta:

SENDERISMO A LOS SALTOS DISFRUTE DE BALNEARIOS



En Charco Prieto está, el Monumento Natural los Saltos de Jima, ofrece un servicio de interpretación de la naturaleza por medio de las guías, dentro del sendero de los Saltos de Jima, que posee más 12 saltos y más de 60 charcos, aunque hasta el momento sólo están habilitados dos saltos, por lo que su sendero aún no ha sido terminado.

Algunos vienen atraídos por sus charcos y saltos de aguas cristalinas, para darse un rico baño, en cambio otros por la vegetación, las aves, los reptiles y anfibios propios de la zona.



### Intervención

#### Acciones:

1. Selección del asesor local para trabajo de 5 semanas.
2. Realización de articulación participativa de las experiencias.
3. Elaboración de experiencias/productos con itinerarios/guiones.
4. Creación de materiales presentables (Hojas de productos, PPT, con fotos).
5. Realización de la presentación en la comunidad/Subregión.
6. Presentación de Material Digital y Mejoramiento de SNS y página.
7. Equipamiento básico para actividades acuáticas
8. Fortalecimiento de guión de su experiencia.
9. Acompañamiento en creación de guión.
10. Sensibilización de Turismo Comunitario.
11. Organización de sus actividades para mejor estructura de tour.







### Gaia Ecotrip

Gaia Ecotrip es un grupo comunitario de Hatillo en Sánchez Ramírez, que ofrece un tour a las cuevas tainas del Parque Nacional Aniana Vargas. Nace en el 2019 con la idea de un trabajo asignado en un curso de Turismo Comunitario Sostenible, con la colaboración de Coopmaimón, el Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y la Agencia Cooperación Japonesa Internacional (JICA).

La ruta de las cuevas busca poner en práctica el turismo comunitario sostenible, dando a conocer el potencial de esta localidad y el aprovechamiento de la importancia histórico-ecológica de la zona, para buscar dinamizar la economía comunitaria.

Ubicación	Municipio Cotuí, Provincia Sánchez Ramírez
Año de fundación	2019
Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial)
Estatus legal	Sin formalizar
Miembros	1 Organización, 20 Familias, 15 Miembros
Contactos	(829) 707-9824

### Oferta:



Gaia Ecotrip ofrece una experiencia de aventura, para el disfrute de los visitantes y el cuidado del medio ambiente, resaltando nuestra historia y cultura en el Parque Nacional Aniana Vargas.

La exploración de cuevas tainas, paseo en bote por el lago de Hatillo, conocer senderos cercanos y aprender de la historia del parque Aniana Vargas y presa de Hatillo con un el almuerzo típico de tilapias y truchas de la zona.

Gaia Ecotrip ha unido sus servicios con las asociaciones de pescadores de la zona y la asociación de mujeres de Hatillo que construyen y venden manualidades para ofrecer a los visitantes una experiencia completa y educativa del poblado de Hatillo.



### Intervención

#### Acciones:

1. Entrega de informe final.
2. Materiales de promoción, brochure y catálogos.
3. Guión de la experiencia actualizado y funcional.
4. Organización de rutas para la experiencia.



### Cluster Ecoturístico Constanza

Organización incorporada conforme a la Ley 40-08 del 16 de enero del 2008, de Promoción y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro.

Lo componen de 38 miembros de la cadena de valor, que cumplen con los estándares de calidad. Tienen como objetivo desarrollar y promover el atractivo del municipio de Constanza como destino único de montaña para turismo ecológico, cultural y de aventura de clase mundial de la República Dominicana, cuidando el medioambiente.

Ubicación: Municipio Constanza, Provincia La Vega

**Instituciones miembros:**

- Vienchy Rodríguez – Presidente Representante de la Esquina Gastrobar
- Rafael Collado A – Vicepresidente
- Representante de Hotel Constanza

(Continuación lista de miembros):

- Milena Delgado Durán – Secretaria General, Asesora turística
- Yamilka Rodríguez- Tesorera Representante de La Terraza de Yamilka
- Nilson Peralta - Vocal en representación de Odalis Grill
- Nelson Durán - Vocal, Asesor turístico
- Carlos Fernández - Vocal en representación de Frida Bar

**Estatus jurídico:** Empresarial

**Años en operación:** 2008

**Gobierno local involucrado:** Alcaldía Municipal de Constanza

**Plan Anual:** Si

**Nivel de alcance:** Nivel 2 (Municipal)

**Contactos:** (809) 478-3823

### Acciones realizadas:

1. Capacitación en diseño y señalización de letreros interpretativos.
2. Jornada de limpieza y reforestación en la Presa Pinalito.
3. Festival de primavera.
4. Fly in de la amistad para promover el turismo aéreo.
5. Ruta agroturística.
6. Ruta de la fe.
7. Capacitación en construcción de senderos a residentes de la zona El Convento.
8. Construcción del sendero ecológico Aguas Blancas.
9. Capacitación de guía turístico.
10. Participación en Feria AVENTURATE.
11. Master class.

### Atractivos turísticos

SENDERO RESERVA CIENTÍFICA ÉBANO VERDE	PRESA PINALITO
RUTA DE LA PEREGRINACIÓN	MONUMENTO AL 14 DE JUNIO
PARQUE ANACAONA	IGLESIA NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES
MONUMENTO AL DIVINO NIÑO	LAS PIEDRAS LETRADAS
SALTO AGUAS BLANCAS	SENDERO ECOLÓGICO AGUAS BLANCAS
LA PIRÁMIDE	PARQUE NACIONAL VALLE NUEVO
MONUMENTO A CAMAÑO	SENDERO DE LA VIRGEN

### Comentarios de líder

Ha sido muy satisfactoria, el hecho de poder conectar las ofertas de valor de las comunidades y que estas acciones ayuden a generar una contribución importante en términos de desarrollo económico y social en ellas es motivo de mucha alegría para mí.

Vienchy Rodríguez,  
Líder de Mapa Sub Región Cibao Sur Constanza







### Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Sánchez Ramírez

Es una organización sin fines de lucro, incorporada conforme a la Ley 4008, fecha del 16 de enero del 2008, de Promoción y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro.

El objetivo principal es promover el ecoturismo, la preservación del medio ambiente y lograr el desarrollo sostenible de la provincia Sánchez Ramírez, República Dominicana. El consejo lo componen 18 miembros, los cuales representan diferentes instituciones de la provincia.

**Ubicación:** Municipio Cotuí, Provincia Sánchez Ramírez

**Instituciones miembros:**  
• El presidente de la Cámara de Comercio

(Continuación lista de miembros):

- Representante del Ministerio de Cultura
- Ministerio de Turismo
- Organizaciones ecológicas
- Proyectos turísticos y ecoturísticos
- Iglesia católica
- Iglesias protestantes
- Colegio de Ingenieros y Agrimensores (CODIA)
- Alcaldías Municipales
- Legisladores de la Provincia (Asesores)

**Estatus jurídico:**

**Años en operación:** 2014

**Gobierno local involucrado:**  
Alcaldía Municipal de Cotuí

**Plan Anual:** Si

**Nivel de alcance:** Nivel 3 (Provincial)

**Contactos:** (809) 370-2288

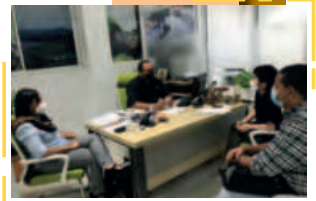
### Acciones realizadas:

1. Jornada de limpieza en la Presa de Hatillo.
2. Jornada de limpieza en la comunidad de Hatillo.
3. Torneo de pesca, pes bass.
4. Apoyo a la gobernación para la reforestación en el Parque Ecológico el Peñón del Lago de Hatillo.
5. Aporte a la cofradía del Espíritu Santo.
6. Salvavidas a la Asociación de Pescadores de la zona.
7. Capacitación a estudiantes de centros educativos para que conozcan los atractivos ecoturísticos mediante audiovisual.
8. Taller de artesanía hechas con higuero.
9. Capacitación de guías turísticos.
10. Participación en Feria de la Piña.
11. Taller de redescubrimiento de recursos locales.
12. Producción de banco de fotos.
13. Actividad para la puesta en circulación de Mapa Cibao Sur.
14. Apoyo en acondicionamiento de senderos para fortalecimiento de experiencia Hoyo de Sanabe y Parque Nacional Aniana Vargas.
15. Entrega de insumos para contrarrestar COVID-19.
16. Acompañamiento en actividades Mesa Técnica Cibao Sur proyecto TCS.
17. Lanzamiento de Mapa Cibao Sur con entidades locales.
18. Taller de marketing digital.

### Comentarios de líder:

Muy buena experiencia, ya que este proyecto está muy interesado en desarrollar el Turismo Comunitario Sostenible, a nosotros como institución nos a beneficiado bastante el apoyo de TCS, hemos trabajado en las capacitaciones de las comunidades, el desarrollo de las comunidades depende de las capacitaciones, también trabajamos en la elaboración del mapa turístico de la región cibao sur, gracias a este proyecto pudimos realizarlos. Este proyecto TCS, debería durar más tiempo, ya que todavía en la provincia hay muchos atractivos comunitarios que con su ayuda necesitamos seguir explotando. Excelente trabajo está realizando Timoteo Estévez, quien es un excelente coordinador, siempre preocupado por el desarrollo comunitario.

Emilia Gil Líder de Desarrollo Ecoturístico de la provincia Sánchez Ramírez



### Atractivos turísticos

SENDERO HOYO DE SANABE	COFRADIA DEL ESPIRITU SANTO
RUTA DEL ARROZ	PESCA DEPORTIVA DE BASS
PASEO POR PRESA DE HATILLO	RUTA DEL MAJARETE
SENDERO LA CHICHARRA	



### Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Monseñor Nouel

Organismo rector de la planificación y gestión de actividades ecoturísticas en Monseñor Nouel, que promueve la conservación, el aprovechamiento de los recursos naturales, culturales y deportivos, en pro de mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, impulsando el desarrollo sostenible con un enfoque holístico en la conservación ambiental, crecimiento económico y equidad social.

**Ubicación:** Municipio Bonao, Provincia Monseñor Nouel

**Instituciones miembros:**  
1 organización local, 20 miembros

**Estatus jurídico:** Ejecutivo

**Años de operación:** 2010

**Gobierno local involucrado:**  
Alcaldía Municipal de Bonao

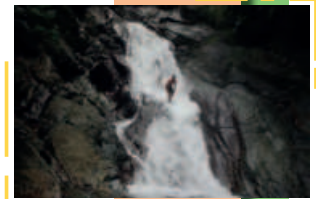
**Plan Anual:** Si

**Nivel de alcance:** Nivel 2 (Provincial)

**Contactos:** (809) 296-0221

### Acciones realizadas:

1. Taller plan de acción para el desarrollo de los diferentes distritos municipales y las comunidades.
2. Taller modelo para fomentar el ecoturismo en el distrito bejucal
3. Señalización para los atractivos turísticos y ecoturísticos de las zonas Los Arroces, Arroyo Toro y Masipedro.
4. Talleres realizados en el distrito municipal de Juma- Bejucal y el municipio de Maimón
5. Taller de redescubrimiento de recursos Locales
6. Actividad para la puesta en circulación de mapa Cibao Sur
7. Actividad de Lanzamiento Mapa Cibao Sur.
8. Sesión de sensibilización sobre Turismo Comunitario Sostenible.
9. Apoyo en equipamiento y seguimiento con los guías Saltos de Jima
10. Apoyo en mesa técnica Cibao Sur para el proyecto TCS.



### Atractivos turísticos

SALTO EL CANDIGO O EL BERRO	SALTOS DE JIMA
RÍO FULA Y MASIPEDRO	MUSEO CANDIDO BIDÓ
LA VOZ DEL YUNA	SALTO RODEO
CASCADAS DE BLANCO	EL ANZUELO
SENDERO DE LA VIRGEN	

### Comentarios de líder:

Hemos hecho un análisis sobre el turismo comunitario sostenible, y realmente no puede haber turismo si no nos integramos a la comunidad.

El desarrollo del país y el empalme económico de nuestra provincia, entendemos que está de la mano con la comunidad para ser sostenible, para

que no se vean en la necesidad de dañar los recursos naturales y realizar otras actividades que van en contra del ecoturismo.

Por eso entendemos que el trabajo que hemos venido desarrollando de manera provincial en nuestro plan estratégico, es cuidar el medio ambiente para promover el turismo sostenible, integrando a la comunidad.

Juan Ramón Rosario.  
Líder del Consejo de Desarrollo Monseñor Nouel

## **Anexo 11**

# **Manual para emprendedores del TCS**



TURISMO  
COMUNITARIO  
SOSTENIBLE

# Manual para el Emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible

Febrero de 2022



Página 1 de 43

Manual para el emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible (TCS)  
INFOTEP-MITUR-JICA

Manual para el emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible (TCS)  
INFOTEP-MITUR-JICA

## Manual para para el Emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible

Elaborado por:

**Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible basado en la Comunidad en la Región Norte**

Ministerio de Turismo (MITUR)

Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)

Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

República Dominicana

Febrero de 2022

Página 2 de 43

Página 3 de 43

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO</b> .....	<b>0</b>
<b>1.1. El Objetivo del TCS y del Emprendimiento TCS</b> .....	<b>0</b>
1.1.1. Tres Principios de TCS.....	0
1-1-2 Hoja de evaluación para productos TCS.....	1
<b>1.2. Identificar los fundamentos del marketing para valorar su mercado meta</b> .....	<b>2</b>
1-2-1 Definición de marketing.....	2
1-2-2 Introducción básica a la mezcla del marketing.....	2
<b>1-3. Identificar los antecedentes del producto en desarrollo, para potenciarlo a nivel de mercado</b> ... 7	<b>7</b>
1-3-1 Definición de producto.....	7
1-3-2 Identificación del producto.....	8
1-3-3 Análisis 3C+2C (Customer, Competitor, Company. – Canal de venta y Colaboradores).....	8
<b>1-4. Elaborar guion base del producto turístico para estandarizar la calidad de la experiencia turística</b> .....	<b>9</b>
1-4-1 Definición de guion.....	9
1-4-2 Identificación de guion existente, si corresponde.....	10
1-4-3 Interpretación y mejora del guion existente, si corresponde.....	10
1-4-4 Elaboración de guion.....	10
1-4-5 Ensayo de guion.....	13
<b>1-5. Elaborar plan de acción acompañado de un técnico, para el desarrollo de productos turísticos</b> .....	<b>13</b>
1-5-1 Identificación de necesidades para el desarrollo de productos.....	13
1-5-2 Definición de responsables.....	13
1-5-3 Elaboración del plan de acción.....	14
1-5-4 Mejoramiento de productos.....	14
1-5-5 Mejoramiento de Promoción.....	14
1-5-6 Ejecución de viajes de familiarización.....	15
1-5-7 Ciclo de mejoramiento.....	15
<b>2 MANEJO DEL NEGOCIO</b> .....	<b>16</b>
<b>2-1. Identificar los elementos del reglamento interno de operación del producto o negocio, para su desarrollo y estabilidad en el mercado turístico</b> .....	<b>16</b>
2-1-1 Reglamento interno de operación, concepto.....	16
2-1-2 Propósito del reglamento: reglas y logística de operación.....	16
2-1-3 Alcance: entidades gestoras e integrantes de unidades productivas.....	16
2-1-4 Responsables de la implementación, mantenimiento y cumplimiento.....	16
2-1-5 Documentos: guion, registro de visitantes, reporte de ventas y distribución de ingresos.....	16
2-1-6 Logística de operación.....	17
2-1-7 Reservas y cancelaciones.....	17
2-1-8 Descripción de actividades y responsables en formato de tabla.....	17
<b>2-2. Manejar formatos de gestión de producto o negocio, para la toma de decisiones asertivas y efectivas</b> .....	<b>18</b>
2-2-1 Definición del formato contable.....	18
2-2-2 Identificación de cada uno y su uso.....	18

2-2-3 Formato de control de ingresos y gastos.....	19
2-2-4 Formatos de control de diarios: margen neto.....	19
2-2-5 Control de reservas y cancelaciones.....	20
2-2-6 Control de actividades diarias.....	20
2-2-7 Costo y márgenes de beneficios por actividad.....	21
2-2-8 Formato de monitoreo y análisis de visitantes, consolidado según forma de llegada.....	21
<b>2-3. Manejar los pagos por caja chica y su reembolso, según procedimientos</b> .....	<b>22</b>
2-3-1 Manejo de caja chica:.....	22
2-3-2 Definición de caja chica.....	22
2-3-3 Gastos menores.....	22
2-3-4 Establecimiento del fondo fijo.....	22
2-3-5 Formatos necesarios para el control de caja chica.....	23
2-3-6 Uso de los fondos de caja chica.....	23
2-3-7 Reembolso de la caja chica.....	24
2-3-8 Arqueo de la caja chica.....	24
2-3-9 Sobrantes y faltante de caja chica.....	24
<b>2-4. Manejar cotizaciones, reservas, órdenes, facturas y otros documentos comerciales, según procedimientos</b> .....	<b>24</b>
2-4-1 Concepto de documentos comerciales.....	24
2-4-2 Tipos de documentos:.....	25
2-4-3 Cotizaciones.....	25
2-4-4 Reservas.....	26
2-4-5 Facturas y comprobantes de pago.....	26
2-4-6 Boucher de tarjetas de crédito, si aplica.....	27
2-4-7 Descuento.....	27
<b>2-5. Monitoreo y evaluación periódica de negocio para mejoramiento y toma de decisiones</b> .....	<b>27</b>
2-5-1 Monitoreo, análisis y mejoramiento, decisión del negocio.....	27
2-5-2 Tipo y utilidad de datos para monitoreo/análisis/mejoramiento/decisión.....	28
2-5-3.....	28
Cantidad de visitantes en medios digitales.....	28
<b>3 PROMOCIÓN AUTÓNOMA</b> .....	<b>29</b>
<b>3-1. Identificar los fundamentos de promoción para la mejora de su producto turístico</b> .....	<b>29</b>
3-1-1 Definición de promoción.....	29
3-1-2 Identificación del encargado de promoción.....	30
3-1-3 Concepto de Estrategia.....	30
3-1-4 Identificación de la estrategia de promoción (TIC u otras).....	30
3-1-5 Ejemplos de la aplicación de las TIC al marketing-mix:.....	31
<b>3-2. Utilizar y manejar las redes sociales Facebook e Instagram, según indicaciones técnicas</b> .....	<b>31</b>
3-2-1 Identificación de los paquetes de redes sociales.....	31
3-2-2 Redes sociales y público a fines.....	32
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES</b> .....	<b>34</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>34</b>



## 1. DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO

### 1.1. El Objetivo del TCS y del Emprendimiento TCS.

#### 1.1.1. Tres Principios de TCS

El turismo comunitario sostenible (TCS) en la República Dominicana tiene 3 objetivos principales.

- Diversificación de las ofertas turísticas sostenibles:** desde 1960 el turismo en el país se ha enfocado en "Sol y Playa" siendo líder en el Caribe. Sin embargo, han aparecido destinos prometedores de tipo Resort en la región en las últimas décadas, razón por la cual se debería desarrollar un mercado turístico más variado para posicionarse de nuevo.
- Más beneficios a las comunidades a través de turismo:** El turismo a gran escala ofrece una cantidad significativa de empleos a las comunidades dominicanas, sin embargo, las áreas de Resort se concentran en Punta Cana, Bávaro, dejando al resto de la república sin oportunidad de aprovechar el turismo como beneficio directo a la comunidad.
- Empoderamiento de territorio:** La mayoría de los territorios dominicanos (excepto las áreas de Resort) no han tenido experiencia en el manejo de negocios turísticos, sumado a esto, muchos hoteles grandes son de cadena extranjera. Por tanto, falta apropiación y empoderamiento en estos asuntos por parte de los habitantes del territorio, lo cual es garantía de desarrollo autónomo y sostenibilidad comunitaria.

A luz del marketing y el negocio, los asuntos expuestos se podrían abarcar desde la perspectiva de:

- Fortalecimiento de la competitividad.
- Distribución justa de utilidad.
- Fortalecimiento de cuerpo de negocio.



Ilustración 1. Objetivos del TCS

### 1-1-2 Hoja de evaluación para productos TCS

A parte de los 3 objetivos principales, los emprendedores necesitan considerar la facilidad (inversión y/o costo inicial) para comenzar el negocio o actividad, por ello se suman 3 criterios:

- Necesidad de mejoramiento.
- Costo de coordinación (permisos y asuntos legales entre otros.).
- Posicionamiento actual de recurso turístico.

La siguiente imagen es la tabla que utiliza el Proyecto TCS (MITUR-JICA) para evaluar la intervención de los recursos con enfoque TCS.

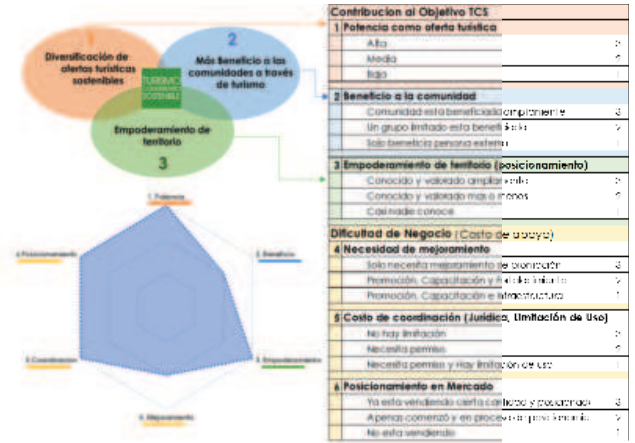


Ilustración 2. Formato de evaluación de la intervención TCS

## 1.2. Identificar los fundamentos del marketing para valorar su mercado meta.

### 1-2-1 Definición de marketing

El Marketing (Mercadotecnia) es un concepto que integra las actividades del negocio como un ciclo y guarda similitud con el PDCA (Plan – Do – Check – Action) trabajado en los proyectos. A continuación, se exponen en la gráfica las cuatro fases requeridas.



Ilustración 3. Ciclo del marketing

### 1-2-2 Introducción básica a la mezcla del marketing

Hablar de *marketing mix* o mezcla de mercadotecnia hace alusión a las estrategias o métodos prácticos para la implementación del ciclo del marketing, esta se basa en cuatro elementos clásicos, conocidos también como **Cuatro P** (Producto, Precio, Punto de venta (distribución) y Promoción) los cuales fueron propuestos por E. Jerome McCarthy en 1960. Partiendo de ellos se analizan dos elementos adicionales:

- Punto de vista del vendedor
- Punto de vista de consumidor es 4C<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Los "4C" representan las cuatro perspectivas ponderadas desde la posición del consumidor, los cuales son: Consumidor, Costo del Cliente, Comunicación y Comodidad. Son herramientas muy efectivas, sin embargo, sería difícil de comprender el significado real de cada enfoque sin tener experiencia práctica de gestión empresarial.

En el siguiente cuadro, se muestran las variables que se deben analizar con relación a cada elemento del *marketing mix*.

Tabla 1. Ejemplo representativo de las Cuatro "P"

<b>Producto</b>	Producto, servicio, calidad, diseño, marca comercial, entre otros.
<b>Precio</b>	Precio, descuento, condición de pago, crédito, entre otros.
<b>Promoción</b>	Publicidad y propaganda, entre otros.
<b>Punto de Venta</b>	Canal de distribución, transporte, cobertura de distribución, localización, surtido de productos, inventario, entre otros.



Ilustración 4 Relación de 4P y 4C de Marketing

En vista de que, a través de las fases de R-STP, ya se han definido las estrategias sobre ¿Qué vender?, ¿A quién venderle? y ¿En qué manera hacerlo?, se aprovecharán estas herramientas de 4P, para analizar el procedimiento y métodos concretos y así llevar todo a la práctica. A continuación, se destacan algunas reglas de las 4P para aplicar en la actualidad con los avances de internet.

$$\text{Capacidad del Producto} \times 2 + \text{Ventajas en Precios} \times 2 + \text{Capacidad de Promoción} + \text{Capacidad de Distribución} = \text{Capacidad Total (Global)}$$

Hoy por hoy, los mercados tienen gran influencia de las ICT (información, comunicaciones y tecnología), lo cual hace que el atractivo del producto y su precio sean factores determinantes. Hace unos años, los medios de publicidad y propaganda eran limitados, actualmente se amplía el abanico de posibilidades con el uso de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, entre otras.

Un tema adicional es el manejo de la reputación, puesto que gracias a las herramientas digitales las opiniones o rumores se difunden instantáneamente entre los consumidores. Por ejemplo, Trip Advisor es un espacio global donde los usuarios o consumidores opinan con total sinceridad sobre la calidad de productos y servicios basados en su propia experiencia. Otra variable es el precio, dado que a través de sitios para reservaciones Expedia.com y Hotels.com, se pueden hacer comparaciones entre hoteles de igual categoría, en una misma región basados en el costo para el turista. Al estar en frente de consumidores más informados se debe trabajar una comunicación más efectiva y así conseguir que estos sean promotores innatos del destino.

Ante este panorama se han establecido métodos para promoción digital. Sin embargo, cuesta controlar los impactos generados, contando con que no se tiene la capacidad financiera y de respuesta de las grandes empresas, por ello ante un episodio de difamación, promoción negativa o incidentes (intoxicación alimentaria, accidentes, corrupciones) se ve afectada la marca o el destino, porque la información que circula en la web no se puede controlar.

¿Qué hacer para aprovechar la visibilidad de las redes sociales? Dar garantía de buenos productos, vender a precios razonables, prestar un servicio al cliente de cinco estrellas, socializar la historia y contexto de los productos para generar empatía y destacar el empeño de los fabricantes locales. Todo se resume en, trabajar para elevar el potencial del producto.

A continuación, se expone cómo elevar estos potenciales en cada una de las fases del ciclo del marketing:

### 1. Productos

En lo concerniente al turismo comunitario o regional, los atributos para generar buenos productos se clasifican en dos clases:

- Producto principal / Servicio atractivo como, por ejemplo, cascada, manatí, merengue, tour – excursión, evento.
- Entorno, referente a los servicios periféricos (baños y comedores con alta higiene, gastronomía sabrosa, pueblo limpio, actitud de servicio al cliente, sonrisa de la gente y otros valores agregados)

El producto o servicio principal es exactamente el **atractivo del pueblo** del cual se espera que los clientes disfruten, mientras que los servicios periféricos son condiciones ingenierías para aumentar el goce de estos, teniendo en cuenta algunos de sus requerimientos como segmento de mercado. Es de resaltar que el atractivo del producto o servicio no se determina a partir de los atributos individuales, sino, evaluando la experiencia integrada.

Un ejemplo para ilustrar esta cuestión es i-Phone, que vende más que un buen celular, ellos crean una experiencia en torno a su caja de lujo y sus tiendas con diseño minimalista. A esta experiencia se le conoce como **Potencia de Producto** (Valor para clientes).

## 2. Precios

Hay 2 formas para definir el precio:

- Por parte del productor.
- Por la tendencia del mercado.

Cuando lo define el productor se costea sumando los precios unitarios y agregando un 25% a 35% de ganancia para las organizaciones. Es importante verificar los siguientes aspectos para el cálculo del precio de coste:

- ✓ ¿Están incluidos todos los costos directos sin falta? (materias primas, combustible para los generadores eléctricos)
- ✓ ¿Están incluidos todos los gastos personales, teniendo en cuenta las horas de trabajo, precio unitario por hora?
- ✓ ¿Se tomó en cuenta la recuperación de costos de la inversión de capitales, por ejemplo, para la construcción de pasos de madera, adquisición de equipos, entre otros??
- ✓ ¿Están incluidos los costos operativos tales como alquileres, cargo del uso de facilidad, salarios del personal administrativo??
- ✓ ¿Se tomaron en cuenta los gastos que se generarán en el futuro? (mantenimiento de facilidades, costo del registro como zona turística, costo por pérdida de facilidades, costo de contratación de un contable.)
- ✓ ¿Están incluidos (cobrados) los impuestos y primas de seguro?
- ✓ ¿Están incluidos los gastos de promoción? (gastos de publicidad y propaganda para afiches, volantes, gastos de promotores.)

Lo más importante para el cálculo de los precios de coste es considerar de antemano, los recursos necesarios para mantener actividades económicas durante los próximos diez o veinte años y asegurar un mecanismo para disponer de dichos recursos.

Lo que se mostró aquí es basado en un escenario de venta directa donde los clientes llegan a las comunidades por sí solos. Pero, si se utilizan los intermediarios o se promueven los productos y servicios a través de tiendas satélites y otras facilidades de promoción instaladas en las ciudades, se generan costos de distribución adicionales. Por supuesto, a estos precios al por mayor, los distribuidores agregarán los costos necesarios para mantener sus negocios, lo que aumentará el precio de venta a razón del 50% a 100%, por ello se deben tomar consideraciones especiales en estas situaciones para que la diferencia entre el precio de venta directa y el precio de venta al consumidor final no sea tan marcada.

En caso de que los precios establecidos por costeo no sean aceptados (porque los consumidores juzgan que los precios son altos y no compran los productos), se sugiere aplicar las siguientes medidas, en el orden descrito, para reducir el precio de venta.

- ✓ Reducir esfuerzos por recortar costos
- ✓ Revisar el proceso de distribución de productos
- ✓ Verificar la calidad de productos (si es necesario, cambiar el segmento objeto)
- ✓ Si todavía hay dificultad para vender, se debe tomar una de las siguientes medidas:
  - o Reemplazar por otros productos y servicios (que podrían brindar la misma experiencia a sus clientes)

- o Retirar los productos en cuestión completamente del mercado o disminuir la producción (operación)

### 3. Plaza - Distribución y Ventas

Con relación a la distribución y ventas, debe ser definido acorde al público meta (STP) generando conveniencia o comodidad. Procurar que los traslados sean justos y en el caso de que se extiendan más de lo normal generar experiencias significativas en el trayecto.

Si el lugar de venta es lejano puede cumplir la función de tienda satélite para hacer promoción y analizar penetración en nuevos mercados. Hay que resaltar que el costo de logística también debe ser considerado en el costeo.

### 4. Promoción

Para llevar a cabo la promoción se requiere analizar

- Producto/servicio de base que se va a promocionar, para definir el mejor enfoque.
- Objetivo ¿Para qué se hace la promoción?
- Medios, canales y branding ¿Cuál es el medio más eficaz para lograr el objetivo? ¿En qué canal puedo conectar más fácil con mi público meta? y ¿Cuáles son los diseños y colores más apropiados transmitir el mensaje esperado?

Para facilitar la aplicación de estrategias de promoción, se recomienda usar el formato de publicidad y diseño adjunto. Donde se define el objetivo de la promoción y el segmento principal al que se dirige, además, se pide explicar cuál es el resultado esperado. Por ejemplo, ¿qué se quiere que el segmento sienta al estar en contacto con el material? ¿qué acciones se espera que tome? Esto le marca una ruta de trabajo más clara al diseñador. Posterior a la ejecución de la estrategia es necesario verificar el cumplimiento del objetivo ¿el material consiguió la reacción o acción esperada?

Así mismo, definiendo los niveles de AIDMA (cuya descripción aparece más adelante) se puede conseguir de forma más acertada la meta de los mensajes publicitarios, que pueden ser vender más, ser reconocidos o recomendados. Estos protocolos le permiten al diseñador elegir qué formato (poster, flyer, video) es el adecuado para transmitir lo deseado así como el branding (colores, estilos y diseños) del mismo. Importante, los diseños varían según la etapa de AIDMA.

#### Referencia: Reglas de AIDMA

AIDMA es el acrónimo que describe los eventos secuenciales que ocurren desde que una persona (cliente) recibe o hace contacto con una información, hasta tomar la decisión de compra.

- Atención: Llamar la atención
- Interés: Suscitar el interés
- Deseo: Provocar el deseo
- Motivo: Motivar
- Acción: Comprar

FORMATO para PUBLICIDAD y DISEÑO	
Nombre de Responsable: _____ Fecha: _____	
Nombre de PUBLICIDAD o DISEÑO: _____	
1	Objetivo (Objetivo general, Resultados y Efectos Esperados) por esta publicación.
2	Blanco Meta (Blanco específico de esta publicidad) Especificar más detalladamente
4	Grado de AIDMA (en que grado de efecto esperas con esta publicación?) <b>AIDMA</b>
5	Caracter de Blanco (Cómo analiza Ud. sobre caracter de Grupo meta o Blanco meta)
6	Lugar de Distribución (Lugares de Distribución o Donde Colocar etc.)
7	Datos generales Tipo de Publicidad: Poster, Flyer, Libro o Revista, Banner, otro ( ) Formato o Tamaño: Cantidad a publicar: Color de Imprenta: Blanco y Negro, Full Color, Otro ( )

Ilustración 5. Formato para Publicidad con el Uso de AIDMA

### 1-3. Identificar los antecedentes del producto en desarrollo, para potenciarlo a nivel de mercado.

#### 1-3-1 Definición de producto.

El producto que va a desarrollar debe contribuir a los objetivos del TCS, algunos ejemplos de contribuciones podrían ser:

1. **Beneficiar la comunidad:** Aumentos de empleos locales, de compras locales, de flujo de consumidores hacia el territorio, de inversión a la comunidad.
2. **Diversificación de las Ofertas Turísticas:** Aumento de puntos turísticos atractivos, reconocimiento de la comunidad (valor comercial), incremento de las conveniencias para los turistas (ej. parador turístico).
3. **Empoderamiento de la comunidad:** Aumento de amor hacia su propia comunidad, de orgullo hacia ella, de hospitalidad de los habitantes, de consciencia común de su comunidad (ej. limpieza, ambiente agradable, medio ambiente).

**Ejemplo TCS: Jamao Eco Tours**

1. Beneficiar la comunidad: Compra de verduras de agricultores locales para preparación de almuerzos, capacitación y empleabilidad de los jóvenes locales como guías turísticos, contrato con señoras de la comunidad para preparación de las comidas, promoción de galletas locales tradicionales a los turistas.
2. Diversificación de ofertas turísticas: Utilizar los cañones de la comunidad para nueva oferta turística, activar fincas locales para hospedajes y/o camping para turistas.
3. Empoderamiento de la comunidad: Mantenimiento y limpieza de áreas naturales con participación de jóvenes comunitarios, monitoreo y protección de recursos naturales, señalización de la comunidad, promoción de Jamao al Norte a través de WEB, eventos y premios.

**1-3-2 Identificación del producto.**

Para aumentar la competitividad en el mercado turístico, es necesario encontrar el punto atractivo, la característica única de la comunidad anfitriona del producto. Se recomienda, por tanto, mapear los diferenciales de lugares que sean competencia directa para hallar el punto de partida, teniendo siempre claro que no es ¿qué se puede llegar a hacer? Sino ¿con qué se cuenta? Para ello se puede empezar definiendo con qué se identifica la región, por ejemplo, Guanatico es el merengue típico, Dajabón es la frontera, Sosúa es la playa, Monción es casabe. Ahora bien, partiendo de esa característica el ejercicio es profundizar al detalle, por ejemplo:

- ✓ Característica: ¡Tenemos un río precioso!
- ✓ Preguntarse: ¿sería mejor que en "x"? ¿es tan atractivo como en "x"? ¿qué es lo diferente que tiene y que actualmente no se está ofreciendo en "x"?

**1-3-3 Análisis 3C+2C (Customer, Competitor, Company. – Canal de venta y Colaboradores)**

El factor de éxito de un negocio se alcanza al estudiar y analizar su propia empresa, analizando situaciones del contexto, competidores y clientes. Un análisis de 3S consiste en estudiar estos tres elementos Empresa-Competidores-Clientes (Company-Competitor-Customer), además se sugiere incluir: Canal de venta y Colaboradores. El objetivo de este análisis es encontrar los KSF (Key Success Factor = factores claves del éxito) para ganar posicionamiento dentro del mercado.



**Pistas para analizar 3C:**

<b>Cliente</b>	¿Quiénes son segmento de Clientes? ¿Cuáles son Necesidad de Clientes?
<b>Competidor</b>	¿Quiénes son Competidores? ¿Cómo son operaciones en el mercado? Fortalezas de competidor? Debilidad de competidor? ¿Qué tipo de diferenciación tiene competidor?
<b>Empresa (Company)</b>	Fortalezas de propia Empresa? Debilidad de propia Empresa? ¿Puntos reconocimientos de su Empresa?

**Ilustración 6. Resumen de Análisis 3C**

**1-4. Elaborar guion base del producto turístico para estandarizar la calidad de la experiencia turística.**

**1-4-1 Definición de guion.**

El guion turístico es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar la información a las características de los diferentes segmentos de turistas con la finalidad de hacerla accesible y digerible. El guía debe poseer un banco de información acerca de cada uno de los destinos o recorridos en los que opere, para ello debe aprovechar las diversas fuentes de información.

El guion de la visita no debe ser algo metódico, por el contrario, debe ser libre y responder a cada perfil de visitante, lo que sí debe hacer es, transmitir un mensaje atractivo adaptado al tipo de público, evitar la monotonía expositiva y, siempre que sea posible, enriquecer el discurso del guía con ejemplos, anécdotas y comentarios, un discurso participativo que fomente una visita dinámica, que permita el estímulo de las capacidades creativas de cada visitante.

La utilización de preguntas estimula y motiva al visitante, lo que redundará en un enriquecimiento de la visita, siempre y cuando no se haga un uso abusivo de las mismas (Peña, 2009). Por otra parte, hay tres objetivos

específicos fundamentales que debe conseguir un guion:

- ✓ Objetivos educativos (qué queremos que los visitantes sepan).
- ✓ Objetivos emocionales (qué queremos que los visitantes sientan).
- ✓ Objetivos actitudinales (qué queremos que los visitantes hagan).

Por lo tanto, debe influir en el receptor tanto en sus conocimientos, como en sus sentimientos y su conducta (Peña, 2009).

**1-4-2 Identificación de guion existente, si corresponde.**

Permite examinar el estado actual del producto y de la actividad de guiaje en el mismo a través de múltiples indicadores. Para el estudio del producto se realiza su descripción teniendo en cuenta su nombre comercial, objetivos, modalidad y condiciones de accesibilidad y acondicionamiento para desarrollar el recorrido. Además, se define su tipología y la etapa en que se encuentra según su ciclo de vida, aspectos que permiten determinar el grado de complejidad del producto.

**1-4-3 Interpretación y mejora del guion existente, si corresponde.**

Para diagnosticar el estado actual de la actividad de guiaje dentro del producto se presenta el estudio de dos indicadores: el itinerario y la forma de conducción del guía en la ejecución del producto, este último indicador propone la utilización de una lista de chequeo que debe ser completada por el investigador.

La lista de chequeo permite evaluar el desempeño del guía midiendo el uso de las técnicas operativas, comunicativas, de interpretación patrimonial y otros elementos que determinan el éxito de la actividad de guiaje turístico. Además, se propone la aplicación de otros instrumentos como encuestas a guías de turismo para contrastar resultados.

**1-4-4 Elaboración de guion.**



**Ilustración 7. Elaboración de guion**

Se sugiere contemplar y definir los siguientes momentos de la experiencia turística:

- ✓ **Definir el nombre de la experiencia:** de manera participativa, los anfitriones pueden elegir un nombre que guarde relación con el tema, preferiblemente que sea fácil de traducir a otros idiomas, especialmente al idioma inglés y que sea contagioso.
- ✓ **Resumen de la experiencia:** es necesario que en esta parte sea explicado brevemente en que consiste el tour experiencial (podemos considerarlo una breve introducción al tour)
- ✓ **Definir el tiempo de la experiencia:** Es una parte muy importante del guion por tanto es necesario considerar los tiempos en cada parada para que el tour no resulte aburrido, y sea adecuado para el disfrute del visitante, la fijación del tiempo depende mucho de las actividades pensadas para cada estación y/o paradas que se realizan durante el tour, por tanto es importante evitar paradas innecesarias, y si no son muy atractivas pero necesarias entonces hacerlas lo más corto posible pero sin que se vea afectada la comodidad del cliente, por ejemplo pueden resultar incomodo hacer muchas paradas rápidas donde tienes que subir y bajar de un autobús.
- ✓ **Definir lugar donde se desarrolla la experiencia:** El lugar donde se desarrolla la experiencia debe estar definido para evitar variaciones bruscas después de tener el producto posicionado en el mercado, en este caso puede ser un lugar específico o varios lugares en un mismo trayecto.
- ✓ **Definir la llegada del turista:** Es necesario definir un punto de encuentro y horario de llegada de los turistas, esto permite que los anfitriones del tour experiencial estén listos para recibir los grupos de visitantes.
- ✓ **Actividades:** dentro del tour experiencial se pueden desarrollar diferentes actividades relacionadas con el tema, para que la experiencia sea más participativa; por ejemplo en la experiencia de música dominicana los anfitriones presentan los orígenes de los instrumentos y los turistas pueden aprender a tocar (güira, tambora y acordeón), identificar ritmos, bailar, aprender a majar cacao, plantar matas de cacao, recolectar mazorcas de cacao, cantar los cantos de labor, aprender a majar cacao en pilón entre otras actividades.
- ✓ **Definir lugar de almuerzo:** Si por el tiempo de duración del tour experiencial, se considera necesario incluir almuerzo para cada cliente, entonces se debe definir un lugar para estos fines.
- ✓ **Definir costo de experiencia:** La fijación de precio de estas experiencias se hace con base a los costos para poder establecer un margen de beneficio para los actores. Usualmente, mediante una reunión o taller se identifican los costos y se fija el precio de venta final.





Ilustración 8. Ejemplo de guion

**1-4-5 Ensayo de guion**



Se establecen fechas específicas para los ensayos del guion, donde se pueden identificar puntos de mejora, como: necesidad de talleres en técnica de guiado, manejo inocuo de alimentos, idiomas, servicio al cliente.

**1-5. Elaborar plan de acción acompañado de un técnico, para el desarrollo de productos turísticos.**

**1-5-1 Identificación de necesidades para el desarrollo de productos.**



Para que los turistas puedan disfrutar de los recursos, servicios y actividades es necesario que los actores que interactúan en la cadena de valor puedan identificar las necesidades mínimas para recibir turistas: capacitaciones, herramientas, infraestructura, equipamiento, señalización, publicidad, uniformes, instrumentos, paneles, entre otros. Este resultado se puede obtener mediante un ejercicio donde los participantes puedan enlistar dichas necesidades mínimas para recibir turistas y es muy importante que reciban acompañamiento técnico para estos fines.

**1-5-2 Definición de responsables.**

Durante una sesión del taller se identifica una persona como responsable de negocio, algunos coordinadores y actores en sitio que interactúan dentro de la cadena de valor. Por ejemplo, en la experiencia de música dominicana están; los músicos, Hacienda Cufá, jóvenes guías y el Museo Taino. Durante esta sesión también se puede elegir un responsable de promoción.

**1-5-3 Elaboración del plan de acción.**

Después de elegir un encargado de negocio y una persona encargada de promoción, y luego de identificar las necesidades, se puede elaborar un plan de acción de 3 a 6 meses para realizar las mejoras necesarias, dicho plan puede ser elaborado bajo dos ejes:

1. Mejoramiento de infraestructura y/o manejo de negocio.
2. Mejoramiento de promoción.

Estos se pueden realizar de manera simultánea y tanto el encargado de negocios como el de promoción, son elegidos por la unidad productiva en un taller o reunión.

**1-5-4 Mejoramiento de productos.**



Los productos turísticos se verán acompañados por instalaciones, servicios y actividades de recreación. Por tanto, antes de poner el producto a la disposición del usuario turístico se requiere suplir las necesidades plasmadas en el plan, estas pueden variar de acuerdo con cada sitio, pero dentro de las más comunes se encuentran: la capacitación en gestión de negocios, equipamientos básicos para realizar el tour empresarial, innovación de producto, mejoramiento de infraestructura ecoturística.

**1-5-5 Mejoramiento de Promoción.**

Con relación al eje de promoción son varias las acciones que se pueden realizar para activar y difundir los productos de las unidades productivas, por tanto dentro de las actividades puntuales de promoción podemos mencionar: Capacitación de jóvenes encargados de promoción de cada UP en: manejo de herramientas digitales, creación de paquetes TIC, creación de perfiles en redes sociales (Facebook e Instagram, Inscripción en Google My Business y Tripadvisor) creación de contenidos para digital, promoción impresa, publicidad exterior y actividades puntuales promocionales (reunión y colocación de publicidad para nicho mono-sectorial [taxistas])

**1-5-6 Ejecución de viajes de familiarización**

Los viajes de familiarización (en inglés *fam trips* o *fam tours*) son viajes de cortesía que se ofrecen a operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona. El objetivo de estos viajes es lograr un mejor conocimiento del producto y una relación más cercana, mejorando la comercialización a futuro. Existen dos clasificaciones de viajes de familiarización:

- ✓ Los que, son ofrecidos a operadores turísticos o agencias de viajes, para que logren familiarizarse con el destino que luego venderán y lo conozcan en su totalidad.
- ✓ Los que, ofrecidos a la prensa, con el fin de que reproduzcan las experiencias en su viaje en forma directa y detallada.

Para dar a conocer los productos turísticos, realizar negociaciones que garanticen la llegada de turistas es importante que se realicen este tipo de actividades que al mismo tiempo sirven de evaluación y como fuente de recomendaciones de parte de quienes conocen el mercado.

Estas actividades pueden llevarse a cabo por parte del Ministerio de turismo, invitando a tours operadores, agencias de viajes, influencers de turismo; también las Unidades productivas pueden coordinar las visitas directamente.

**1-5-7 Ciclo de mejoramiento.**

El ciclo de mejoramiento aplicado a las unidades incluye:

- Elaboración de Plan de Unidades productivas.
- Mejoramiento de Producto(experiencia).
- Actividades de Promoción.
- Recepción de turistas.
- Evaluación de resultados y plan de mejoramiento (3 meses).
- Elaboración de nuevo plan de negocios.

De todo esto solo nos falta hablar sobre los resultados y nuevos planes de negocio, pues a la medida que comenzamos a recibir turistas vamos recopilando información importante para la toma de decisiones con respecto al producto, pues por este medio podemos consultar la reacción del mercado ante nuestras ofertas, es por esto que debemos recoger informaciones relevantes como; fecha de visita, lugar de procedencia, cantidad de personas, forma de llegada (independiente, intermediación), actividad realizada, precio de venta, medio por el cual se enteraron del producto, comentarios de retroalimentación.

Estas informaciones nos pueden ayudar a entender mejor dónde debemos mejorar, qué cosas se pueden seguir potenciando y en general entender mejor el negocio, por tanto, partiendo de esto podemos armar un nuevo plan de acción por un nuevo periodo de tiempo, esto se debería estar repitiendo periódicamente, pues las mejoras deben ser continuas.

## 2 MANEJO DEL NEGOCIO

### 2-1. Identificar los elementos del reglamento interno de operación del producto o negocio, para su desarrollo y estabilidad en el mercado turístico.

#### 2-1-1 Reglamento interno de operación, concepto.

El éxito de un negocio depende de varios factores, los que pueden ser internos y externos. Por tanto, es importante establecer las herramientas necesarias para su buen funcionamiento, ahí radica la importancia de establecer un reglamento interno y los formatos de manejo de negocio, una vez identificado el producto.

#### 2-1-2 Propósito del reglamento: reglas y logística de operación.

- **Reglamento interno:** Este reglamento define las reglas del negocio, por tanto, cada actor debe estar de acuerdo con lo establecido y cumplirlo. Para definir este reglamento se lleva a cabo una sesión con los participantes para que puedan presentar las condiciones que exige cada uno para prestar servicios y llegar a un acuerdo colectivo.
- **Propósito:** en este caso hay dos propósitos: 1) Establecer las reglas, 2) establecer la logística de operación.

#### 2-1-3 Alcance: entidades gestoras e integrantes de unidades productivas.

- **Alcance:** en este punto se debe definir para quienes aplica el reglamento, por ejemplo, grupo territorial, unidad productiva, actores que interactúan en el producto.

#### 2-1-4 Responsables de la implementación, mantenimiento y cumplimiento.

- **Responsables:** especifica la organización responsable de definir el reglamento, los encargados de implementarlo, mantener y velar por su cumplimiento y los responsables de cumplir con lo establecido.

#### 2-1-5 Documentos: guion, registro de visitantes, reporte de ventas y distribución de ingresos.

- **Documentos:** se deben especificar los documentos que serán utilizados para el buen funcionamiento de la unidad productiva con el tour experiencial, ejemplo: guion, registro de visitante, reporte de venta y distribución de ingresos.

### 2-1-6 Logística de operación.

Se debe describir la manera en que se estarán ejecutando las cosas para el buen funcionamiento del tour experiencial; cómo se manejarán las reservas, quienes son los responsables, cómo se hace la coordinación con los actores, costo por cada servicio, tiempos de antelación con el que deben estar los actores en el sitio para recibir a los turistas, cómo se transfiere el tour de una parada a otra, indicar la cantidad mínima de personas para iniciar un tour.

Además, se deben especificar las cosas que están incluidas por el precio del tour, por ejemplo: entradas, actividades, shows, brindis, almuerzo, así mismo se debe describir la forma en que se realizaran los pagos, por ejemplo: los pagos se realizan a cada proveedor mediante recibo, después de realizado el tour. También debe ser descrita la forma en que se deben realizar las observaciones.

### 2-1-7 Reservas y cancelaciones.

- **Reservación:** debe quedar descrita la forma en que se manejarán las reservas de los clientes, el porcentaje de pago que debe ser depositado por el cliente antes de realizar la excursión, ejemplo: 25% del pago total y por supuesto, el tiempo mínimo para reservar y forma de manejo de reembolso en caso de ser necesario.
- **Cancelación:** se debe determinar qué hacer en caso de que el cliente cancele el tour experiencial, por ejemplo: en algunas unidades productivas se ha establecido que en caso de que el cliente cancele la actividad no recibirá un reembolso y el dinero se destina a un fondo común.

### 2-1-8 Descripción de actividades y responsables en formato de tabla.

Es importante especificar brevemente las actividades y los responsables de cada una, tal como en el ejemplo

Tabla 2. Ejemplo descripción de actividades y responsables

Responsables	Actividad
<b>Cliente</b>	Solicita la experiencia de Música Dominicana
<b>Encargada de Negocios</b>	Hace la venta de la experiencia
	Recibe las reservas
	Informa a los actores involucrados
	Cobra a los clientes por la experiencia
<b>Representante de UMPC</b>	Realiza los pagos
	Avisa a los músicos y Bailarines
	Garantiza que estén media hora antes de la experiencia en sus puestos correspondientes
	Colabora con la ejecución de los pagos (recibos y depósito a la cuenta)

### 2-2. Manejar formatos de gestión de producto o negocio, para la toma de decisiones asertivas y efectivas.

#### 2-2-1 Definición del formato contable.

La contabilidad es un sistema de información basado en el registro, clasificación, medición y resumen de cifras significativas que, expresadas básicamente en términos monetarios, muestra el estado de las transacciones realizadas por un ente económico contable.

Para llevar control de las actividades de la unidad productiva se deben implementar algunos sistemas que ayudarán a la hora de manejar el negocio de manera correcta, como, por ejemplo, formatos contables que permitan llevar control del total de clientes recibidos, ingresos, gastos, libro diario. También deben llevarse los registros de visitantes, taxistas y guías turísticos. (Ver formatos anexos)

#### 2-2-2 Identificación de cada uno y su uso.

Un ingreso es la remuneración total percibida por un trabajador durante un periodo de tiempo, como compensación a los servicios prestados o al trabajo realizado y se ve así: comisión, horas extras, entre otros.

Para el manejo de los ingresos de las unidades productivas es recomendable el uso de un formulario que permita llevar un control de dichos ingresos, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 3. Formulario de ingresos de las unidades productivas

Nombre de la Unidad Productiva _____				
Proveedor	Cantidad de clientes	Total de clientes Gratis	Precio	Total
				\$0.00
				\$0.00
<b>Total</b>				\$0.00

El pago por los servicios puede ser recibido de diferentes formas, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 4. Formas de pago

Forma de pago	Lo que necesita la UP
Transferencia	Cuenta bancaria y boucher de la transacción
Electivo	Recibo o factura
Cheque	Proveer nombre del beneficiario
Deposito	Cuenta bancaria y boucher de transacción

### 2-2-3 Formato de control de ingresos y gastos.

Al final de cada actividad de debe hacer la actividad de restar el total de gastos con el total de ingresos.

Tabla 5. Control de ingresos

Ingresos	Gastos	Balance
RD\$ 11,000.00	RD\$6,000.00	RD\$4,000.00

↑  
20 clientes x RD\$500.00

### 2-2-4 Formatos de control de diarios: margen neto.

El margen neto es un indicador de rentabilidad que se define como la utilidad neta sobre las ventas netas. La utilidad neta es igual a las ventas netas menos el costo de ventas, menos los gastos operacionales, menos la provisión para impuesto de renta, más otros ingresos menos otros gastos. Esta razón por sí sola no refleja la rentabilidad del negocio.

La siguiente tabla es un ejemplo para hacer cálculo de ingresos menos gastos de operación:

Ingresos por venta	\$0.00
--------------------	--------

Tabla 6. Control de gastos

Gastos	Total
Pagos por servicio de guiado	\$0.00
	\$0.00
Pagos por servicio de almuerzo	\$0.00
	\$0.00





### 2-3-7 Reembolso de la caja chica.

Se debe solicitar la reposición del fondo de caja chica cuando el importe gastado alcance o exceda el 70% del monto total del fondo aprobado para la caja chica. Ejemplo: si la caja chica es de 5,000 pesos cuando se gasten 3,500 este monto debe ser repuesto para volver a completar los 5,000.

### 2-3-8 Arqueo de la caja chica.

El arqueo es un conteo que se realiza en un momento determinado tanto del efectivo como de las facturas y/o recibos originales existentes en el fondo, debiendo ser la sumatoria de los mismos coincidente con el monto asignado al fondo de caja chica.

El fondo de caja chica debe ser arqueado periódica y sorpresivamente por el auditor interno o por cualquier otro departamento u organismo que sirva de control financiero.

Es responsabilidad del presidente y el tesorero de la Unidad Administrativa velar por el cumplimiento de estos controles.

### 2-3-9 Sobrantes y faltante de caja chica.

Para los casos en que el monto definitivo del gasto sea mayor al avance provisional se procede a entregar el monto excedente y cuando el monto definitivo del gasto sea menor recibe devolución y completa comprobante definitivo de desembolso de caja chica por el valor real gastado.

Debe seguirse fielmente la secuencia numérica de los comprobantes. Los comprobantes anulados deben dejarse como constancia de la secuencia y escribirles "NULO".

Las facturas no deben ser fraccionadas cuando excedan el monto límite por desembolso, en caso de facturas que excedan, deberán ser pagadas vía solicitud de pago por cheque.

## 2-4. Manejar cotizaciones, reservas, órdenes, facturas y otros documentos comerciales, según procedimientos.

### 2-4-1 Concepto de documentos comerciales.

Los documentos comerciales son las constancias escritas de cada una de las operaciones por la empresa. En la primera etapa del sistema de información contable, el soporte de entrada es un comprobante. La misma comprueba que de acuerdo con la transacción realizada la empresa existe y respalda el registro efectuado en los libros del comercio.

Los documentos se presentan generalmente en talonario, numerados, con duplicados, en textos impresos con determinados datos y espacios en blanco para completar de acuerdo con cada circunstancia. Se confeccionan por duplicado o triplicado, para que cada una de las personas que intervienen en la operación tenga un ejemplar. Están numerados para evitar la desaparición de alguno de ellos.

### 2-4-2 Tipos de documentos:

La documentación es de vital importancia en la vida comercial ya que es utilizada especialmente para:

- ✓ Comprobar la operación realizada.
- ✓ Control de la empresa.
- ✓ Servir de base para el registro contable al que respondan.
- ✓ Ser utilizados como medio de prueba en juicios y en inspecciones fiscales.

Dada su importancia los documentos comerciales deben ser conservados por la empresa durante 10 años, contados a partir de la fecha de su emisión (confección). Se conservan en archivos ordenados por fecha u otros criterios.

### 2-4-3 Cotizaciones.

Una cotización es un documento contable en donde se detalla el precio de un bien o servicio para el proceso de compra o negociación. A este proceso también se le conoce como presupuesto y es cuando un cliente pide a cierta empresa que le indique el valor de un pedido de mercancía.

Una cotización puede contener los siguientes elementos: logo, número de registro nacional de contribuyente (RNC), dirección, teléfono, correo electrónico de la Unidad productiva o grupo territorial, fecha, número secuencial de cotización, nombre y contacto del cliente, cantidad, descripción del producto o servicio ofrecido por la Unidad productiva o grupo territorial, precio, descuento aplicable, total y firma autorizada de la persona que autorizada para expedir la cotización más el sello de la empresa.

En la cotización también se puede especificar la forma de pago al momento de la compra y el tiempo por el cual es válida dicha cotización.

A continuación, un ejemplo de cotización:

Ilustración 11. Ejemplo cotización

### 2-4-4 Reservas

La reserva es el acuerdo entre cliente y proveedor según el cual el primero se compromete a pagar un precio determinado por un producto o servicio al segundo.

Estas reservas pueden ser respaldadas por un porcentaje del pago total ejemplo; un 30% del pago final.

### 2-4-5 Facturas y comprobantes de pago.

Una factura es un documento donde se fija el precio de la mercancía o servicio entregado al cliente. En algunos casos sirve, además, como propio contrato de venta. Sobre ellas deben señalarse claramente las partes compradoras y vendedoras, con sus direcciones, teléfonos y correos electrónicos y la descripción de los productos de acuerdo con la descripción exacta sobre la que convegan las partes.

Ilustración 12. Formato de factura

### 2-4-6 Boucher de tarjetas de crédito, si aplica.

Para recibir pagos con tarjeta de crédito o débito es necesario estar vinculado a una compañía de transacciones y pagos electrónicos como son los casos de cardnet y azul, las cuales ofrecen soluciones para que puedas recibir tus pagos con tarjetas y pagos móviles en tu negocio.

Regularmente los pasos para recibir un pago usando el terminal para estos fines son los siguientes:

1. Presionar la opción venta.
2. Ingresar el monto total a cobrar, luego presiona *enter*.
3. Desliza la banda magnética de la tarjeta, presiona los últimos 4 dígitos de la numeración de la tarjeta. Si es una tarjeta con chip solo se inserta el chip y se descarta el uso la banda magnética.
4. Si la transacción es aprobada se imprime el *boucher*, luego se imprime una copia para entregarla al cliente. El *boucher* debe ser firmado por el cliente se así se requiere.

Cada cierto tiempo la unidad productiva o grupo territorial debe realizar un cierre de terminal el cual se hace buscando la segunda pantalla del equipo y presionando la opción cierre, la terminal imprime el cierre con el monto total, es necesario verificar que el monto impreso es el mismo que aparece en pantalla y luego presionar la tecla *enter*, finalmente se imprime el comprobante indicando que el cierre fue satisfactorio.

### 2-4-7 Descuento.

El descuento es una reducción o disminución en el precio de un objeto o de un servicio. De este modo, el descuento es presentado como un beneficio para el comprador, pero para esto no es necesario que el vendedor pierda dinero, es necesario asegurarse que la unidad productiva o grupo territorial no están perdiendo dinero a la hora de realizarlo.

Regularmente los descuentos se hacen a intermediarios formales (Agencias de viajes, tour operadores) que mueven grandes volúmenes de clientes, el porcentaje puede ir desde un 12% a 25%. También los descuentos pueden ser ofrecidos a determinados clientes, generalmente como recompensa por su fidelidad.

## 2-5. Monitoreo y evaluación periódica de negocio para mejoramiento y toma de decisiones.

### 2-5-1 Monitoreo, análisis y mejoramiento, decisión del negocio

En un negocio el sistema de monitoreo y evaluación determina si la organización usa sus recursos y su estrategia de promoción de manera eficiente y efectiva. El sistema recolecta la información, evalúa el desempeño y lo compara con lo planificado.

Mientras mejor sea el sistema de monitoreo y evaluación, más efectiva y competitiva será la organización. Tener un buen sistema de monitoreo y evaluación empieza con desarrollar el sistema que sea más adecuado para tu organización.



- ✓ Página de Facebook
- ✓ Página de Instagram
- ✓ Perfil en Tripadvisor
- ✓ Página en Google MyBusiness (Google Map)

### 3-2-2 Redes sociales y público a fines

Tradicionalmente, una red social se ha definido como un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí, sea por temas comerciales, amistad, trabajo, parentesco, entre otros. Las redes sociales como nosotros las conocemos, permitieron que esos conjuntos de personas se encontraran en un entorno virtual, convirtiéndose en sitios digitales conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común.

Y es que, en sus comienzos, los sitios web solo permitían una comunicación unidireccional y muy poca interacción. Hoy, las redes sociales le dan el protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos conforman. Estos sitios facilitan la comunicación entre las personas, el intercambio de información (como fotos, videos y más) y les permiten conocer gente nueva, ampliando aún más su red.

Piensa en los grupos de amigos que tienes, sean de la universidad, del trabajo o tu familia. Cada uno de esos grupos es una red social que tienes. Parece poco cercano a como vemos las redes sociales actualmente ¿No es así? Aunque esta premisa continúa viva dentro de ellas. Al final, la principal función de una red social es **conectar personas dentro del mundo virtual**, sea para construir nuevas conexiones sociales o solo para mantener las existentes.

Es innegable el éxito alcanzado por las redes sociales que conocemos, como Facebook y WhatsApp. Difícilmente logramos imaginar nuestras interacciones sociales sin su presencia y eso muestra la fuerza de estas plataformas.

Dentro de ellas podemos destacar:



**1. Facebook:** La red social más utilizada tanto por hombres como mujeres de todas las edades, aunque es cierto que la actividad en ella es llevada a cabo por población más bien adulta. Las posibilidades que nos aporta Facebook ads a la hora de segmentar por edad, género, zona, aportan gran potencial de difusión para las campañas. Asimismo, su poder para crear eventos, grupos y por supuesto páginas, son el mayor atractivo de esta red.



**2. Instagram:** La App de moda. Allí se puede sacar partido en temas de relaciones y comunidad pues es el reino de influencers o instagramers y conlleva una carga visual significativa. Su público es más joven y desenfadado, por lo que no estaría muy indicado para públicos con perfiles muy serios. Las marcas de moda o artículos de belleza, joyería, productos personalizados son amigos de esta plataforma.



**3. Tripadvisor:** Se define como la plataforma de viajes más grande del mundo con 490 millones de viajeros mensuales, que les ayuda a realizar su viaje gracias a los más

de 760 millones de comentarios y opiniones que pueden consultar sobre alojamientos, restaurantes, experiencias, vuelos y cruceros.



**4. Google My business:** En cada ficha de Google My Business podrás ver un mapa que localiza tu negocio en una dirección determinada. Este mapa incluye varios botones que funcionan como call to action (llamados a la acción) para que tus clientes se contacten con la marca o visiten sus instalaciones. El hecho de tener una ficha en Google My Business con los detalles de tu negocio puede hacer que tu empresa destaque y convierta esas búsquedas en clientes. En Google se realizan 3,8 millones de búsquedas cada minuto

Para información más detallada sobre promoción digital, véase el manual de promoción digital para negocios comunitarios.

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Objetivos del TCS.....	0
Ilustración 2. Formato de evaluación de la intervención TCS.....	1
Ilustración 3. Ciclo del marketing.....	2
Ilustración 4 Relación de 4P y 4C de Marketing.....	3
Ilustración 5. Formato para Publicidad con el Uso de AIDMA.....	7
Ilustración 6. Resumen de Análisis 3C.....	9
Ilustración 7. Elaboración de guion.....	10
Ilustración 8. Ejemplo de guion.....	12
Ilustración 9. Formulario de reservas.....	20
Ilustración 10. Matriz de monitoreo y análisis de visitantes.....	21
Ilustración 11. Ejemplo cotización.....	25
Ilustración 12. Formato de factura.....	26
Ilustración 13. Control de visitación unidades productivas.....	28

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ejemplo representativo de las Cuatro "P".....	3
Tabla 2. Ejemplo descripción de actividades y responsables.....	17
Tabla 3. Formulario de ingresos de las unidades productivas.....	18
Tabla 4. Formas de pago.....	19
Tabla 5. Control de ingresos.....	19
Tabla 6. Control de gastos.....	19
Tabla 7. Formato del libro diario.....	21
Tabla 8. Formato de desembolso.....	23







## **Anexo 12**

### **Manual para la formación y el fortalecimiento de GT**



TURISMO  
COMUNITARIO  
SOSTENIBLE

# Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales

con base en la experiencia del Proyecto  
de Turismo Comunitario Sostenible.

Febrero de 2022



Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales con base en la experiencia del Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible

Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales con base en la experiencia del Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible

**Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales con base en la experiencia del Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible**

Elaborado por:  
**Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible basado en la Comunidad en la Región Norte**

Ministerio de Turismo (MITUR)  
Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)  
Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)  
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

República Dominicana

**Febrero de 2022**

**Tabla de contenido**

Acrónimos..... 6

**INTRODUCCIÓN** ..... 1

**Parte I. Organización de Gestión Territorial. Concepto general** ..... 3

Capítulo 1. Organización de Gestión de Destino (OGD) ..... 3

1.1 Definición de Organización Gestión de Destino (OGD) ..... 3

1.2 Funciones de las Organizaciones de Gestión de Destino..... 5

1.3 Puntualizaciones en torno al concepto de OGD ..... 5

Capítulo 2. Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana ..... 7

2.1 Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana..... 7

2.2 Evolución histórica de las organizaciones de desarrollo turístico de destinos 8

**Parte II. Grupos Territoriales (GT)** ..... 13

Capítulo 1: Definición y función de Grupo Territorial ..... 13

1.1 Definición del Grupo Territorial..... 13

1.2 Funciones del Grupo Territorial ..... 14

1.3 Etapas de evolución ..... 14

1.4 Componentes y roles ..... 15

1.5 Alcance territorial de los grupos territoriales ..... 16

1.6 Grupo territorial y cadena de valor ..... 18

Capítulo 2. Claves para la conformación y fortalecimiento de un grupo territorial .... 19

Capítulo 3. Metodologías para la conformación de los grupos territoriales ..... 34

3.1 Proceso de creación de un grupo territorial ..... 34

3.2 Explicación de los procesos..... 34

Capítulo 4. Rutas y circuitos: una forma de encadenamiento en el territorio ..... 45

4.1 Grupos territoriales y encadenamiento a través de rutas y circuitos ..... 45

4.2 Rutas temáticas..... 45

4.3 Circuitos temáticos ..... 46

4.4 Hacia la sostenibilidad de estos encadenamientos territoriales..... 48

4.5 Otros beneficios del encadenamiento productivo..... 49

**Parte III. Entidades gubernamentales aliadas** ..... 50

Capítulo 1: Importancia de las entidades gubernamentales ..... 50

Capítulo 2: Ministerio de Turismo (MITUR) ..... 50

2.1 Funciones del MITUR en los destinos turísticos ..... 50

2.2 Oficina de Gestión de Destino ..... 51

Capítulo 3. Otras entidades aliadas ..... 52

3.1 Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) ..... 52

3.2 Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD) ..... 53

3.3 Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Mimarena)..... 54

3.4 Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) ..... 54

3.5 Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC)..... 55

*Índice de tablas*..... 57

*Índice de ilustraciones*..... 57

*Referencias* ..... 58

**Acrónimos**

<b>Adepe</b>	Asociación para el Desarrollo de la Provincia Espaillat, INC
<b>Adelva</b>	Agencia de Desarrollo Económico Local de Valverde
<b>Adetda</b>	Agencia de Desarrollo Económico Territorial de Dajabón
<b>Amamiel</b>	Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel
<b>AHRB</b>	Asociación de Hoteles Romana-Bayahibe
<b>BID</b>	Banco Internacional de Desarrollo
<b>CNC</b>	Consejo Nacional de Competitividad
<b>CNOE</b>	Cibao Noroeste
<b>CDES</b>	Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago
<b>Codejan</b>	Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte
<b>DMO / OMD</b>	Destination Marketing Organization / Organización de Marketing de Destino
<b>DMO / OMD</b>	Destination Management Organization / Organización de Manejo de Destino
<b>EE.UU.</b>	Estados Unidos de América
<b>END</b>	Estrategia Nacional de Desarrollo
<b>FODA</b>	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
<b>GT</b>	Grupo Territorial
<b>Infotep</b>	Instituto de Formación Técnico Profesional
<b>ISO</b>	Organización Internacional de Normalización
<b>JICA</b>	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
<b>MAC</b>	Mapeo de Actores
<b>MITUR</b>	Ministerio de Turismo
<b>Mepyd</b>	Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo
<b>Mipyme</b>	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
<b>MICM</b>	Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes
<b>Mimarena</b>	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
<b>OGD</b>	Organización de Gestión de Destino
<b>OMT</b>	Organización Mundial del Turismo
<b>OPT</b>	Oficina de Promoción Turística
<b>ONG</b>	Organización No Gubernamental
<b>POT</b>	Plan de Ordenamiento Territorial
<b>TCS</b>	Turismo Comunitario Sostenible
<b>RD</b>	República Dominicana
<b>Turissopp</b>	Proyecto Turismo Sostenible Basado en la Participación Público-Privada para la Provincia de Puerto Plata
<b>UP</b>	Unidad Productiva
<b>UMPC</b>	Unidad Municipal para Patrimonio Comunitario

## INTRODUCCIÓN

Desde el 2016, el Ministerio de Turismo (MITUR), el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD), junto a la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) han implementado el **Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible basado en la Comunidad en la Región Norte (de ahora en adelante, Proyecto Turismo Comunitario Sostenible - TCS)**. El objetivo fundamental es fomentar la diversificación económica rural y la oferta turística en la República Dominicana.

Para estos fines se desarrolló la *Estrategia de fomento de Turismo Comunitario Sostenible (TCS) de la Región Norte de la República Dominicana* compuesta por seis estrategias.

Estrategia 1	Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecer los negocios turísticos utilizando los recursos locales.
Estrategia 2	Desarrollar las marcas territoriales para aumentar el valor de las comunidades locales.
Estrategia 3	Fortalecer la promoción para mejorar el posicionamiento de TCS en mercados estratégicos aprovechando las ventajas de las TIC.
Estrategia 4	Fortalecer el desarrollo de los recursos humanos para promover TCS en varios niveles.
Estrategia 5	Mejorar el mecanismo de apoyo y fortalecer la gobernanza.
Estrategia 6	Crear un ambiente seguro y mejorar la resiliencia del turismo.

Este manual corresponde a la estrategia 2: «Desarrollar las marcas territoriales para aumentar el valor de las comunidades locales», recoge la sistematización de las experiencias del Proyecto de TCS durante su implementación en la región del Cibao, impulsando el desarrollo turístico en el territorio por parte de la propia comunidad.

Es por tanto una guía, cuya intención es apoyar la continuidad de los esfuerzos realizados. Explicando y sistematizando los procesos seguidos para la articulación de los destinos turísticos y su desarrollo, potenciados por la participación de los actores locales y la conformación de los llamados **Grupos Territoriales (GT)**.

Va dirigido fundamentalmente a los técnicos y facilitadores en turismo, en planificación y gestión en desarrollo comunitario y otros, para que sean de su conocimiento las experiencias que, desde hace varios años, se están desarrollando en materia de gestión de espacios turísticos o destinos, junto al sector privado y las comunidades. Es una herramienta de orientación para el Ministerio de Turismo y sus funcionarios, en todo lo relativo a la articulación de los actores locales en los destinos a fin de integrarlos en los procesos de gestión. Puede, además, ser utilizado por la academia o el sector privado, para que, desde otro ámbito o posición, se entiendan los alcances y aproximaciones a la gestión del territorio y se conviertan en los catalizadores de la Organización de Gestión de Destino (OGD) en la República Dominicana.

Este texto busca ser de utilidad para que técnicos en turismo y otros interesados puedan impulsar la gestión de destinos desde una óptica abierta, participativa y horizontal en respuesta a las tendencias sociales del presente siglo y en respuesta a los mandatos institucionales del marco legal de la República Dominicana (Ley Orgánica 1-12 de Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 END 2030; Ley 176-07 del

Distrito Nacional y los Municipios).

Una primera parte de este documento, titulada «Organización de Gestión de Destinos», recoge los aspectos conceptuales internacionales relacionados a la gestión de destinos turísticos y las experiencias que en esta materia se han desarrollado en la República Dominicana. La segunda parte referida a los «Grupos Territoriales», presenta el grupo territorial como un modelo de organización local de gestión del territorio turístico, que se ha aplicado en áreas en proceso de desarrollo turístico y donde se comienza con la creación del valor territorial y de sus recursos. Un modelo introducido por el Proyecto TCS en las 14 provincias del Cibao. La tercera y última parte se refiere a las «Alianzas estratégicas» que plantea los lineamientos para la continuación de estas iniciativas promoviendo alianzas entre las diversas entidades del gobierno dominicano, así como con otras entidades del sector privado o de la cooperación internacional.

## Parte I. Organización de Gestión Territorial. Concepto general

### Capítulo 1. Organización de Gestión de Destino (OGD)

#### 1.1 Definición de Organización Gestión de Destino (OGD)

##### (1) Destino Turístico

Para entender lo que es una Organización de Gestión de Destino (OGD) debe partirse del concepto de **destino turístico** definido como:

«un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.» (Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2019, p.15)

Por su parte, el Instituto de Estudios Turísticos de España lo define como «el ámbito donde se realizan la mayor parte de las actividades de producción y consumo y donde se producen la mayoría de los efectos geográficos, económicos y culturales del turismo». (Barrado, 2004, p.45)

Existen interpretaciones del concepto y de acuerdo con el «Teoría de los Clústeres» de Michael Porter, lo cual consideran como un sistema, de gran complejidad porque sus eslabones pueden localizarse en cualquier lugar del planeta. Un clúster, desde la teoría de Porter, en cualquier sector productivo implica la existencia de empresas y de instituciones, pero también del «conjunto de relaciones y de cadenas de valor» que se establecen entre los agentes existentes (*Ibid*, p.53). Por tanto, de acuerdo con esta teoría un destino sería una relación sistémica entre una multitud de componentes, tanto de tipo sectorial como territorial.

- ✓ Los servicios prestados por empresas y negocios turísticos;
- ✓ Las relaciones entre esas empresas;
- ✓ La experiencia vacacional del turista;
- ✓ Las infraestructuras de acceso;
- ✓ Transporte junto al resto de los servicios e infraestructuras complementarias;
- ✓ Servicios de apoyo;
- ✓ Los recursos naturales y culturales;
- ✓ Las políticas institucionales, entre otras.

##### (2) ¿Qué es la Gestión de Destinos Turísticos?

La Gestión de un Destino Turístico debe partir de una visión holística e integral que va desde lo geográfico (el espacio); pasando por elementos de coordinación entre los actores vinculados a la cadena de valor; así como a elementos relacionados con la satisfacción y disfrute del turista en el destino; desarrollo de productos; monitoreo de indicadores de desarrollo sostenible; promoción, entre otros. Considerando además actividades que, siendo parte de la experiencia no se desarrollan propiamente en el espacio turístico (ejemplo: los procesos de comercialización que, en el siglo XXI, se están realizando, incluso vía aplicaciones de celular, en los más recónditos rincones del mundo).

La OGD es un sistema de coordinación público-privado, que posee la capacidad de decisión, con fundamento técnico y gestión ejecutiva de poder impulsar programas, proyectos y estrategias para el desarrollo de un territorio específico, con el objetivo de lograr una estructura formal de gestión y planificación de un destino turístico (Swisscontact, 2014, en: Larrea, 2020).

Este proceso de gestión puede ser desarrollado desde múltiples ámbitos, lo privado, lo público, lo público – privado – comunitario, contando cada modalidad con las características y funciones propias de cada sector.

El modelo de organización más utilizado, en la actualidad y a nivel mundial, en el ámbito de la gestión de destinos es la Organización de Gestión de Destino (OGD) que funge como ente articulador, coordinador, diseñador e implementador de estrategias y planificador del desarrollo del destino. Este esquema organizacional puede ser público, privado o mixto, siendo la fórmula adaptable a la realidad y necesidad socioeconómica – cultural de cada territorio.

Una estructura de OGD puede convertirse, en mediano o largo plazo, en la respuesta para el fomento del proceso de diversificación del turismo y sobre todo al desarrollo sostenible de la actividad turística en el país. Este modelo permite la participación amplia de los actores locales siguiendo procesos de planificación, articulación, y participación sistemática, visualizando el territorio como un todo.

Según la UWWTO una OGD es la principal entidad organizativa pudiendo formar parte de ella diversas autoridades, agentes y profesionales, y facilita las alianzas dentro del sector turístico con miras a un proyecto colectivo para el destino (2019, p.17)

Entre las características principales de las OGD podemos enunciar las siguientes:

- Liderazgo organizacional en un grupo público - privado a través de la participación de organismos gubernamentales, gremios del sector privado y empresarial y de la comunidad local.
- Utilización de herramientas e instrumentos de planificación desarrolladas de manera conjunta y con financiamiento a través de la coordinación de aportes del sector público y privado.
- Conformación de una estructura de gestión profesionalizada y orientada al cumplimiento de objetivos estratégicos, cooperación internacional, con aporte al desarrollo e investigación del territorio (Larrea, 2020).

##### (3) Beneficios de las OGD en los territorios turísticos.

Entre los beneficios territoriales de la implementación o desarrollo de una OGD se pueden considerar los siguientes:

- Crecimiento en la competitividad del destino y la zona.
- Apoyo al desarrollo de medianos y pequeños emprendimientos turísticos locales.
- Generación de sostenibilidad en el territorio turístico.
- Integración y participación de los actores locales en el manejo del desarrollo turístico del territorio en general.



## 1.2 Funciones de las Organizaciones de Gestión de Destino

Entre las funciones principales de las OGD dentro de un determinado territorio según la Organización Mundial del Turismo (2019), se incluyen las siguientes:

- La planificación estratégica.
- La formulación (o participación en el proceso de formulación) y aplicación de la política turística del destino.
- La inteligencia de mercados (recopilación y análisis de datos, estudios de mercado, entre otras.).
- El desarrollo de productos y negocios turísticos.
- La digitalización y la innovación.
- La supervisión.
- La gestión de crisis.
- La formación y el fortalecimiento de las capacidades (no solo de sus recursos humanos, sino también respecto a la prestación de actividades formativas y de fortalecimiento de las capacidades para los profesionales locales del turismo).
- La promoción, el marketing y la creación de marca.
- La financiación y el fomento de las inversiones.

Las OGD en la actualidad se han constituido como un instrumento eficaz para desarrollar un modelo de turismo responsable, generador de fuentes de empleo y divisas en un determinado territorio, su adecuado manejo dependerá de la capacidad de gestión por parte de los actores y sectores involucrados (Larrea, 2020).

## 1.3 Puntualizaciones en torno al concepto de OGD

Las Organizaciones de Gestión de Destinos (OGD) se traducen en inglés como *Destination Marketing/Management Organization (DMO)*. Aunque en español aún solo existe una denominación debido a que es un término relativamente nuevo, en inglés se podría diferenciar en dos tipos según su carácter de la organización.

A. *Destination MARKETING Organization* (Organización de Marketing de Destinos): enfocadas en el diseño y promoción de los productos turísticos y del territorio mismo.

B. *Destination MANAGEMENT Organization* (Organización de Manejo de Destino): cuyas siglas serían las mismas, pero cuyo alcance es mucho mayor dado que trabaja en los planes de ordenamiento, usos de suelo, reglamentaciones y políticas sectoriales, además de lo relacionado al desarrollo de productos y a la promoción.

A continuación, presentamos dos casos que sirven de ejemplo:

5

Tabla 1. Ejemplo de Destination Marketing Organization (DMO) enfocado en marketing

Caso de tipo A	Desde la perspectiva de <b>MARKETING</b> del territorio: San Agustín, Florida, Estados Unidos de América
	<p>Existe una OGD dinámica y vibrante en una pequeña ciudad histórica del siglo XVII, llamada San Agustín, que recibe más de 6.3 millones de turistas al año. San Agustín se localiza en el estado de Florida. La OGD articula todos los negocios que viven del turismo y los organiza para desplegar diversas actividades recreativas durante todo el año. Despliega importantes esfuerzos en el diseño de producto, su promoción e incluso comercialización. Un caso claro de <i>Destination Marketing Organization (DMO)</i> dedicada al <i>marketing</i> estratégico del territorio de San Agustín.</p> <p>Esta ciudad colonial, además de enfocarse en los aspectos de marketing del destino, continúa siendo parte del proceso de conservación del patrimonio histórico cultural, asume procesos de salud y trabaja en el ordenamiento del espacio turístico.</p> 

En este caso se observa la unión de esfuerzos de las empresas turísticas para impulsar la promoción del destino y el desarrollo de productos. Es una iniciativa claramente impulsada por el sector privado.

Tabla 2. Ejemplo de DMO bajo el precepto de MANEJO del territorio

Caso de tipo B	Desde la perspectiva de <b>MANEJO</b> del territorio: La Rioja, España
	<p>«Una empresa pública a través de la cual el Gobierno de La Rioja desarrolla su estrategia de promoción turística, la coordinación con los actores del sector turístico tanto públicos como privados, y el apoyo a la presencia del sector en eventos promocionales. LA RIOJA 360 GRADOS AVANZA, SOCIEDAD DE PROMOCIÓN DE LA RIOJA. S.A.U. tiene encomendada la realización de acciones de promoción y comercialización tendientes a la consolidación de la imagen de La Rioja como destino turístico, a fomentar el crecimiento de la demanda y a prestar apoyo al sector turístico empresarial».</p>

6



En este segundo caso se observa que el impulsor de la gestión de destinos es el gobierno, quien además tiene las funciones regulatorias y de mejora de las infraestructuras públicas del territorio (accesos y otros).

## Capítulo 2. Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana

### 2.1 Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana

En la experiencia dominicana, se ha visto el surgimiento de grupos locales que promueven el desarrollo turístico, con acciones similares a la de una OGD, pero no con sus mismos alcances.

La mayoría de estas organizaciones locales son entidades de carácter voluntario y no necesariamente con capacidades regulatorias ni técnicas como las OGD, pero pueden apoyar procesos en el diseño de productos turísticos e impulsar acciones de diversa índole como soporte al proceso de desarrollo de un destino.

Entre estas organizaciones podemos citar a los clústeres turísticos, consejos de desarrollo, agencias de desarrollo y grupos territoriales. En este capítulo, se introducen los clústeres turísticos, consejos y agencias de desarrollo, y en la Parte II, se presenta el Grupo Territorial, enfoque del presente manual.

Es menester señalar que los párrafos subsiguientes reflejan un proceso histórico, de maduración y aprendizaje, con luces y sombras, pero con importantes aportes al desarrollo de destinos turísticos emergentes en el país. Así este proceso histórico se inicia con los clústeres turísticos como se verá a continuación.

7

## 2.2 Evolución histórica de las organizaciones de desarrollo turístico de destinos

### (1) Clústeres turísticos

Durante muchos años ha sido intuitiva la necesidad de atender los espacios y entornos turísticos en la República Dominicana, teniendo este proceso, mayor o menor éxito. Desde la construcción del complejo de Playa Dorada, en los años 70, en Puerto Plata, se adelantó un primer esfuerzo de gestión de un espacio turístico colectivo, allí se crearon espacios comunes a una serie de empresas hoteleras que funcionaban bajo la administración de la Asociación de Hoteles de Playa Dorada, aún opera, pero bajo un esquema ligeramente diferente.

Posteriormente, en la primera década de este siglo, los hoteleros de la zona de Bayahibe vieron la necesidad de ir más allá de la gestión de un complejo hotelero (como en el caso de Playa Dorada) y empezaron a considerar espacios comunitarios e incluso las áreas protegidas circundantes como parte de la zona de influencia de la actividad turística. Con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), surge el Proyecto Modelo de Gestión Turística de Bayahibe, implementado con el apoyo de la Asociación de Hoteles Romana-Bayahibe. Puede decirse que este es el primer ejemplo formal de gestión de destinos en la República Dominicana, que surge en el 2005.

Este modelo, sin embargo, no contó con el debido respaldo del sector público, produciéndose un crecimiento expansivo y descontrolado que está impactando en la actualidad el territorio. Lo cual refuerza el hecho de que las OGD mixtas, deben incluir al sector público por contar con las capacidades de control, regulación y ordenamiento en el destino turístico; de no ser así, los esfuerzos del sector privado pueden diluirse con el paso del tiempo.

Siguiendo con el repaso histórico, en la primera década del presente siglo XXI, la USAID inició la promoción del modelo clúster como mesas de diálogo, público-privadas para el desarrollo de la cadena de valor de los sectores agrícolas y turísticos, siguiendo los planteamientos de Michael Porter. Se impulsaron los conceptos de gestión de destinos con la esperanza de que los mismos fueran asumidos por estos clústeres turísticos. Sin embargo, esto no llegó a cuajar en plenitud, fundamentalmente por el desconocimiento de los alcances del concepto.

En esa primera década el concepto de OGD era novedoso y suponía conocimientos múltiples de gestión de destinos a los que aún no se llegaba. Puerto Plata logró impulsar diversas iniciativas tales como el rescate del centro histórico, atracción de nuevas inversiones turísticas (como el Puerto de Amber Cove) entre otros a través de su clúster turístico con el apoyo del Ministerio de Turismo y el gobierno dominicano. Los demás esfuerzos respondían a la necesidad de un rescate del turismo en este destino que evidenció un desplome severo de la llegada de visitantes a principio de la primera década del año 2000.

En esta primera etapa surgieron los clústeres de Romana-Bayahibe, Constanza, Puerto Plata, Jarabacoa y Barahona. En la actualidad existen numerosos clústeres turísticos por toda la geografía nacional, tal como se enlistan a continuación:

8

Tabla 3. Listado clústeres turísticos de la República Dominicana reconocidas por Consejo Nacional de Competitividad (CNC)

Nombre del clúster	Categoría	Composición
<b>Región Cibao</b>		
1 Clúster Turístico de Puerto Plata	Provincial	Privado
2 Clúster Turístico de Samaná	Provincial	Privado
3 Clúster Turístico de Montecristi	Provincial	Privado
4 Clúster Turístico Destino Santiago	Provincial	Privado
5 Clúster Turístico de Espaillat	Provincial	Privado
6 Clúster Turístico de Jarabacoa	Municipal	Privado
7 Clúster Turístico de Constanza	Municipal	Privado
8 Clúster Turístico de Bonao	Provincial	Privado
<b>Región Sur</b>		
9 Clúster Turístico de Pedernales	Provincial	Privado
10 Clúster Turístico de Barahona	Provincial	Privado
11 Clúster Turístico de Peravia	Provincial	Privado
12 Clúster Turístico de San José de Ocoa	Provincial	Privado
<b>Región Sureste</b>		
13 Clúster Turístico de Santo Domingo	Provincial	Privado
14 Clúster Turístico de Monte Plata	Provincial	Privado
15 Clúster Turístico de Romana – Bayahibe	Municipal	Privado

Hoy, en la segunda década del siglo XXI, se evidencia un creciente interés por la gestión de los destinos turísticos, surgiendo a lo largo del territorio nacional diversas iniciativas que aparecen de forma espontánea o que vienen siendo impulsadas por agentes externos de cooperación, como ya se citó previamente en el presente documento.

Los clústeres turísticos empezaron a surgir en el 2001 y aún están vigentes, con luces y sombras; avances y logros importantes (como el de Puerto Plata o Barahona) o exiguos resultados, estos no dejan de ser valiosos ejercicios de articulación social. Muchas han sido las causas de estas diferenciadas ejecuciones; una de ellas son los liderazgos viciados por agendas poco integradoras, poco participativas, casi podría decirse autocráticas y personales. Esto evidentemente afecta el clima de confianza e integración. Su aparición en el ámbito local permanece pues traducen oportunidades para impulsar sectores productivos, articulando y poniendo de acuerdo a los eslabones de la cadena de valor.

Los esfuerzos realizados hasta ahora en la conformación de clústeres en apoyo al desarrollo turístico local, son muy valiosos para la participación social en los espacios rurales del país y el empoderamiento social que van más allá de mandatos centralizados del gobierno central a lo local.

Estos procesos han permitido al país cumplir con los lineamientos de agendas locales participativas establecidos en la Estrategia Nacional de Desarrollo (END 2030, Ley 1-12) y la Ley 176-07 de Municipios. En ambos cuerpos legales se motiva a que la ciudadanía asuma compromisos y participe en los procesos de desarrollo de sus propias comunidades.

Estas organizaciones han servido como caldo de cultivo para apoyar estos mandatos legales de integración social y, sin lugar a duda, han supuesto un aporte invaluable para la República Dominicana, al margen de los resultados. A continuación, un ejemplo de estas organizaciones y sus aportes al destino:

Tabla 4. Aportes al destino por parte de los clústeres

Buenas prácticas	Clúster Turístico de Puerto Plata y su articulación social en beneficio del turismo
	<p>En octubre del año 2015, la Corporación Carnival inició las operaciones del puerto Amber Cove en Puerto Plata. Esto supondría la llegada de miles de cruceristas a la costa atlántica del país que visitan este hermoso destino en busca de experiencias, actividades, compras, entre otros. El destino Puerto Plata tuvo que organizarse y organizar a los eslabones de la cadena de valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Taxistas:</b> pues proveen el servicio de traslados / transporte a diversos puntos del territorio.</li> <li>✓ <b>Artesanos y vendedores de artesanía:</b> para que promuevan la venta de productos artesanales locales, siendo transparentes en sus precios.</li> <li>✓ <b>Restaurantes y servicios de alimentos y bebidas:</b> para que redoblaran sus esfuerzos en el manejo inocuo de alimentos.</li> <li>✓ <b>Guías turísticos:</b> para que ofrezcan excursiones con interpretación veraz y la mejor atención al cliente.</li> <li>✓ <b>Puntos experienciales</b> (ej. Saltos de Damajagua): para que fueran rigurosos en las medidas de seguridad y la calidad del servicio.</li> <li>✓ <b>Autoridades locales:</b> para que adecuen el ornato y limpieza pública del territorio.</li> <li>✓ <b>Policía Turística:</b> para que garantizase mayores niveles de seguridad ciudadana y además orientar al visitante.</li> <li>✓ <b>El Gobierno</b> impulsó mejoras de infraestructura importantes en el territorio.</li> <li>✓ <b>La cooperación japonesa (JICA)</b> apoyó la diversificación de la oferta turística con los Proyectos TURISOOP y TCS.</li> <li>✓ <b>El sector hotelero</b> mejoró su planta hotelera, entre otras.</li> </ul> <p>Esta articulación fue liderada por el clúster turístico junto a las autoridades del Ministerio de Turismo. Esta alianza y esfuerzos dieron como resultado un repunte importante de las visitas, un incremento del gasto promedio y, sobre todo, el inicio de un florecimiento de la economía local, así como elevados niveles de satisfacción por parte de los excursionistas y de la empresa CARNIVAL.</p> <p>Se observa en este ejemplo como una organización de apoyo al desarrollo turístico. El Clúster Turístico de Puerto Plata une esfuerzos con la comunidad y el sector público para impulsar acciones conjuntas que redundaron en un mejor desempeño de la actividad turística de la provincia, en beneficio de todos.</p>

## (2) Consejos para el Desarrollo

Hay una modalidad de apoyo al desarrollo local denominada Consejo de Desarrollo Ecoturístico. En el Cibao Sur, dos provincias han sido declaradas como «Provincia Ecoturística» y han sido formados estos consejos. Una es Monseñor Nouel, bajo la Ley No. 195-04 del Congreso Nacional en 2004 y la otra es Juan Sánchez Ramírez, bajo la Ley No. 40-08 del mismo.

Los dos consejos tienen función de ser entidad rectora de la promoción y regulación de las actividades ecoturísticas en la provincia y contribuir con el desarrollo de los proyectos ecoturísticos existente estimulando el florecimiento de los nuevos proyectos ecoturísticos. Conformados por gobernadores, senadores, representantes del Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente, de colegios, de iglesias, entre otros, cuenta con un fondo de entidades gubernamentales, como el Ministerio de Turismo.

Otro ejemplo destacado es el Consejo de Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES). A continuación, se explican brevemente algunos detalles de interés sobre el CDES.

Tabla 5. Consejo de Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES).

Caso	Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES)
	<p>Son destacables y loables los esfuerzos del <b>Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago</b> que surge en la década de los 70 como un proceso de articulación social de los ciudadanos para promover el desarrollo sociocultural y ambiental de la llamada Ciudad Corazón.</p> <p>Es el primer municipio en tener un plan estratégico formal a nivel nacional, que no necesariamente se enfoca en el desarrollo turístico, sino en el desarrollo local. Es una entidad y un plan político, enfocado y modélico para todo el país, que evidencia la integración de las principales fuerzas sociales y empresariales de Santiago.</p> <p>Es por demás interesante citar la VISIÓN 2030 que tiene Santiago: «al 2030, que Santiago sea una metrópolis ordenada que reconquista el río Yaque con una transformación urbana protectora del agua que se adapta al cambio climático; impulsada por una ciudadanía empoderada con empleos formales y viviendas habitables, robustecida como alma cultural y chispa productiva de bienes y servicios de calidad exportable, generados con energías renovables y promotores de inclusión social y equidad de género.»</p>

## (3) Agencia de Desarrollo Económico Local

Una agencia de desarrollo económico local es una plataforma conformada de forma legal como una asociación sin fines de lucro y actúa como un mecanismo a través del cual los actores locales planifican y activan, de manera compartida, iniciativas para el desarrollo económico territorial; identifican los instrumentos más convenientes para su realización. Todo esto a través de un sistema coherente de apoyo técnico y financiero.

Promueven de forma participativa y concertada el desarrollo territorial aprovechando el potencial endógeno para mejorar la calidad de vida bajo el enfoque del desarrollo humano y sostenible. Con un enfoque empresarial gestionan (planifican, coordinan, ejecutan y evalúan) el desarrollo económico territorial. Es un mecanismo interinstitucional que promueve la articulación de los actores institucionales (público, privados y sociales).

Entre algunos ejemplos se citan:

- ✓ Agencia de Desarrollo Económico Local en la provincia de Dajabón (Adetda).
- ✓ Agencia de Desarrollo Económico Local de Valverde (Adelva).

En el Proyecto de TCS, estas agencias forman parte del grupo territorial de su provincia y apoyan las iniciativas de desarrollo turístico en sus provincias.

## Parte II. Grupos Territoriales (GT)

El Proyecto Turismo Comunitario Sostenible (TCS), en aras de promover la articulación social e impulsar acciones de desarrollo turístico local en los territorios a través de sus órganos, diseña e implementa los llamados Grupos Territoriales (GT):

### Capítulo 1: Definición y función de Grupo Territorial

#### 1.1 Definición del Grupo Territorial

Un Grupo Territorial es una entidad organizacional de gestión territorial que tiene visión de desarrollo comunitario de su territorio a través de actividades del TCS. Es una organización social y comunitaria que surge, fundamentalmente, donde no hay articulación de los actores locales, ni tampoco de los eslabones del sistema turístico, pues se trata de destinos emergentes como los del Cibao Noroeste.

Para formar este grupo, se pueden utilizar como base o núcleo las organizaciones existentes y activas en el territorio con las que se puede trabajar una agenda de desarrollo turístico sostenible; estas pueden ser consejos de desarrollo, cámaras de comercio, asociaciones de productores, agencias de desarrollo local, entre otros. Se trata de fortalecerlas para que asuman la función de grupo territorial.

Este grupo está conformado por actores que representan a grupos comunitarios, gobiernos locales, oficinas regionales o municipales de las entidades gubernamentales, empresas privadas y Organización No Gubernamental (ONG) que comparten una visión de desarrollo sostenible a través de la actividad del turismo comunitario y que tienen una responsabilidad ética y moral para con el desarrollo de su comunidad. Tienen, además, carácter voluntario y funcionan sin ningún tipo de interés pecuniario.

Son grupos de personas que se organizan a distintos niveles (distrital, municipal, provincial, subregional, entre otros), para impulsar acciones de desarrollo del turismo en sus territorios.

Con los grupos territoriales se busca la integración social, la participación de los actores locales, poniendo en valor sus potencialidades, rescatando su patrimonio cultural y natural, pero, sobre todo, elevando el orgullo por su propio territorio, su cultura, sus tradiciones y su naturaleza.

Hay que destacar también los esfuerzos por promover en las distintas localidades el concepto de «Buen Vivir» y la relación armónica entre los ciudadanos. A través de la implementación de actividades turísticas se busca generar ese empoderamiento, aumentar el valor del territorio, brindar calidad de vida y felicidad a los locales con la proyección a ser parte de la Organización de Gestión de Destino en un futuro.

#### 1.2 Funciones del Grupo Territorial

Cada Grupo Territorial tiene, entre sus alcances las siguientes funciones:

- Impulsar la **articulación** del territorio.
- Ser **enlace** entre organizaciones externas y los comunitarios.
- Identificar las **oportunidades** y los **recursos locales** (humanos, financieros, naturales, culturales, entre otros) para el desarrollo de productos y turismo.
- Identificar los problemas que afectan al desarrollo del turismo local y, así mismo, buscar soluciones (ej. accesos, seguridad, información, promoción, medioambiente, calidad de servicios, entre otras.).
- Definir una **visión común** bajo el lineamiento de turismo comunitario sostenible.
- Apoyar los procesos de **formación y fortalecimiento de las unidades productivas**.
- Implementar acciones con iniciativas propias integrando la participación social
  - Desarrollo de productos y servicios turísticos con una participación comunitaria directa
  - Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos con una participación comunitaria directa
  - Proponer rutas y excursiones, combinando varios productos y servicios turísticos
  - Proponer y desarrollar «marcas territoriales»
- **Gestionar alianzas estratégicas** y apoyos para proyectos locales.

Es menester indicar que existen funciones que un grupo territorial no puede ejecutar y son aquellas que deben ser realizadas por las entidades oficiales llamadas a regular y a establecer lineamientos de desarrollo al turismo. En este caso sería el Ministerio de Turismo el órgano llamado a establecer los normas del desarrollo turístico en el territorio.

La labor del GT sería evidenciar la necesidad de regulaciones o el incumplimiento de las mismas para que las autoridades tomen las medidas pertinentes, así como acciones para promover el desarrollo turístico.

#### 1.3 Etapas de evolución

El grupo territorial, como se ha mencionado anteriormente, puede llegar a ser una Organización de Gestión de Destino desde la perspectiva de **MARKETING** (recordar ejemplo de San Agustín como *Destination Marketing Organization*), en su territorio, pero hay ciertas etapas por las que debe pasar. Es recomendable identificar la etapa en que se encuentra el grupo territorial y según su etapa, variarse la intervención.

A continuación, se muestra un ejemplo de la etapa que se manejó en el Proyecto de TCS.



Ilustración 1. Etapa de desarrollo de organización: TCS en la República Dominicana

#### 1.4 Componentes y roles

Se sugiere que el grupo territorial sea conformado por actores locales público — privado. Los actores locales podrían ser representantes de grupos comunitarios, gobiernos locales, oficinas regionales o municipales de los organismos gubernamentales, empresas privadas, ONG, entre otros.

A continuación, se presentan posibles actores y roles que podrían jugar según su característica organizativa.

Tabla 6. Cuadro comparativo de funciones y alcances del sector público y privado dentro de un grupo territorial

	Sector público	Sector privado
<b>Actor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gobiernos locales</li> <li>✓ Ministerios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades productivas</li> <li>✓ Gremios sectoriales</li> <li>✓ Asociaciones</li> <li>✓ Cámaras de comercio</li> <li>✓ Agencias de desarrollo</li> </ul>
<b>Importancia</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Garantiza la creación de políticas públicas en apoyo a la gestión de destino.</li> <li>2. Impulsa la aplicación de leyes y normativas.</li> <li>3. Atracción de inversión.</li> <li>4. Regularización y permisología.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Garantiza la sostenibilidad y continuidad.</li> <li>2. Invierte en negocios turísticos.</li> <li>3. Mueve la economía con el consumo de productos locales.</li> <li>4. Crea empleo.</li> <li>5. Promoción.</li> </ol>

	5. Desarrollo de infraestructura pública (accesos, acueductos, entre otras.)	
	6. Manejo de residuos, entre otros.	
	7. Promoción.	
<b>Roles</b>	El sector público tiene el rol regulador y planificador del desarrollo turístico en un territorio. Crea la plataforma para la inversión privada.	El sector privado invierte en estructuras de negocios turístico. Mueve la dinámica económica activando la cadena de valor. (Elaboración propia)

#### 1.5 Alcance territorial de los grupos territoriales

Los grupos territoriales pueden estar organizados en base a diferentes parámetros, con escalas y naturalezas distintas, pudiendo estar integrados por entidades de los siguientes niveles:

1	Distrital
2	Municipal
3	Provincial
4	Subregional
5	Intermunicipal
6	Interprovincial
7	Otros

En el caso del Proyecto TCS, se han reconocido 4 tipos de alcance en las 4 subregiones.

Tabla 7. Grupo territorial del Proyecto TCS (subregiones y nivel de alcance territorial)

Subregión	Subregional	Provincial	Municipal	Distrital
CNOE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GR-Cibao Noroeste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GT Santiago Rodríguez</li> <li>• GT Dajabón</li> <li>• GT Valverde</li> <li>• GT Montecristi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GT Monción</li> </ul>	
CN		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa de Turismo Provincial Espailat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• UMPC Guanatico</li> <li>• Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte (Codejan)</li> <li>• Mesa Municipal de Río San Juan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• UMPC VYP (interdistrital)</li> </ul>
CNE				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo de Desarrollo de</li> </ul>

CS	• Grupo técnico de Cibao Sur	• Consejo de Desarrollo Ecoturístico Sánchez Ramírez • Consejo de Desarrollo Ecoturístico Monseñor Nouel	• Clúster de Constanza	Turismo Sostenible de Las Galeras (Contugall)

Tabla 8. Listado de grupos territoriales y grupos sub regionales en la región Norte

	Nombre del grupo territorial	Alcance	Provincia	Municipio/ Distrito
<b>Grupos territoriales</b>				
<b>Cibao Noroeste (CNOE)</b>				
1	Grupo Territorial de Dajabón (Clúster Turístico de Dajabón)	Provincial	Dajabón	
2	Grupo Territorial de Santiago Rodríguez (Clúster Turístico de Santiago Rodríguez)	Provincial	Santiago Rodríguez	
3	Grupo municipal de Monción (Anfitriones de Monción)	Municipal	Santiago Rodríguez	Monción
4	Grupo Territorial de Valverde (Clúster Turístico de Valverde)	Provincial	Valverde	
5	Grupo Territorial de Montecristi (Clúster Turístico de Montecristi)	Provincial	Montecristi	
<b>Cibao Norte (CN)</b>				
6	UMPC Guanatico	Municipal	Puerto Plata	Guanatico
7	UMPC VYP	Interdistrital	Puerto Plata, Santiago	Villa Montellano, Yásica, Pedro García
8	Consejo de Desarrollo Turístico de Jamao al Norte (Codejan)	Municipal	Españillat	Jamao al Norte
9	Asociación para el Desarrollo de la Provincia Españillat, Inc. (Adepe)	Provincial	Españillat	
<b>Cibao Nordeste (CNE)</b>				
10	Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de Las Galeras (Contugall)	Distrital	Samaná	Las Galeras
11	Mesa Municipal de Río San Juan	Municipal	María Trinidad Sánchez	Río San Juan
<b>Cibao Sur (CS)</b>				
12	Consejo de desarrollo Ecoturístico Sánchez Ramírez	Provincial	Sánchez Ramírez	

13	Consejo de desarrollo Ecoturístico Monseñor Nouel	Provincial	Monseñor Nouel	
14	Clúster de Constanza	Municipal	La Vega	Constanza
<b>Grupos subregionales</b>				
15	Grupo Subregional de Cibao Noroeste	Subregional	Valverde, Santiago Rodríguez, Dajabón, Montecristi	
16	Grupo de trabajo regional de Cibao Sur	Subregional	Sánchez Ramírez, Monseñor Nouel, La Vega	

### 1.6 Grupo territorial y cadena de valor

El sistema turístico es complejo pues está compuesto por numerosos productos/servicios que se elaboran para conformar la llamada cadena de valor. Para el buen desempeño de un territorio turístico debe existir, de alguna manera, una buena relación entre los actores que son parte de esta cadena de valor, pues si el turismo va bien, impacta a todos positivamente, pero si va mal, los afecta a todos por igual. Así pues debe haber un esfuerzo individual y colectivo, para impulsar un desarrollo turístico seguro, competitivo, eficiente e innovador, con la participación y representación de todos los subsectores.

Los esfuerzos del Proyecto TCS apoyaron el impulso para el surgimiento de grupos territoriales intentando enlazar a los distintos eslabones de la cadena de valor del turismo. Esto es un proceso que aún continúa y que se ha ralentizado debido fundamentalmente a que este modelo se aplica en destinos emergentes donde aún los eslabones de la cadena pueden no existir o ser muy incipientes. (Ej. El servicio de alojamiento en Dajabón es limitado y debe mejorar substancialmente la calidad del servicio).

## Capítulo 2. Claves para la conformación y fortalecimiento de un grupo territorial

A través de la implementación del proyecto TCS en las 14 provincias del Cibao Norte, se han identificado siete aspectos, cada uno con diversas claves, vitales para la conformación y fortalecimiento de los grupos territoriales.

Tabla 9. Aspectos y claves para la conformación y fortalecimiento de los grupos territoriales.

Aspecto	Claves
1 Composición del grupo	1-1: Considerar la participación mixta, público-privada 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla
2 Alcance territorial	2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio
3 Desarrollo de productos y servicios	3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que se destaca en el territorio 3-2: Crear una marca local que se identifique y fomenta el orgullo 3-3: Considerar cadena de valor
4 Liderazgo	4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria y tipo facilitador
5 Diseño de estrategia	5-1: Crear un plan estratégico, con una visión y dirección real, clara, compatible 5-2: Realizar monitoreo y evaluación
6 Capacitación	6-1: Fortalecer la capacidad local
7 Alianzas estratégicas	7-1: Identificar y crear alianzas estratégicas con diferentes entidades

A continuación, se presenta una breve explicación de cada clave.

### Aspecto 1: Composición del grupo

#### Clave 1-1: Considerar la participación mixta, público-privada

La composición del Grupo Territorial idónea debe contar con una representación mixta de los sectores, tanto público como privado, dado que los alcances de cada uno son complementarios; esta composición mejorará sin dudas el cumplimiento de las funciones del GT.

Para poder lograr una articulación representativa y efectiva, es importante identificar bien a los actores que existen en el territorio. Una de las metodologías es el Mapeo de Actores que se presentará posteriormente.

En este ejercicio es también importante la identificación de los eslabones vinculados a la cadena de valor del turismo existentes en el territorio, para garantizar una participación horizontal de la estructura de encadenamiento turístico.

A continuación, se presenta una buena práctica de la clave.

Tabla 10. Ejemplo Clave 1-1: Considerar la participación mixta, público-privada

Buenas prácticas	Alianza público-privada Clúster Turístico de Puerto Plata
	El polo turístico de Puerto Plata fue uno de los primeros en el país en desarrollar el modelo de «All inclusive» y turismo de masas. Fue un modelo exitoso en los años 80 y 90, pero, a principios de la primera década del nuevo siglo, empezó un declive vertiginoso de las ocupaciones hoteleras. El destino entró en crisis. Para poder salvar la situación se hizo una alianza estratégica público-privada donde los empresarios del destino junto con el Estado iniciaron una serie de procesos de mejoras en el territorio en aras de hacerlo más competitivo.
	Iniciativas tales como el rescate del centro histórico, inversión en accesos viales y marítimos (Puerto de Amber Cove), diversificación de la oferta (Proyecto TURISOOP y TCS), turismo cultural, entre otros, fueron parte de los procesos de mejora y rescate.
	A pesar de que repuntar y rescatar la imagen de destinos es un proceso complejo y de medio a largo plazo, los resultados de esta alianza estratégica público-privada permitieron evidenciar señales de mejora progresivas.
	Por un lado, el sector privado invirtió en mejorar las estructuras hoteleras, nuevas inversiones, entre otros; el sector público mejoró las infraestructuras y apoyó la promoción del territorio.
	El clúster turístico fue el ente articulador del sector privado y la mesa de diálogo para la toma de decisiones que permitió la reingeniería del turismo en la provincia.
	Logro: una alianza con plan de trabajo conjunto que supuso mejoras en el territorio que supuso mejora en el clima de negocio y número de visitantes.

Se han evidenciado debilidades cuando la composición de los GT no es mixta, sino que parte exclusivamente del gobierno local y es esta entidad quien asume el control y el liderazgo completo de los procesos. Esta estructura es débil porque los gobiernos no son entes permanentes sino cambiantes debido a los procesos políticos. La falta de planes estratégicos de largo plazo y los cambios que se producen con la rotación de funcionarios, pueden afectar el buen desempeño de los procesos de desarrollo a medio — largo plazo. A continuación, un caso de estudio que refleja claramente esta realidad.

Tabla 11. Caso UMPC-Sosúa

Caso	Cambio de gobierno afectando la continuidad del grupo UMPC-Sosúa
	La Unidad Municipal de Patrimonio Comunitario (UMPC) de Sosúa estuvo liderada en sus orígenes por el ayuntamiento del territorio. El gobierno local de entonces contaba con una líder, empoderada, visionaria que asumió los procesos de integración importantes y desarrolló programas culturales locales basados en la identidad del destino. La alcaldesa evidenció características muy positivas, logrando desde su posición avances importantes para Sosúa.



Desde esta gestión se lograron importantes impulsos a la gastronomía local junto a la internacional destacando la multiculturalidad del territorio como principal característica.

Sin embargo, las alcaldías como gobiernos locales están condicionadas por procesos políticos que suponen cambios continuos. A esto se suma la debilidad institucional del país donde el seguimiento a planes de largo plazo no es muy común y, desde el presidente hasta el último funcionario del Estado, asume posiciones y deja de lado los avances previos realizados por los funcionarios anteriores.

Esto sucedió en Sosúa. La salida de la alcaldesa de su posición pública supuso la paralización de la UMPC y de sus planes de trabajo. No fue posible el traspaso de liderazgo a otra persona ni a otra entidad. El liderazgo que parte del Gobierno local debe estar preparado para la formación y fortalecimiento de relevos que permitan la continuidad de los procesos.

Resultado: se rompe y detiene el proceso de integración para el desarrollo por la imposibilidad de detectar relevos al liderazgo que pudo haberse previsto y buscado, no solo desde el ayuntamiento sino también desde el sector privado y comunitario.

**Clave 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo**

Una de las claves aprendidas es la necesidad de identificar a los actores que tengan una vinculación o interés por la promoción de la actividad turística y que por ende le resulte importante ser parte del GT.

- ✓ Los beneficiarios directos son las empresas turísticas tales como alojamientos, restaurantes, asociaciones productivas de productos y servicios consumibles por el turismo, paradas, entre otras.
- ✓ Los beneficiarios indirectos son aquellas entidades que se beneficiarían de la actividad turística tangencialmente: ej. productores agropecuarios que suplen productos a restaurantes y hoteles.

Si estos productores desarrollan, como parte de su actividad productiva, una adecuación o mejora para crear una experiencia turística, entonces pasan a ser beneficiarios directos: ej. productores de miel crean la Ruta Turística de la Miel.

El funcionamiento del turismo impacta a todos en su crecimiento económico. Por ende, a todos les interesa impulsar estas iniciativas locales, pero no todos los actores, directos e indirectos, tienen los mismos niveles de compromiso o entendimiento de estos procesos, pues se trata de actividades voluntarias que podrían restar tiempo a sus propios programas empresariales.

Cuando se logra una verdadera integración de los actores, beneficiarios del turismo directos e indirectos, se genera un efecto de impacto global en la comunidad que provoca un mayor impulso y cataliza el desarrollo. A continuación, se presenta una buena práctica.

Tabla 12. Ejemplo Clave 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo

**Integración comunitaria como parte del proceso de desarrollo local Consejo de Desarrollo de Jamao al Norte (CODEJAN), Espaillat**

El CODEJAN es una organización sin fines de lucro, que surge a instancias de los jóvenes del territorio, con la finalidad de proteger los recursos naturales de Jamao al Norte, al darse cuenta de las potencialidades de estos recursos naturales, cuya puesta en valor adecuada los podrían convertir en atractivos turísticos con oportunidades económicas para la comunidad. Por lo anterior, surge Jamao Ecotours, como un operador receptivo del municipio que ofrece actividades y aventura, entre las que se citan, senderismo, rapell, kayak.

Esta iniciativa, al ser una empresa turística local, formada por jóvenes locales que deseaban apoyar el desarrollo de su comunidad, ha recibido el apoyo y soporte de toda la comunidad y del gobierno local. Con muy buenos niveles de organización, transparencia, liderazgo y muchas capacitaciones, esta es una empresa que ha recibido premios internacionales y locales, así como múltiples apoyos.

CODEJAN y Jamao Ecotours son entidades hermanas, una es una ONG y la otra es una empresa turística. Ambas integran a la comunidad y conforman una red de conservación a través del negocio turístico. La red de proveedores es 100% local y los beneficios del turismo se distribuyen con equidad entre todos los miembros de la comunidad.

Es una cadena de valor local que ha logrado posicionar a Jamao al Norte como un destino de experiencias en la naturaleza, un territorio que antes era desconocido para los mismos dominicanos.

El liderazgo participativo promueve la integración social y el éxito de poder demostrar que el turismo comunitario es un aliado de la conservación de los recursos naturales como uno de los principales activos de la comunidad. Otra lección aprendida es que la iniciativa parte de los jóvenes locales que crecieron juntos y se conocen desde la infancia. Estos jóvenes tuvieron la visión de formarse tanto a nivel técnico como superior.

Logro: la conformación de una cadena de valor integrada por servicios y productos 100% locales.



Ilustración 2. Esquema del grupo territorial e integración comunitaria de CODEJAN

**Clave 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla**

Cuando se forma un grupo, es recomendable identificar una organización o institución ya establecida y fortalecida, y considerarlo como clave o ancla del grupo. Al formar grupos basados en estas organizaciones clave, se puede aprovechar sus recursos humanos y presupuestos, lo que hace más eficiente la formación de grupos.

Tabla 13. Ejemplo Clave 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla

**Buenas prácticas Grupo territorial que surge a partir de un grupo ancla Grupo Territorial de Dajabón: Asociación de Apicultores La Fronteriza**

Dajabón es una provincia fronteriza que no había tenido oportunidades con el turismo, hasta el momento. Gracias a los procesos de levantamiento de información se detecta que la producción de miel es una fortaleza. A raíz de este hallazgo, se inicia un proceso de diálogo con los apicultores, organizados previamente y con mucha motivación y orgullo por su producto. La organización es: la Asociación de Apicultores La Fronteriza.



Se les propuso trabajar un producto turístico que partiese de la producción de miel y que supusiera un valor agregado a la apicultura. Se inició así el proceso para el diseño e implementación de la Ruta de la Miel.

A partir de ese momento otros grupos se integran y surgen, no solo vinculados a la miel como el caso de la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (Amamiel), sino empresarios locales e incluso el gobierno local.

El grupo ancla que impulsó el proceso del Grupo del Territorio fueron los apicultores quienes exitosamente dieron el primer paso. No siempre los grupos ancla deben ser del sector turístico, sino simplemente motores que movilizan el proceso.

Logro: se crea La Ruta de la Miel con integración de otros eslabones de la cadena de valor del turismo de Dajabón que permitieron fortalecer el GT.

**Aspecto 2: Áreas geográficas de influencia de los Grupos del Territorio**

**Clave 2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado**

Un grupo territorial se podría formar a diferentes niveles/escalas geográficas. Podría ser de nivel distrital, municipal, provincial, regional o intermunicipal, de hecho, no siempre hay que considerar la división política territorial. Lo importante es identificar bien en cual nivel/escala del territorio es adecuado para que se pueda cohesionar un Grupo Territorial.

Hay dos puntos que pueden ayudar para su identificación:

1. Que los integrantes tengan aspectos comunes y que puedan reconocerse entre sí como parte del Grupo de influencia local. Cuando los integrantes del grupo sienten confianza y se sienten en un ambiente familiar, se hace más fácil la cohesión y la identificación de la visión común.
2. El área de los destinos puede impactar la cohesión social. El Proyecto de TCS ha trabajado con el nivel/escala mínimo a nivel municipal y máximo subregional. Aun así, el nivel subregional surge después de haber trabajado el nivel provincial, pues las provincias conforman regiones provinciales según lo establecen las políticas de planificación territorial de la RD.

La clave está en poder comenzar a formar un grupo pequeño y con el transcurso del tiempo, avanzar y fortalecer para ampliarse al nivel/escala de territorio.

A partir de una unidad (ej. la producción artesanal de casabe) se puede desarrollar un producto turístico que aglutina a los actores locales con un objetivo común. Por otro lado, hay que resaltar que se ha observado que a menor tamaño del territorio mayor oportunidades de cohesión local, pues hay interacción previa.

Tabla 14. Ejemplo Clave 2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado

**Buenas prácticas Grupo territorial que se trabaja de manera provincial y municipal considerando la eficiencia y comodidad Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y Monción**

La riqueza cultural de la provincia de Santiago Rodríguez es poco conocida a nivel nacional y mucho menos a nivel internacional. Uno de los principales productos es herencia de la cultura indígena taína: el casabe.

Como en otras provincias del Cibao Noroeste, se creó el Grupo Territorial Provincial de Santiago Rodríguez, con actores del Gobierno provincial, de los tres ayuntamientos que conforman la provincia, cámara de comercio, productores, entre otros.

Como la producción de casabe se concentra en el municipio de Monción, el proceso partió con las actividades de un grupo local, en el cual se contó con la participación del ayuntamiento municipal. En el inicio, se facilitó trabajar el nivel municipal, en el que se cuenta con una unidad cultural con identidad, focalizado en Monción, pero contando siempre con el apoyo del grupo territorial provincial.

Esta producción focalizada del producto en Monción supone un proceso de encadenamiento productivo que va desde la siembra de la yuca, como materia prima, hasta la elaboración artesanal e industrial del casabe en sus distintas variantes.





Este aspecto cultural era la oportunidad para impulsar una iniciativa de articulación social en torno al potencial turístico del territorio. Se propuso así la creación de la Ruta del Casabe; en la misma los productores de casabe asumieron el liderazgo e impulsaron con ahínco la iniciativa. Se sumaron otros proveedores de servicios (como el de alojamientos y guías). Así se fueron viendo progresos de esta integración local comunitaria que conformó el GT.

Producto de este GT es la capacitación y conformación de un grupo de jóvenes llamados «anfitriones», que hacen las veces de guías y cuyos aportes son vitales para la interpretación de la ruta. Para ello, se hizo el guion de la ruta, los puntos de interpretación se mejoraron y se realizó una revista de Monción hablando del territorio y las potencialidades turísticas.



Al ir fortaleciendo las actividades territoriales, se van uniendo otros municipios donde se tienen otras características, Sabaneta, como «Tierra de Músicos» y Villa Los Almárgos, como «Aventura y Naturaleza». Así se va diversificando y enriqueciendo la atracción de la ruta.

Este caso demuestra que un GT nivel provincial puede ser fortalecido al unir o agrupar los GT de nivel municipal donde hay unicidad y mantener acompañamiento a los GT municipales por parte del GT provincial.

Actualmente, fue creado un clúster turístico de Santiago Rodríguez, el cual sería ideal considerarlo como grupo territorial provincial.

Logro: una ruta temática cultural en torno a la producción del casabe que fue la excusa para iniciar otros procesos de mejora de productos turísticos locales y para posicionar Monción y sus atractivos turísticos.

Así mismo, el encadenamiento del territorio potencia el producto turístico al enriquecerlo con ofertas diversificadas, organizadas y con criterio turístico. Ahora la subregión puede promoverse como un todo donde las partes mantienen su identidad y autonomía local. A continuación, se presenta un caso.

Tabla 15. Ejemplo buenas prácticas Grupo Regional de Cibao Noroeste

Buenas prácticas	De grupos provinciales al grupo subregional Grupo Regional de Cibao Noroeste
	Al principio del Proyecto TCS se definió que la zona de intervención sería la región del Cibao con sus 14 provincias. En este territorio existen diferentes niveles de desarrollo turístico. Hay destinos maduros (Puerto Plata), en proceso de desarrollo (Montecristi) o incipientes (Dajabón).
	En general la subregión del CNOE es una de las más desconocidas como destino turístico, pero con un bagaje histórico cultural realmente interesante. Tras hacer los levantamientos en las cuatro provincias y el proceso de identificación de oportunidades de desarrollo de productos territoriales, se empezaron a trabajar con los GT locales rutas temáticas: Ruta del Casabe de Monción; Ruta de

la Miel en Dajabón; Ruta de Aventura en Montecristi (con Kayak y bird watching) y Ruta de las margaritas en Mao (Valverde).

Estas rutas, por el desconocimiento generalizado de la zona, por sí solas no tendrían mayor impacto. Además, por la distancia la comercialización de las mismas sería compleja. Es por ello que se pensó en una propuesta que articulara todas las rutas a través de un circuito que, además, se posibilita por el trazado mismo de la red vial que conecta a las cuatro provincias.

En este proceso se dio prioridad a fortalecer a cada uno de los grupos provinciales, puesto que sin tener un grupo territorial bien formado y tener una ruta temática establecida, sería difícil tener un grupo con una escala más grande, subregional, y un circuito.

Manteniendo la idea del circuito, sensibilizando a los actores y realizando algunas actividades conjuntas. Después de casi tres años, comenzó la conformación del grupo subregional del Cibao Nordeste. Ya en ese momento, estaba más claro para cada uno de los integrantes, primero, el concepto de TCS (ya tenían idea de trabajar con el turismo), segundo estaba clara la importancia de articular diversos puntos para que sea un lugar con atractivo turístico.

De esta forma, el grupo subregional de CNOE comenzó cuando los integrantes tenían una base común, una visión y dirección de TCS. La visión regional surge cuando las visiones provinciales estaban claramente definidas. Había asimismo una conciencia de que las rutas temáticas de cada provincia estarían bajo la sombra del «Circuito Sabor».

Resultado: el primer circuito subregional del país formado por cuatro rutas temáticas operativas.

**Clave 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio**

Hay ocasiones en que las unidades productivas, que son parte de los grupos territoriales, no se sienten lo suficientemente sólidas para dedicar tiempo y esfuerzos a estructuras superiores organizacionales. Es por ello que estas deben estar estructuradas y operativas para poder elevarse a procesos de propuestas encadenadas en los territorios, ya sea a nivel provincial o regional. A continuación, una buena práctica.

Tabla 16. Ejemplo Clave 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio

Buenas prácticas	Una unidad productiva que prefirió comenzar con un grupo de un alcance real Unidad productiva Chocolatera, UMPC-Altamira, Puerto Plata
	El tema de gobernanza en el territorio turístico es uno de los mayores retos en la República Dominicana, por ello es necesario que los componentes de la cadena de valor estén fortalecidos. Esto se ha comprobado en el caso del CNOE y en otros muchos espacios.
	En Puerto Plata se intentó conformar la Red de Unidades Municipales (UMPC) con la intención de crear una oferta de TCS a nivel provincial articulada. Esto suponía esfuerzos de los grupos locales del territorio para participar en reuniones, talleres y otros eventos. La unidad productiva Chocolatera, grupo de mujeres que trabajan el chocolate, decidió primero fortalecer su estructura operativa y mejorar su producto antes de ser parte de un grupo sombrilla, donde tendría que desplegar esfuerzos y recursos que mejor disponían para su propio fortalecimiento.

Chocolatera se caracteriza por los niveles de participación y un liderazgo potente, claro y enfocado. La lógica de esto es que el todo no puede fortalecerse sin que las partes estén estructuradas y operativas.

Logro: Una unidad productiva exitosa y progresando en apoyo de sus miembros que han mejorado su calidad de vida produciendo chocolate y otros productos derivados del cacao.

Al enfocarse en el fortalecimiento de su grupo, logró ser un grupo autogestor que busca siempre la salida de su propio esfuerzo, sabe consultar, sabe buscar enlace, sabe trabajar por sí mismo. Además, siendo un grupo local, se está logrando más involucramiento de los habitantes locales con la producción de cacao y productos derivados.

**Aspecto 3: Desarrollo de productos turísticos por parte de los grupos del territorio**

Aquí se expone la necesidad de entender el concepto de recursos naturales y culturales de los territorios, su debido mapeo y categorización, para poder promover su transformación hacia un determinado producto/servicio turístico, esto es fundamental para que el GT enfoque sus esfuerzos.

**Clave 3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que destaquen en el territorio**

Una de las funciones importantes de un grupo territorial es articular los productos y servicios turísticos de un destino en favor de orientar y mejorar la experiencia del visitante, local o extranjero. Para ello, es bueno considerar los productos y servicios más atractivos que pudieran ser considerados como "ancla" o unicidad, para atraer a los turistas y de allí dirigirlos a otros lugares turísticos cercanos motivando el consumo de productos o servicios complementarios (hoteles, restaurantes, entre otras.) Por ejemplo: El avistamiento de Ballenas en Samaná como «ancla», permitirá al visitante ir a otros espacios de la provincia y además consumir productos y servicios en el territorio.

Es necesario seleccionar los principales productos de forma adecuada, tanto interna (a nivel local) como externamente (con apoyo nacional o internacional), para determinar si son exclusivos de la región, si hay potencial demanda para ellos y si realmente son un elemento de identidad del destino.

Tabla 17. Ejemplo Clave 3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que destaquen en el territorio

Buenas prácticas	Un grupo territorial que ha considerado un producto para formar grupo territorial Grupo Territorial de Montecristi
	Montecristi es una provincia conocida fundamentalmente por el Morro, un fenómeno geomorfológico que caracteriza su geografía. Pero esta provincia tiene muchos recursos naturales y unicidades que, puestas en valor, darían extraordinarios atractivos para una oferta turística diversificada. Por ejemplo, Montecristi es un «hot spot» de aves migratorias en todo el Caribe y posee una de las bahías más bellas con los manglares mejor conservados del Caribe (Bahía de Manzanillo). Partiendo de estos dos productos surgen dos grupos locales.
	Un grupo que articulaba guías en torno al avistamiento de aves y un grupo que promovía el Kayak en la Bahía. Ambos grupos trabajan con productos de gran interés para grupos amantes de la

naturaleza y la aventura. Como resultado, dos nuevas rutas operadas por dos grupos locales en la misma provincia. Y al identificar bien el producto ancla, ha sido fortalecida la ruta temática.

LOGRO: Se conforman dos grupos en el territorio: Greemont y Manzanillo Ecoaventura, cada uno enfocado en el desarrollo de su propio producto que son complementarios para una propuesta turística provincial.

**Clave 3-2: Crear una marca local que identifique y fomente el orgullo**

Un ejercicio que se evidencia como clave para elevar los niveles de cohesión y orgullo del GT es la identificación y el uso adecuado de los principales productos, así nace la marca local que identifica el producto del sitio. Tras determinar el recurso, se transforma en producto turístico y es este producto el que, con una imagen/marca determinada, podrá lanzarse a los mercados formalmente. Cuando se logra identificar y posicionar un producto local, la comunidad eleva su orgullo y valora más sus propias potencialidades.

Tabla 18. Ejemplo Clave 3-2: Crear una marca local que identifique y fomente el orgullo

Buenas prácticas	Creación de marca local de ruta de miel por GT Grupo Territorial de Dajabón
	Los productos requieren de una identidad por diversos motivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Para ser identificado desde su cultura empresarial (valores, calidades, entre otras.)</li> <li>✓ Para aumentar el orgullo por la marca local.</li> </ul>
	Así surgió la marca de la Ruta de la Miel. Un proceso de ideas y de socialización donde se logró una propuesta de aceptación grupal.
	Un hecho interesante es que la marca de la ruta de la miel se convirtió a la vez en una sombrilla para subproductos generados a base de miel como los jabones creados por un grupo afín al de los apicultores.
	Este proceso supuso la participación de los actores en el diseño de la marca que fue debidamente interpretado por un diseñador gráfico. La marca principal sirvió posteriormente al diseñador de submarcas de productos derivados de la miel y que hoy son parte de la ruta.
	Cabe mencionar que bajo la marca de la ruta se pueden desarrollar productos con submarcas asociadas.
	Logro: mejora del posicionamiento del producto turístico y reconocimiento a través de marca atractiva.



**Clave 3-3: Considerar la cadena del valor**

Como se ha presentado anteriormente, encadenar los productos y servicios es importante y necesario para ser un destino. Un turista requiere consumir diversos productos y servicios durante su estadía. Aquí un ejemplo:

Tabla 19. Clave 3-3: Considerar la cadena del valor

Buenas prácticas	Encadenamiento de los productos relacionados a la miel a través de la ruta temática Grupo Territorial de Dajabón
	<p>Dajabón es una provincia que no destaca por ser turística, localizada en zona fronteriza, es donde se encuentra el principal mercado binacional de la isla. Dajabón, a su vez, cuenta con interesantes aspectos culturales y naturales. Había un interés local en potenciar estos recursos, pues se veían en el espejo de otros territorios cercanos que se iniciaron con la diversificación económica agrícola integrando la actividad turística.</p> <p>Con apoyo del TCS se empiezan los primeros ejercicios para la conformación de un GT siendo los principales impulsores los apicultores de la zona. Y es que, en Dajabón se produce una exquisita miel, tanto de bosque húmedo como de bosque seco.</p> <p>De este recurso cultural (la apicultura es un recurso puramente cultural) se logró armar la primera ruta de la miel a nivel nacional, promoviendo además el darle valor agregado a la miel y a los productos derivados del apiarío.</p> <p>Hoy cuentan con la participación plena de las mujeres de la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (Amamiel), quienes producen en la actualidad más de 10 productos adicionales como jabones, cremas, vinagre, dulces, entre otros.</p>

**Aspecto 4: Liderazgo**

Para el turismo comunitario sostenible, sería ideal un liderazgo:

- ✓ Participativo.
- ✓ Facilitador.
- ✓ Emprendedor.
- ✓ Escucha activa con la gente.
- ✓ Respeto por las opiniones opuestas.
- ✓ Abierto y transparente.
- ✓ Con capacidad de comunicación efectiva.

**Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario**

Para el buen manejo de un grupo, es indispensable contar con un liderazgo comunitario adecuado. Y para ello, es importante tener un buen criterio para identificar personas.

Este líder/líderesa debería tener una visión comunitaria y democrática, que no busque sus propios beneficios. Debe ser seleccionado por acuerdo entre los integrantes. El líder debe tener una visión clara de la dirección y el rumbo del proyecto y la capacidad de ejecutarlo motivando al grupo.


A continuación, una buena práctica de líder propositivo, participativo y capaz que cuenta con el apoyo de los miembros del grupo.

Tabla 20. Ejemplo Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario

Buenas prácticas	Un líder facilitador que ayuda a catalizar y a agilizar para alcanzar resultados positivos Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y Monción
	<p>La elección de un líder facilitador de procesos en el caso de Monción permitió conseguir un promotor de su municipio desde antes de integrarse al grupo territorial, al utilizar los medios de comunicación que estaba a su alcance, así como YouTube, redes sociales, entre otros. El facilitador ha tenido siempre una visión de desarrollo comunitario/municipal, aprovechar bien su capacidad para fin del desarrollo comunitario y ayudar y apoyar a los demás. Este facilitador logró motivar a otros actores quienes se sumaron al impulso de la Ruta del Casabe.</p> <p>Esta persona luego se convirtió en líder del grupo de anfitriones, el cual juega un rol importante en la ruta. Aunque el joven no tenga un cargo directivo en el GT es, simbólicamente, un líder.</p> <p>Logro: un perfil de facilitador proactivo y comprometido con resultados importantes y aportes a la articulación social. Un líder facilitador puede empoderar a otros integrantes.</p>

Así mismo, la rotación del líder podría ser otra clave que se ha observado para la creación del clima de confianza y apertura a la participación de todos. Un equipo donde todos asumen posiciones de liderazgo, en otras palabras, un liderazgo compartido dentro de un equipo de trabajo.

Tabla 21. Ejemplo 2 Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario

Buenas prácticas	Un equipo donde todos asumen posiciones de liderazgo Consejo de Desarrollo Ecológico de Jamao al Norte (Codejan)
	<p>Este es el caso de una ONG conformada por jóvenes comprometidos con el territorio. Dentro de estos jóvenes existen muchos con habilidades de liderazgo. Esa condición permitió que varios de ellos asumieran posiciones de liderazgo en diferentes momentos en beneficio del colectivo. Es un ejemplo interesante y poco común, pues ellos siempre están dispuestos a trabajar y a asumir compromisos en favor del desarrollo.</p> <p>Logro: capacidad de cubrir mayor número de compromisos pues hay delegación de funciones y distribución de responsabilidades; más democráticamente, se toma en cuenta a todos los miembros, se enriquece el proceso, es eliminada la vulnerabilidad de tener solo un líder. Siempre hay reemplazo. Esta política del Codejan mantiene unidos y comprometidos a los miembros.</p> 

**Aspecto 5: Diseño de estrategia de desarrollo turística local**

**Clave 5-1: Crear un plan estratégico: con una visión y dirección real, clara, compatible**

La planificación estratégica debe ser un proceso abierto y participativo. Un grupo debe tener una visión y dirección para un determinado tiempo y estos deben ser compartidos entre todos los integrantes para que puedan seguir un mismo camino. Esta visión y dirección debe ser real y clara.

Definir una visión colectiva de hacia dónde se quiere llegar como GT es fundamental para determinar cómo llegar, cuándo, con qué, dónde, con quiénes y con cuánto llegar. Es decir, lo que comúnmente se conoce como estrategia.

En el caso de los TCS el nivel de desarrollo de estrategia es una tarea pendiente que deberá impulsarse desde el MITUR. El Proyecto TCS desplegó grandes esfuerzos en crear las bases para la creación de los GT y los diagnósticos de los territorios, así como el desarrollo de productos a modo de programas piloto. Sin embargo, este proceso debe continuar, ahora de manos del MITUR quien deberá impulsar el diseño de las estrategias de desarrollo de cada GT, siempre de forma participativa, abierta y transparente.

Este aspecto es clave para avanzar en la promoción y difusión del modelo TCS.

**Clave 5-2: Realizar monitoreo y evaluación**

Así mismo, el destino bajo gestión debe contar con un plan de monitoreo y evaluación de sostenibilidad que debe basarse en una batería de indicadores que responda a los cuatro pilares de la Sostenibilidad como indica el Consejo Global de Turismo Sostenible: gestión, ambiental, social y económico. La OGD Junto al grupo territorial deben velar por el cumplimiento de:

- a. La implementación de la estrategia.
- b. El respeto a los indicadores de sostenibilidad debidamente diseñado en respuesta de las características del territorio

**Aspecto 6: Capacitación**

**Clave 6-1: Fortalecer la capacidad local**

Para lograr todas las claves anteriores, es importante fortalecer la capacidad de los actores locales. Hay que identificar sus debilidades para así establecer las capacidades a fortalecer. En la implementación del modelo TCS se determinó que los temas más acuciantes para ser considerados como temas de capacitación son: turismo como actividad económica global, liderazgo, administración, entre otras. Es importante entender que sin formación no hay calidad turística.

Tabla 22. Ejemplo Clave 6-1: Fortalecer la capacidad local

Buenas prácticas	Formación integral para un servicio turístico de calidad Consejo de Desarrollo Ecológico de Jamao al Norte (Codejan)
	<p>Esta organización de la que ya se ha hecho mención varias veces, inició su proceso de desarrollo local entendiendo las necesidades de sus miembros de capacitarse en diversos ámbitos. De ahí que, con el apoyo del Clúster Turístico de Espaillat y del Infotep inició en un primer ejercicio de segmentación del grupo para entender sus habilidades y sus preferencias en temas de especialización.</p> <p>De esta forma se impartieron cursos de manejo inocuo de alimentos a las personas que realizan los trabajos de A&amp;B dentro de la propuesta turística; se formaron en contabilidad y en administración aquellos que asumirán estos controles en el grupo; atención al cliente e idiomas, seguridad y primeros auxilios para los guías, entre otros.</p> <p>Resultado: un grupo multidisciplinario, debidamente capacitado y entrenado para funcionar como equipo y dar un servicio de calidad al turista.</p>

**Aspecto 7: Alianzas estratégicas**

**Clave 7-1: Identificar y crear alianzas estratégicas con diferentes entidades**

Para ejecutar las claves, es importante identificar las necesidades del territorio y del grupo territorial e identificar las entidades que pudieran ser aliadas, tanto a nivel local, como nacional e internacional. Las alianzas tienen distintos niveles de apoyo y a continuación se presentan algunas:

- a. **Alianzas locales con el gobierno local:** el ayuntamiento puede apoyar con permisos, ornato, mejora de la limpieza del territorio o simplemente apoyo en mejora de accesos viales.
- b. **Alianzas provinciales:** las organizaciones provinciales público-privadas apoyan las iniciativas turísticas. Ej. MITUR – Valverde apoyo al GT en el diseño de la Ruta de las Margaritas, con asistencia logística.

c. **Alianzas nacionales:** Los Proyectos TCS firman acuerdo con la Asociación Nacional de Prensa Turística para apoyo promocional a través de medios digitales (redes) y tradicionales (TV, prensa, radio).

d. **Alianzas internacionales:** La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) apoya a los TCS de RD con asistencia financiera y técnica.

### Capítulo 3. Metodologías para la conformación de los grupos territoriales

#### 3.1 Proceso de creación de un grupo territorial

La iniciativa de los grupos territoriales busca provocar que la sociedad civil asuma compromisos y responsabilidades con el desarrollo de su propio territorio, más allá de esperar propuestas políticas. Se trata de empoderar a las personas y a las organizaciones para que lideren acciones que generen una mejor calidad de vida. Para ello se siguen una serie de procesos, detallados a continuación:

##### 1. Diagnóstico del territorio desde la perspectiva turística

- A) Identificación de actores locales.
- B) Levantamiento de los recursos locales.
- C) Caracterización de la actividad turística local.

##### 2. Validación de los resultados del diagnóstico

- A) Taller participativo para la identificación de los recursos locales.
- B) Visita a puntos de interés turístico identificados para validación *in situ* y creación de ficha de sitio.
- C) Priorización de sitios para ser adecuados como productos turísticos locales.

##### 3. Creación del GT con base al proceso anterior y la identificación consensuada de procesos a impulsar como colectivo en favor del desarrollo turístico local.

- A) Establecimiento de los integrantes
- B) Planificación estratégica
- C) Monitoreo y evaluación

#### 3.2 Explicación de los procesos

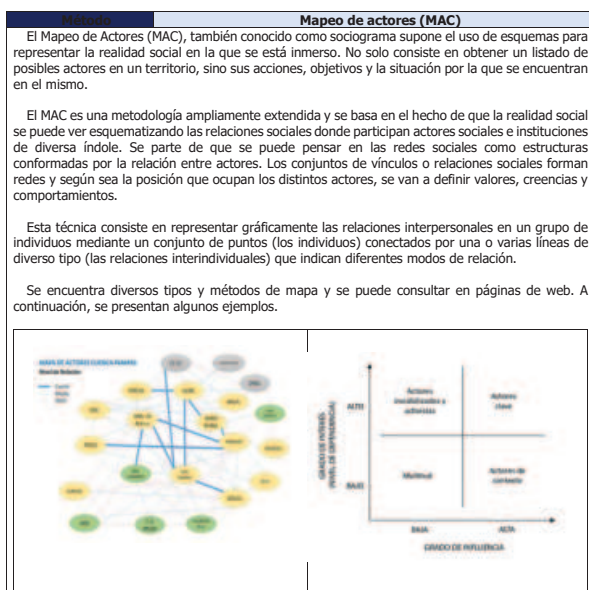
##### 1. Diagnóstico del territorio desde la perspectiva turística

###### (1) Identificación de los actores locales

La identificación de los actores locales es una de las claves citadas del proceso de creación de un GT. Entender la composición de los sectores público y privado y entender las posibilidades de alianzas locales es parte de los objetivos de este ejercicio. Para ello existen múltiples metodologías para identificar los actores.

Hay diferentes metodologías. Una de ellas es Mapeo de actores (MAC)

Tabla 23. Mapeo de actores



###### (2) Levantamiento de los recursos locales

Conocer las riquezas naturales y culturales de un territorio es lo que permite proyectar sus potencialidades. Es por ello que, a la hora de querer impulsar un territorio desde la perspectiva turística, hay que hacer un levantamiento de estas oportunidades para evaluar su posible puesta en valor como atractivo turístico.

**Criterios para levantamiento de los recursos locales:** Entender los recursos del territorio es

un ejercicio técnico, pues son múltiples los criterios a considerar para poder visualizar la transformación del mismo como producto turístico. Entre los criterios a considerar están:

- Accesibilidad.
- Interés
- Unicidad.
- Oportunidades de gestión local del recurso para su adecuado mantenimiento.
- Existencia de servicios o necesidad de instalarlos (baños, información, seguridad, manejo de residuos, entre otras).

**Tipo de recursos locales:** Los territorios cuentan con recursos cuya puesta en valor son claramente oportunidades para su desarrollo. Existen recursos naturales y culturales.

- **Los recursos naturales:** Son todos aquellos producto de la madre tierra: ríos, montañas, playas, plantas, animales, volcanes, arrecifes, cuevas, entre otras.
- **Los recursos culturales:** Son todos aquellos que han tenido o tienen la intervención del ser humano: el arte, la artesanía, la arquitectura, la agricultura, el folklore, la historia, la literatura, el comercio, entre otras. Estos recursos culturales pueden dividirse en tangibles e intangibles.
  - Los recursos culturales tangibles o materiales son aquellos que conforman todo lo que puede ser visto o tocado, por ejemplo: muebles, objetos arqueológicos, artesanía, monumentos, edificios, libros, entre otras.
  - Los recursos culturales intangibles o inmateriales son los que engloban las costumbres de una sociedad, las creencias, su folklore, la música, sus historias, en fin, todo lo que no puede ser tocado, pero si puede ser visto (carnaval), escuchado (música típica).

Estos recursos, naturales y culturales, deben ser debidamente inventariados por las comunidades para conocer lo que tienen y sus oportunidades de puesta en valor para el desarrollo, siempre siguiendo los preceptos de la sostenibilidad.

Es importante recordar que la sostenibilidad se basa en el equilibrio perfecto entre la conservación del recurso, su aprovechamiento social y su puesta en valor como objeto económico, bajo un esquema de gestión integral.

Tabla 24. Ejemplo levantamiento de listado de los recursos locales

Resumen de levantamiento de listado de los recursos locales									
Un ejemplo de resumen de levantamiento de los recursos potenciales de TCS en Cibao Norte									
Nombre	Dirección	Tipo	Estado	Actividad	Descripción	Valor	Impacto	Observaciones	Referencias
Restaurante El Valle	Calle 123, Valle	Cultural	Activo	Comercio	Restaurante tradicional	Alto	Preservación	Se debe mantener la tradición	Proyecto TCS, 2017
Hostal La Montaña	Calle 456, Montaña	Natural	Activo	Alojamiento	Hostal ecológico	Medio	Desarrollo	Debe ser sostenible	Proyecto TCS, 2017
Parque El Sol	Calle 789, Sol	Productivo	Activo	Recreación	Parque comunitario	Bajo	Recreación	Debe ser accesible	Proyecto TCS, 2017

(Fuente: Proyecto TCS, 2017)

### (3) Caracterización de la actividad turística local

Es importante entender la oferta turística del territorio, desde cada uno de los eslabones propios de la actividad. La importancia radica en entender cuál es la oferta de productos y servicios de un territorio, entender sus cualidades y falencias pues de esa manera la OGD mixta y el MITUR pueden accionar políticas que apoyen nuevas inversiones que busquen mejorar o completar la oferta del territorio, por ejemplo. Algunos de los eslabones que deben tomarse en cuenta en una caracterización de un destino turístico son:

- Alojamiento (hoteles, aparta hoteles, hostales, entre otras.), capacidades, calidades.
- Alimentos y bebidas (restaurantes, cafeterías, bares, entre otras.), especialidades.
- Excursiones, tipologías.
- Servicios vinculados (guías, transporte, entre otras.)
- Servicios complementarios (farmacias, clínicas, policía, entre otras.)

Para ello debe visitarse el territorio y hacer el levantamiento físico, aunque previamente se puede levantar data a través de los medios digitales.

Tabla 25. Método de levantamiento de oferta del territorio

Levantamiento de oferta del territorio	
Para el levantamiento de la oferta del territorio pueden realizarse varios pasos:	
1.	Búsqueda de la oferta online de los productos/servicios turísticos directos.
2.	Acudir a las guías turísticas.
3.	Con las referencias anteriores se visita el territorio y los establecimientos previamente localizados vía internet o consultando otras fuentes. La visita <i>in situ</i> , permitirá conocer la realidad de la oferta, la calidad de la misma y las oportunidades de encadenamiento.
4.	En el mismo territorio se pueden pedir referencias de otros servicios / productos turísticos no registrados.

### 2. Validación del diagnóstico por parte de los actores locales

La validación es un proceso vital pues supone el empoderamiento y el reconocimiento por parte de la comunidad de sus propios valores locales, esto despierta el orgullo por el territorio.

Para el Proyecto TCS, esta etapa es fundamental, es el detonante para que los actores locales sean protagonistas de su propio desarrollo y no simples espectadores. A partir de este momento, se asumen roles y responsabilidades.

Es en este punto de inflexión donde radica la diferencia entre el turismo tradicional, donde la inversión decide unilateralmente los lineamientos de desarrollo, y el turismo comunitario, que es fundamentalmente participativo y toma en cuenta la opinión y consideraciones de la gente.



#### A) Taller participativo para identificación de los recursos locales

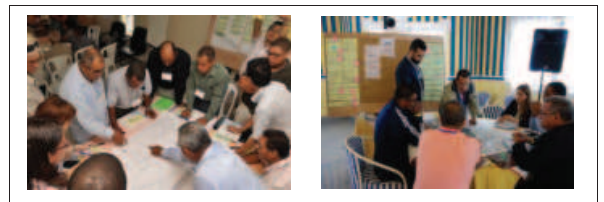
Un encuentro inicial y ampliado con los actores locales es fundamental para poder presentar, socializar, compartir y sobre todo validar los recursos locales encontrados y, al mismo tiempo, que los actores locales reconozcan los tesoros que existen en su territorio, probablemente no reconocidos como tal hasta dicho momento. Esta falta de reconocimiento de las potencialidades locales suele ocurrir porque la cotidianidad causa que muchos recursos pasen desapercibidos a los ojos de los actores locales.

Considerando lo anterior, se recomienda realizar un taller participativo en el que los actores locales por sí mismos identifiquen o re-identifiquen los recursos locales que existen en su territorio. En este contexto, actores con diferentes perspectivas y experiencias se reúnen para discutir y "redescubrir" los recursos de su territorio y comparten entre sí los conocimientos sobre ellos.

El objetivo principal de este taller radica, más que en la identificación de los recursos en sí, en que los actores locales validen y asuman los tesoros que se encuentran en su territorio, despertando orgullo y amor por su localidad. La protagonista del turismo comunitario sostenible es la comunidad. Por tanto, este taller participativo es un proceso clave y crucial para el trabajo de turismo comunitario sostenible.

Tabla 26. Método de Identificación de los recursos locales participativa



Identificación de los recursos locales participativa	
Para la identificación de los recursos locales:	
1)	Listado de los recursos locales
1.1.	Anotar en una tarjeta el nombre del recurso local clasificado según el tipo: natural, cultural e histórico y productivo. Se recomienda utilizar diferentes colores para uno a otro. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Natural: verde</li> <li>- Cultural e histórico: amarillo</li> <li>- Productivo: rosa</li> </ul>
1.2.	Colocar todas las tarjetas en un lugar según el tipo.
1.3.	Poner un número a cada recurso.
2)	Mapa de los recursos locales
2.1.	Anotar en la etiqueta los números. Se recomienda utilizar la etiqueta con el mismo color de la tarjeta.
2.2.	De acuerdo con el número de cada recurso, colocar la etiqueta en sitio adecuado del mapa.
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Ilustración 3. Ejemplo Listado de los recursos locales</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Ilustración 4. Ejemplo Mapa de los recursos locales</p> </div> </div>	
<p>Claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Visualizar lo que está discutiendo.</li> <li>✓ Facilitar la discusión: no explicar ni presentar cuáles son los recursos locales, sino permitir que los locales los reconozcan de forma natural. En caso de que se les dificulte, entonces, generar vías para que puedan identificar y valorar.</li> </ul>	



#### B) Visita a puntos de interés turístico identificados para validación *in situ*

El equipo técnico, junto a un grupo de actores locales, deben visitar cada uno de los puntos con potencial turístico surgidos en los levantamientos previos, para constatar la situación real de adaptabilidad de cada uno hasta convertirse en un producto turístico. Pero además estas visitas permiten construir las historias de cada punto que serán parte de su interpretación futura.

Tabla 27. Ejemplo Fichas de recursos locales

Fichas de recursos locales	
A continuación, se presentan ejemplos de formato de la ficha	
	

#### C) Priorización de sitios para ser adecuados como productos turísticos locales



Las necesidades de adaptabilidad del recurso para ser producto pueden ser muchas en un destino. Pero los recursos económicos pueden ser muy limitados, por lo que se requiere priorizar aquellos que:

- ✓ Tengan un **fuerte atractivo** para los turistas por ser único o extremadamente bello (ej. Bahía de Manzanillo).
- ✓ Tengan **fácil acceso**. La intervención en la mejora de los accesos suele ser costosa, por lo que una forma de priorizar las intervenciones es considerando los sitios donde ya existe accesibilidad.
- ✓ Tengan **capacidad local de gestión**. La posibilidad de que existan actores comunitarios locales interesados en ser parte de un proceso de gestión del sitio es fundamental. Se generan empleos y se garantiza la conservación de las infraestructuras de apoyo que se instalen en el lugar.

### 3. Creación de la estructura operativa del grupo territorial

#### A) Establecimiento de directrices y estatutos

Basados en el proceso anterior se hace necesario consolidar una estructura operativa que ejecute las acciones dispuestas. El paso a paso sería:

- Nombrar una directiva y crear un organigrama funcional.
- Identificar y nombrar el / la líder.
- Establecer los protocolos de funcionamiento.
- Diseñar los estatutos organizacionales.

#### B) Planificación estratégica

Para ello es necesario diseñar un plan de acción con el objetivo de alcanzar una meta definida. Un plan estratégico ayuda a enfocar los esfuerzos, el tiempo y los recursos que serán utilizados.

Para que la planificación comunitaria sea exitosa, debe ser lo más participativa posible. Debe estar enfocada en la visión compartida, es decir, la situación deseada o sueño que haya sido creado por la comunidad, como resultado también de un proceso participativo.

Este modo de planificación es abierta, democrática, dinámica y más aproximada a la realidad de la vida de las personas. Este proceso permite el intercambio y la creación de comités de trabajo con participación local, dirigidos todos al logro del mismo objetivo. Los pasos de la planificación son:

- I. Creación de visión
- II. Análisis de situación actual
- III. Definición de objetivos
- IV. Determinación de indicadores
- V. Determinación de actividades

A continuación, se expone cada uno en detalle:

#### I. Creación de la visión compartida de destino: La visión ofrece el panorama a donde se

41

quiere llegar en un plazo determinado y para ello hay que establecer una planificación estratégica. Se fija un periodo de entre 5 y 10 años para alcanzar aquella visión, ahora, en estos tiempos donde todo cambia rápidamente. La visión debe ser:

- ✓ **Visualizable:** es decir que las personas de la comunidad puedan tener una imagen mental de cómo será el futuro.
- ✓ **Deseable:** genera la motivación e interés en las personas que van a participar de ella.
- ✓ **Alcanzable:** abarca objetivos realistas y aplicables.
- ✓ **Enfocada:** tan clara y explícita como para servir de guía a los líderes en la toma de decisiones.
- ✓ **Flexible:** que permita la existencia de alternativas y el uso del criterio e iniciativa de los líderes.
- ✓ **Comunicable:** que sea fácil de transmitir y explicar a las personas que estén vinculadas en el proceso.

Por ejemplo, la visión de Montecristi

«Montecristi, destino turístico próspero y seguro, sustentado en la capacidad de integración de sus instituciones y en la generación de oportunidades, que impulsa un turismo inclusivo y de calidad internacional en un territorio ordenado y eficiente, distinguido por su historia, su cultura y su gente hospitalaria.»

#### II. Análisis de la situación actual

Para poder alcanzar la visión compartida, debemos analizar la condición actual de la organización y el territorio, sus fortalezas y sus debilidades, así como los retos y las oportunidades externas. El resultado del análisis del diagnóstico permite identificar cuáles serán los lineamientos estratégicos a utilizar.

Por ejemplo, si se identifica como una debilidad «la mala calidad del servicio turístico local», un lineamiento estratégico debería ser «alcanzar niveles de excelencia en la calidad de la oferta turística». De este lineamiento se pueden desprender acciones tales como:

- ✓ Programas de formación para empleados del sector en temas de calidad integral.
- ✓ Programas de certificaciones de calidad (como la ISO 9001).
- ✓ Supervisión continua para medir indicadores de calidad.
- ✓ Monitoreo de satisfacción del cliente.

Para esto hay múltiples metodologías de aproximación, una de ellas es el llamado FODA.

42

Tabla 28. Ejemplo FODA

Método		FODA	
FODA es <b>F</b> ortalezas, <b>O</b> portunidad, <b>D</b> ebilidad, <b>A</b> menaza.			
Este análisis es una herramienta que permite conformar un cuadro de situación actual de la comunidad, que permite visualizar sus puntos positivos y negativos, destacando las fortalezas y debilidades internas, y las amenazas y oportunidades externas permitiendo obtener un diagnóstico.			
		Internas	Externas
Positivos		<b>Fortalezas:</b> las capacidades con las que cuenta la comunidad: recursos existentes, actividades que se desarrollan positivamente, unicidades, entre otros.	<b>Oportunidades:</b> los factores que resultan positivos, favorables, y que pueden ponerse en valor en beneficio de la comunidad, y que serán identificados en el territorio en cuestión.
Negativos		<b>Debilidades:</b> aquellos factores que provocan una situación desfavorable para la comunidad: limitaciones en accesos, debilidades institucionales, entre otras.	<b>Amenazas:</b> son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden atentar incluso contra la misma estabilidad de la comunidad. No pueden ser controladas.

#### III. Definición de objetivos generales y específicos

Para alcanzar una visión hay que definir distintos tipos de objetivos, los generales y los específicos.

- ✓ El objetivo general es un enunciado que recoge la idea central y la finalidad del proyecto comunitario que se está desarrollando.
- ✓ Los objetivos específicos se refieren a aquellos que se persiguen en los distintos procesos y aspectos que se desarrollan para alcanzar la meta o visión deseada.

Los objetivos deben ser claros y concisos, realizables, enfocados en logros y no en procesos. Por ejemplo:

Periodo del proyecto: 2025-2030

**Objetivo:** alcanzar al mayor nivel de sostenibilidad en el desarrollo del turismo local.

43

#### IV. Determinación de indicadores

Los indicadores son valoraciones cuantitativas producto de las acciones realizadas para alcanzar los objetivos. Estos nos permitirán ver cuán cerca o lejos estamos de la meta y hacer los correctivos necesarios en el plan de actividades para cumplir con la visión. Por ejemplo:

Periodo del proyecto: 2025-2030

**Objetivo:** alcanzar al mayor nivel de sostenibilidad en el desarrollo del turismo local

**Indicador:** el porcentaje de los hoteles de la localidad con alguna certificación de sostenibilidad turística

Meta: 50% (actual 10%)

#### V. Determinación de actividades

Un plan de actividades es un documento que recoge las tareas que se deben ejecutar para alcanzar un objetivo concreto. Para realizar un plan de actividades deben seguirse los siguientes pasos:

- Paso 1: ¿Qué objetivo específico queremos alcanzar?
- Paso 2: ¿Cuánto tiempo tenemos para alcanzarlo?
- Paso 3: ¿Con qué presupuesto contamos?
- Paso 4: Listar las actividades que se requieren para alcanzar el objetivo y establecer prioridades.
- Paso 5: Establecer un cronograma de ejecución de actividades.
- Paso 6: Asignar recursos humanos, financieros, entre otros, para ejecutar las actividades.
- Paso 7: Seguimiento al cumplimiento de la ejecución del plan de acción y correctivos.

#### C) Monitoreo y evaluación

Basados en los indicadores se podrán hacer los procesos de monitoreo regulares (anuales, por ejemplo) y de evaluación que suelen ser al final del periodo fijado para verificar si se alcanzó o no la meta y las razones de este desempeño.

El monitoreo busca dar seguimiento al plan de trabajo producto de la planificación estratégica, evaluando sistemáticamente los avances y progresos para determinar si hay que introducir correctivos y ajustes en base a los objetivos planteados.

Existen evaluaciones intermedias y lo que se conoce como evaluación final. Las evaluaciones intermedias son herramientas que permiten medir los progresos e impactos que el proyecto va teniendo. El número de evaluaciones intermedias dependerá del gestor y del ciclo de vida del proyecto. Si es un proyecto corto probablemente no amerite evaluación intermedia. Si es un proyecto a 5 años, las evaluaciones podrían ser cada 2 o 3 años.

A la hora de realizar una evaluación se debe elegir bien a los actores que participaran en ella. Podrán ser técnicos, beneficiarios, comunitarios, entre otras. Esto permitirá una evaluación mixta, más rica y objetiva. La evaluación final es una sola y tiene lugar al cierre del proyecto. Los objetivos de ésta son:

44



- (1) Medir el grado de eficacia y eficiencia del proyecto. Eficacia en lo relativo a la capacidad de las actividades desarrolladas para alcanzar los objetivos y eficiencia en relación con el uso de los recursos necesarios para alcanzarlos.
- (2) Valorar la conveniencia de replicar el proyecto en el futuro.
- (3) Determinar las razones de los éxitos y fracasos.
- (4) Establecer otros efectos o consecuencias no previstos inicialmente.

#### Capítulo 4. Rutas y circuitos: una forma de encadenamiento en el territorio

##### 4.1 Grupos territoriales y encadenamiento a través de rutas y circuitos

Los grupos territoriales pueden impulsar encadenamientos en el territorio como forma de potenciar la visita, mejorar las experiencias de los turistas; diversificar la oferta, fomentar el gasto turístico local, así como promover redes de apoyo empresarial con base al concepto.

Las rutas y circuitos son estrategias de este tipo lo que potencia la movilidad del visitante, promoviendo tanto el gasto como la acumulación de experiencias en el recorrido, ambos son oportunidades, no sólo de las experiencias temáticas sino de servicios conexos al viaje tales como hoteles, restaurantes, paradas, bombas de combustible, lugares de venta de artesanía, entre otros. Es decir, que de estos productos del territorio se beneficia toda la cadena de valor del turismo local.

Son cada vez más frecuentes las rutas temáticas y circuitos en los destinos turísticos a nivel global. Son como propuesta de orientación al turista que permiten ordenar el territorio y la oferta. Y cabe mencionar que un circuito puede contener rutas temáticas.

Dentro del Proyecto TCS se han generado exitosas experiencias de encadenamientos que han supuesto impactos positivos para el desarrollo local.

##### 4.2 Rutas temáticas

Las rutas temáticas son las que se crean en torno a un tema, el cual puede ser cultural, histórico, natural, entre otros. En el mundo, solo por mencionar algunos, se encuentran la Ruta del Vino, la Ruta del Tequila, la Ruta del Inca, la Ruta Maya, entre otros. Lo importantes es que el tema asegure la coherencia y el contenido del itinerario que funciona como una red al conectar distintos puntos, atractivos y servicios.

Tabla 29. Ejemplo Ruta de Miel en la provincia de Dajabón

Ruta de Miel en la provincia de Dajabón	
Descripción	En varios encuentros con los actores locales se ponían sobre la mesa diversos recursos naturales y culturales que ellos entendían como prioritarios para hacer las intervenciones y ser incluidos en el circuito. Uno de ellos era el Mercado Binacional.
Beneficios	El equipo técnico visitó el mercado que se celebra dos días a la semana (lunes y viernes), es un lugar de encuentro de dominicanos y haitianos para ofrecer todo tipo de productos. Sin embargo, a

45

pesar de que la experiencia puede resultar interesante, las condiciones de salubridad y seguridad no eran aptas para sumar a Dajabón en un circuito turístico.

Por esta razón se visitó y mapearon todos los recursos naturales y culturales del territorio, evidenciando que la miel era el tema óptimo para el diseño de una ruta. Para esto había múltiples razones:

- ✓ Dajabón producía miel de excelente calidad.
- ✓ Ya tenía un grupo organizado en una asociación de apicultores.
- ✓ Había algunos productos de valor agregado.
- ✓ La localización de algunos apiarios permitía una fácil accesibilidad.
- ✓ La ruta pasaría por casi todo el territorio, ampliando las oportunidades de encadenamiento para beneficiar a más emprendimientos locales.
- ✓ Las tendencias en torno a la salud y la buena nutrición por parte de varios segmentos de turistas potenciales abrían oportunidades para la visita.

Se siguieron los siguientes procesos:

- a. Levantamiento y georreferenciación de apiarios.
- b. Verificación de elementos «únicos» en cada apiario.
- c. Definición de temas en cada apiario, según su localización y características.
- d. Creación de guiones de ruta, para el todo y para cada apiario.
- e. Diseño de sendero en cada apiario.
- f. Adecuación de cada apiario.
- g. Señalización en cada apiario.
- h. Capacitación de los apicultores para que pudiesen guiar a los visitantes dentro de cada apiario.
- i. Verificación de potencialidades de subproductos de la miel con valor agregado (polen, propóleo, jalea real, cera, otros).
- j. Creación de logo de ruta.
- k. Creación o mejora de envases y empaques para productos.
- l. Inclusión de la mujer en el diseño de subproductos.
- m. Creación de la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (Amamiel).
- n. Capacitaciones a las miembros de Amamiel.
- o. Diseño de 10 nuevos productos a base de miel con la marca DA – JABÓN.
- p. Creación de logo DA – JABÓN para los productos de valor agregado (jabones, vinagre, vino de miel o aguamiel, entre otros).
- q. Promoción.
- r. Coordinación de primeros grupos de visitantes piloto.
- s. Coordinación de viajes de prensa.
- t. Coordinación de viajes de familiarización de profesionales del sector turístico con el apoyo de la Dirección de Turismo Nacional del MITUR.

##### 4.3 Circuitos temáticos

Por su parte el circuito turístico articula diferentes destinos, lo que permite al visitante tener la experiencia diversificada de atractivos culturales y naturales en un área geográfica definida. Los circuitos inician y acaban en el mismo punto, pero no pueden pasar por el mismo lugar. Así como se

46

ha mencionado anteriormente, un circuito puede contener rutas temáticas, senderos, entre otros. A continuación, se presenta un ejemplo de buenas prácticas de la subregión Cibao Noroeste (CNOE).

Tabla 30. Ejemplo Circuito «Esencia de Sabor» y 4 rutas temáticas

Circuito temático formado por rutas temáticas	
Circuito «Esencia de Sabor» y 4 rutas temáticas	
Descripción	El Cibao Noroeste es una zona del Cibao poco conocida incluso por los mismos dominicanos. Sin embargo, cuenta con muchas riquezas y, sobre todo, ha logrado mantener en el tiempo muchas tradiciones dominicanas de antaño. Cuenta con un bagaje histórico interesante y múltiples recursos naturales.
Beneficios	En esta subregión se creó el circuito turístico «Esencia de Sabor». Para su creación, se dieron los siguientes pasos: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Taller ampliado, con actores de toda la región (y sus 4 provincias) para explicarles los alcances del proyecto.</li> <li>2. Se crearon las primeras células de acción en cada provincia: Valverde, Santiago Rodríguez, Dajabón y Montecristi.</li> <li>3. Estas células de acción no eran más que un grupo pequeño de personas que estuvieron dispuestos a impulsar y empujar conjuntamente con los técnicos de TCS los procesos de creación de los grupos comunitarios.</li> <li>4. Posteriormente se desplegaron talleres provinciales para ir definiendo los recursos locales existentes.</li> <li>5. Se crearon las rutas y estas se articularon al circuito «Sabor»</li> <li>6. El nombre de «Sabor» fue el producto de dinámicas grupales, dirigidas y facilitadas, que perseguían buscar una denominación que reflejase la riqueza conjunta de toda la región.</li> <li>7. Hoy existen cuatro rutas y cuatro grupos del territorio en CNOE.</li> </ol> <p>¿Por qué se llamó al circuito «Sabor»? Cada uno de los territorios cuenta con elementos propios afines a este término que abarca varias connotaciones. Sabor, como sentido del gusto vinculado al disfrute de la gastronomía; el «sabor» de sus ritmos musicales que complacen al oído; el «sabor» de su gente, alegre, entusiasta, trabajadora y cariñosa que agrada al visitante con un cálido abrazo (tacto); el «sabor» de sus paisajes, verdes, azules que impactan la vista; los olores de la naturaleza, del mar, de los ríos y los bosques mezclados con los aromas del casabe recién horneado o del chivo liniero con efluvios de orégano.</p> <p>Dentro del circuito «Esencia de Sabor» se pueden visitar cuatro rutas cuya secuencia lógica se define por el propio trazado de la red vial de la región. Las rutas son, empezando por Valverde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La <b>Ruta de las Margaritas</b>: consiste en subirse a un vehículo típico, una motoneta cuyo rasgo identitario es que han sido pintadas a mano por artistas locales inspirados en paisajes y temas de la provincia. En esta ruta se visitan diversos puntos de interés histórico – cultural de Mao, Valverde.</li> <li>• La <b>Ruta del Casabe</b>: localizada en la provincia de Santiago Rodríguez, supone un recorrido por fábricas de casabe, herencia o legado indígena, así como las plantaciones de yuca amarga que es la utilizada para hacer este producto.</li> </ul>

47

- La **Ruta de la Miel**: localizada en Dajabón. La ruta supone visitar varios apiarios, cada uno con una connotación distinta; unos producen miel de bosque seco, otros producen miel de bosque húmedo. Algunos apiarios producen productos de valor agregado como hidromiel, polen, propóleos, jalea real, entre otros.
- La **Ruta de la Aventura**: permite tener experiencias en avistamiento de aves o kayak en la hermosa Bahía de Manzanillo en Montecristi.

Se suman a estas cuatro rutas encadenadas entre sí, otros productos de la región del CNOE como son: visita a la zona del «Chivo Liniero» (propuesta gastronómica local en base a carne de chivo sazónada con orégano); visitas a plantaciones de banano orgánico, entre otros puntos de interés.



##### 4.4 Hacia la sostenibilidad de estos encadenamientos territoriales

Los grupos territoriales para poder ser sostenibles en el tiempo tienen que cumplir con las siguientes condiciones:

- ✓ Respeto a sus estatutos y rotación de liderazgo en cada uno de los GT que conforman el circuito para mantener la coherencia del todo.
- ✓ Contar con una estrategia de desarrollo a implementar y seguir a nivel de circuito.
- ✓ Hacer alianzas estratégicas fuertes, en favor del circuito y sus rutas provinciales.
- ✓ Buscar fondos de financiamiento propios (ya sea por aportes del sector público y privado), en apoyo al circuito y a las rutas provinciales.
- ✓ Buscar fondos externos (a través de ventanillas de financiamiento de proyectos), en apoyo al circuito y a las rutas provinciales.
- ✓ Velar por que se cumplan estrictos criterios de seguridad (E). Se implementaron criterios

48

de Bioseguridad a causa de la pandemia en los distintos territorios TCS). En todos los niveles: circuito, rutas, unidades productivas y empresas de servicios turísticos.

#### 4.5 Otros beneficios del encadenamiento productivo

El encadenamiento, a través de circuitos y rutas temáticas, permite la inclusión continua de nuevos productos y servicios, tanto directos del turismo (ej. un hotel) como indirectos (ej. una farmacia). Este hecho de permitir y motivar la inclusión de varios tipos de negocios, amplía las posibilidades de financiamiento, que puede ser por parte de los actores involucrados en la promoción del destino o por servicios de la organización de gestión de destino (OGD) a estas empresas (capacitaciones, visitas de prensa, apoyo con apertura a ventanillas de financiamiento, entre otros).

Esta apertura a su vez mejora la experiencia del visitante, que encontrará un territorio articulado con todos los productos y servicios que pueda requerir durante su visita, contando además con la oportunidad de un contacto directo con los aspectos culturales más auténticos de cada territorio.

### Parte III. Entidades gubernamentales aliadas

#### Capítulo 1: Importancia de las entidades gubernamentales

Son tantos los retos y las necesidades de gestión en un territorio que la mejor manera de avanzar es mediante la asignación de los roles con base a su correspondencia. El Estado cuenta con una función y responsabilidades de diversas áreas de acción para el apoyo a la formación y fortalecimiento de los grupos territoriales y de destinos turísticos.

Es menester que el Ministerio de Turismo (MITUR) impulse la cooperación interministerial y dirija los esfuerzos institucionales (económicos y técnicos) a apoyar el desarrollo sostenible del turismo, como un eje transversal de la economía y uno de los principales sustentos de la economía nacional.

Uno de los objetivos del Proyecto TCS era demostrar las oportunidades que se abren al trabajar interinstitucionalmente, buscando el compromiso de las entidades del Estado vinculadas al turismo. Para ello, se creó una mesa de coordinación entre el MITUR, Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (Infotep), Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (Mepyd), Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Mimarena) y Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) y se hicieron esfuerzos por crear esas alianzas que se tradujeron en mejores resultados y el fortalecimiento de los grupos del territorio.

A continuación, se presenta una posible forma de alianzas de las instituciones gubernamentales para la formación y fortalecimiento de los grupos territoriales que trabajan para la gestión de destinos.

#### Capítulo 2: Ministerio de Turismo (MITUR)

##### 2.1 Funciones del MITUR en los destinos turísticos

Conociendo que existe un concepto de amplia aceptación global, de uso generalizado en el sistema turístico mundial, de lo que es una Organización de Gestión de Destino (OGD), la República Dominicana a través de su Ministerio de Turismo está haciendo lo necesario para iniciar la instalación de estas organizaciones en el territorio dominicano, más concretamente en los destinos turísticos existentes.

Y es que ya se ha evidenciado la necesidad imperativa de gestionar los espacios turísticos bajo estructuras técnicas, como se establece en la definición presentada en párrafos anteriores, que respondan a una estrategia y a una planificación.


La potestad del Estado, a través de sus instituciones sectoriales, incluye las regulaciones y el ordenamiento jurídico. Por ello el MITUR es la entidad llamada a impulsar los aspectos de gestión de destinos turísticos que tienen que ver con la normativa aplicada; la zonificación del espacio turístico; densidades; planificación de servicios varios (accesos viales, aéreos, marítimos); formalización empresarial; aspectos de seguridad local; entre otros. Potestades que no pueden ser delegadas a ningún otro órgano, aunque también trabaje en la gestión del destino. El rol del Estado es intransferible y debe asumirlo, aunque deba buscar para ello el concurso y la opinión de los actores del sector turístico del territorio.

Dentro de las funciones del MITUR en los destinos turísticos están:

1. Capacitar y crear capacidades locales.
2. Promover el plan de uso de suelo y Plan de Ordenamiento Territorial (POT) turístico.
3. Impulsar la señalización vial.
4. Crear Centros de Información Turística (con personal técnico que pueda gestionar la información turística) y Puntos de Información Turística (PIT) para difundirla.
5. Impulsar la innovación.
6. Tener una estrategia de inteligencia de mercado.
7. Otros a que haya lugar.

Porque una imagen vale más que mil palabras, insertamos la siguiente secuencia fotográfica de un destino con gran potencial y atractivo que no contó con una planificación de desarrollo turístico, a pesar de los esfuerzos del sector privado por impulsarlo sosteniblemente; esta ausencia del Estado en su rol de planificador-regulador está ocasionando impactos que saltan a la vista. Caso Bayahibe.

Tabla 31. Bayahibe, un caso donde no hubo la planificación

Bayahibe, un caso donde no hubo la planificación	
<p>Estas son imágenes de Bayahibe, pueblo pesquero, Distrito Municipal de la provincia de La Altagracia, que desde mediados de los años 70 inició un proceso lento de desarrollo turístico sin planificación. Para el 2000 empieza un proceso de articulación del sector turístico local a través de una Asociación de Hoteles (AHRB). Posteriormente un clúster turístico emana de la inserción de las Mipymes turísticas locales a la AHRB.</p>	
<p>A pesar de proyectos implementados por estas organizaciones locales, el Estado no asumió su rol regulador provocándose una expansión del desarrollo descontrolada, y poco armónica con el hermoso poblado de otrora. Esta imagen evidencia la importancia de las OGD en el territorio, más allá de cualquier iniciativa de articulación social, que siempre serán un excelente apoyo.</p>	

#### 2.2 Oficina de Gestión de Destino

El MITUR cuenta con cerca de 20 oficinas regionales y provinciales. A la fecha, se evidencia que existen grandes lagunas técnicas en los equipos de trabajos. Es relativamente reciente la creación, dentro del ministerio del viceministerio de gestión de destinos que está en proceso de gestar un plan para la instalación de las primeras organizaciones de gestión de destinos.

Aún es un proyecto puntual, pero podría materializarse en un futuro cercano dado que, cada vez son más apremiantes este tipo de estructuras técnicas, partiendo de la necesidad de gestionar y manejar el territorio turístico desde la integralidad.

#### Capítulo 3. Otras entidades aliadas

La combinación de fortalezas y mandatos del Estado en sus distintas dependencias, así como el concurso de los recursos institucionales permiten potenciar los resultados a través de alianzas estratégicas

Los territorios tienen mayor o menor éxito en la medida en que son capaces de crear alianzas estratégicas con los eslabones de la cadena de valor, organismos del gobierno local o central, o con agencias de cooperación o asociaciones del sector privado, por citar algunas.

El Ministerio de Turismo puede aprovechar los mandatos de otros organismos del Estado para alcanzar mayores y mejores impactos en los destinos. Veamos solo algunas de las organizaciones que pueden ser objeto de alianzas por el turismo.

##### 3.1 Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)

El Infotep es el organismo rector del sistema nacional de formación técnico profesional de República Dominicana, creado mediante la Ley 116, del 16 de enero de 1980, y regulado por el reglamento 1894, del 11 de agosto del mismo año. Es una organización autónoma del Estado, investida de personalidad jurídica, de carácter no lucrativo y patrimonio propio, dirigida por una junta de directores de estructura tripartita, integrada por los sectores oficial, empresarial y laboral, y administrada por una dirección general.

Las funciones principales que desempeña el INFOTEP son:

- ✓ **Organizar y regir** el sistema nacional de formación técnico profesional que, con el esfuerzo conjunto del Estado, de los trabajadores y de los empleadores, enfoque el pleno desarrollo de los recursos humanos y el incremento de la productividad de las empresas, en todos los sectores de la actividad económica.
- ✓ **Impulsar la promoción social** del trabajador, a través de su formación integral, para hacer de él un ciudadano responsable, poseedor de los valores morales y culturales necesarios para la armonía y la convivencia nacional.

**Visión:** ejercer con efectividad la rectoría del sistema nacional de formación técnico profesional y ofrecer servicios innovadores con los más altos estándares de calidad a los grupos de interés.

**Misión:** contribuir al desarrollo económico y social del país, a través de la prestación de servicios de formación técnico profesional y apoyo a la productividad.

El INFOTEP ofrece programas de formación técnica en los destinos turísticos por eslabón, es decir, dirigidos a: hotelería, restauración, atención al cliente, entre otros. Puede asimismo crear cursos de formación técnica en las áreas donde existan vacíos formativos, tal como se presenta a continuación:

Tabla 32. Listado de cursos impartidos por Infotep para el fortalecimiento de gestión territorial (pending)

Nº	Nombre del curso
1	Gestor Comunitario de Desarrollo de Turismo Sostenible
2	Gestor de turismo sostenible basado en la comunidad
3	Emprendedor de turismo comunitario sostenible

### 3.2 Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD)

Partiendo su mandato institucional legal, el MEPYD tiene las siguientes funciones:

- ✓ Ser el órgano rector del Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública y del Ordenamiento y la Ordenación del Territorio.
- ✓ Ejercer la rectoría del Sistema Nacional de Cooperación Internacional No Reembolsable.
- ✓ Formular la Estrategia Nacional de Desarrollo y el Plan Nacional Plurianual del Sector Público, incluyendo la coordinación municipal, provincial, regional, nacional y sectorial para garantizar la debida coherencia global entre las políticas, planes, programas y acciones.
- ✓ Formular y proponer al consejo de gobierno una política de desarrollo económico, social, territorial y administrativa sostenible, tomando en cuenta el uso racional y eficiente de los recursos productivos e institucionales, así como promoviendo la equidad de género.
- ✓ Coordinar la formulación y ejecución de los planes, proyectos y programas de desarrollo de los organismos públicos, comprendidos en el ámbito del Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública.
- ✓ Evaluar los impactos logrados en el cumplimiento de las políticas de desarrollo económico, social, territorial, administrativos y de recursos humanos mediante la ejecución de los programas y proyectos a cargo de los organismos del sector público.
- ✓ Establecer las políticas en materia de la cooperación internacional no reembolsable, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- ✓ Negociar y acordar con los organismos multilaterales y bilaterales de financiamiento la definición de la estrategia para el país en lo que respecta a la identificación de las áreas, programas y proyectos prioritarios a ser incluidos en la programación de dichos organismos.
- ✓ Definir, en consulta con los organismos involucrados, los compromisos no financieros que se acuerden con los organismos multilaterales y bilaterales, dando seguimiento al cumplimiento de los mismos.

El MEPYD tiene la potestad de coordinar apoyos internacionales por ser este el ente articulador con las agencias, bilaterales y multilaterales. Además, identificando las necesidades del sector turístico puede orientar asistencias y préstamos para el turismo. Ejemplo de esto es el Préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo para el Programa de Fomento de Ciudad Colonial en Santo Domingo. Y para la formación y fortalecimiento de los grupos territoriales, pudiera apoyar la coordinación de la participación de las entidades del Estado.

### 3.3 Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Mimarena)

Como entidad del Estado, las funciones esenciales del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales son, entre otras, las siguientes:

- ✓ Elaborar, ejecutar y fiscalizar las políticas sobre medioambiente y recursos naturales.
- ✓ Dar cumplimiento a los acuerdos internacionales ratificados por el país en los temas relativos al medioambiente y los recursos naturales.
- ✓ Impulsar la incorporación de la dimensión ambiental y de uso sostenible de los recursos naturales en el Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública.
- ✓ Elaborar y supervisar la aplicación de instrumentos de gestión ambiental que incorporen la valoración ecológica y económica de los ecosistemas y recursos naturales e incentiven los métodos de producción y consumos sostenibles, de conformidad con la legislación vigente.
- ✓ Administrar los recursos naturales de dominio del Estado y velar por su aprovechamiento sostenible integrado.
- ✓ Garantizar la conservación y el uso sostenible del patrimonio natural de la nación, a fin de mantener la producción de los bienes y servicios que proveen los ecosistemas y la diversidad biológica.
- ✓ Prevenir y controlar la contaminación del medioambiente y de los recursos agua, suelo y aire.
- ✓ Garantizar el acceso a la información, a la educación y a la participación en asuntos ambientales.

Un ejemplo de colaboración interministerial pudiese ser la formación de guías intérpretes de la naturaleza, formados y certificados por este ministerio para trabajar de forma exclusiva en áreas protegidas específicas. Son guías muy especializadas en el territorio que tienen la capacidad de elevar los niveles de satisfacción de la experiencia del turista.

Así mismo, orientar procesos a través de reuniones, en todo lo relacionado a temas de gestión ambiental. Dar colaboración y jugar un rol importante a la hora de establecer y fortalecer unidades productivas establecidas en áreas protegidas o con entidades que ofrecen un producto de naturaleza. Además, se encargan de capacitar y certificar guías en áreas protegidas.

### 3.4 Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM)

El MICM es el órgano rector y el encargado de la formulación, adopción, seguimiento, evaluación y control de las políticas, estrategias, planes generales, programas, proyectos y servicios de los sectores de la industria; exportaciones; el comercio interno y el comercio exterior; las zonas francas; regímenes especiales y las Mipymes, incluida la comercialización, el control y el abastecimiento del mercado de derivados del petróleo y demás combustibles, conforme a los lineamientos y prioridades del gobierno central.

**Visión:** ser una institución referente nacional y regional en el diseño, formulación y ejecución de políticas, planes y programas; gestionando de manera eficiente, innovadora y transparente el fomento y regulación de los sectores de la industria, el comercio y las Mipymes, con un equipo íntegro, competente y altamente comprometido con el desarrollo del país.

**Misión:** impulsar el desarrollo de la industria, el comercio y las Mipymes, facilitando su crecimiento sostenible y la generación de empleos de calidad, mediante el diseño y ejecución de políticas públicas y la regulación eficiente de las actividades productivas, propiciando la competitividad de esos sectores.

El MICM cuenta con un programa de apoyo a micro, pequeña y mediana empresa a nivel nacional a través de los llamados Centros PYMES localizados en diversos puntos del país. Estos centros cuentan con programas y servicios de desarrollo empresarial en materia de gerencia, elaboración de planes de negocios, innovación, calidad, asociatividad, transformación tecnológica, formalización de empresas, inteligencia de negocios, capacidad de exportación, encadenamientos productivos, enlaces sectoriales, mejora de la productividad, emprendimientos y otros.

### 3.5 Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC)

Otra entidad que es importante considerar es el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones que juega las siguientes funciones.

- ✓ Desarrollar y establecer los reglamentos sobre los cuales deben regirse las actividades relacionadas con la construcción en sentido general.
- ✓ Planificar, programar la ejecución y efectuar los estudios socioeconómicos y técnicos de proyectos viales y de edificaciones requeridos para garantizar el establecimiento de las adecuadas redes de comunicación terrestre, aérea y marítima en todo el territorio nacional.
- ✓ Garantizar la calidad en la ejecución de obras de ingeniería y arquitectura en el país, mediante el análisis, evaluación y supervisión de planos, presupuestos de obras, así como, calidad técnica del personal involucrado en la actividad.
- ✓ Fiscalizar y supervisar las obras públicas en ejecución para garantizar que se cumpla con las normas y reglamentos establecidos para dicha actividad, así como, que se cumpla con las especificaciones establecidas en las contrataciones de obras.
- ✓ Propiciar la participación de los actores del sector construcción a través de la realización de los concursos y sorteos requeridos para la ejecución de obras.
- ✓ Asegurar la calidad y cantidad de materiales utilizados en los proyectos de construcción, realizando los análisis correspondientes para garantizar que se cumpla con las especificaciones técnicas establecidas.
- ✓ Realizar el mantenimiento de las redes viales del país para garantizar la segura y efectiva comunicación terrestre en el territorio nacional.
- ✓ Establecer, supervisar y controlar el sistema de peajes nacionales a fin de asegurar los recursos necesarios para el mantenimiento vial.

El MOPC es el llamado a ejecutar las redes viales del país y señalizarlas. Mediante una alianza con el MITUR pudiesen mejorar estas condiciones en las rutas y circuitos turísticos que se desarrollen.

## Índice de tablas

Tabla 1. Ejemplo de Destination Marketing Organization (DMO) enfocado en marketing .....	6
Tabla 2. Ejemplo de DMO bajo el precepto de MANEJO del territorio.....	6
Tabla 3. Listado clústeres turísticos de la República Dominicana reconocidas por Consejo Nacional de Competitividad (CNC).....	9
Tabla 4. Aportes al destino por parte de los clústeres .....	10
Tabla 5. Consejo de Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES).....	11
Tabla 6. Cuadro comparativo de funciones y alcances del sector público y privado dentro de un grupo territorial .....	15
Tabla 7. Grupo territorial del Proyecto TCS (subregiones y nivel de alcance territorial).....	16
Tabla 8. Listado de grupos territoriales y grupos sub regionales en la región Norte .....	17
Tabla 9. Aspectos y claves para la conformación y fortalecimiento de los grupos territoriales.....	19
Tabla 10. Ejemplo Clave 1-1: Considerar la participación mixta, público-privada.....	20
Tabla 11. Caso UMPC-Sosúa .....	20
Tabla 12. Ejemplo Clave 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo.....	22
Tabla 13. Ejemplo Clave 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla.....	23
Tabla 14. Ejemplo Clave 2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado .....	24
Tabla 15. Ejemplo buenas prácticas Grupo Regional de Cibao Noroeste.....	25
Tabla 16. Ejemplo Clave 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio .....	26
Tabla 17. Ejemplo Clave 3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que destaquen en el territorio .....	27
Tabla 18. Ejemplo Clave 3-2: Crear una marca local que identifique y fomente el orgullo .....	28
Tabla 19. Clave 3-3: Considerar la cadena del valor.....	29
Tabla 20. Ejemplo Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario .....	30
Tabla 21. Ejemplo 2 Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario.....	31
Tabla 22. Ejemplo Clave 6-1: Fortalecer la capacidad local.....	32
Tabla 23. Mapeo de actores .....	35
Tabla 24. Ejemplo levantamiento de listado de los recursos locales.....	37
Tabla 25. Método de levantamiento de oferta del territorio .....	38
Tabla 26. Método de Identificación de los recursos locales participativa.....	39
Tabla 27. Ejemplo Fichas de recursos locales.....	40
Tabla 28. Ejemplo FODA.....	43
Tabla 29. Ejemplo Ruta de Miel en la provincia de Dajabón.....	45
Tabla 30. Ejemplo Circuito «Esencia de Sabor» y 4 rutas temáticas.....	47
Tabla 31. Bayahibe, un caso donde no hubo la planificación.....	51
Tabla 32. Listado de cursos impartidos por Infotep para el fortalecimiento de gestión territorial (pending).....	53

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Etapa de desarrollo de organización: TCS en la República Dominicana.....	15
Ilustración 2. Esquema del grupo territorial e integración comunitaria de CODEJAN.....	22
Ilustración 3. Ejemplo Listado de los recursos locales .....	39
Ilustración 4. Ejemplo Mapa de los recursos locales.....	39

## Referencias

- Banco Internacional de Desarrollo (BID). (2005). *BID apoya proyecto para gestión turística sostenible en República Dominicana*. <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2005-11-18/bid-apoya-proyecto-para-gestion-turistica-sostenible-en-republica-dominicana%2C1283.html>.
- Barrado Timón, Diego A. (2004). *El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfica-territorial*, en: Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Revista *Estudios Turísticos*, no. 160, pp. 45-68
- Consejo Nacional de Competitividad (CNC). (2016). *Informe preliminar sobre el cluster turísticos de Montecristi y recomendaciones para su fortalecimiento*. <https://cnc.gob.do/index.php/es/biblioteca/clusters/category/56-cluster-turistico-de-montecristi>.
- Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES). (s.f.). <https://cdes.do/consejo-para-el-desarrollo-estrategico-de-santiago/>.
- Edson Larrea Sánchez. (2020). *Qué es la Organización de Gestión de Destinos (OGD) y su importancia en la planificación de un territorio*. <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-organizacion-de-gestion-de-destinos-ogd-y-su-importancia-en-la-planificacion-de-un-territorio/>.
- Gobierno de La Rioja. (2018). *Plan parcial de excelencia turística 2018/2021*. <https://web.larioja.org/plan?pla=plan-parcial-de-excelencia-turistica-2018-2021>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú. (s.f.). *Mapeo de Actores*. <https://www.ana.gob.pe/2019/consejo-de-cuenca/pampas/AJ>.

Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (Mepyd). (s.f.). *Ley 1-12 Estrategia nacional de desarrollo 2030*. <https://mepyd.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/end/marco-legal/lev-estrategia-nacional-de-desarrollo.pdf>.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD) – Preparando las OGD de cara a nuevos retos*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

Silva, Miguel. (2010). *Guía para identificación de recursos locales basado participación de los actores locales*, Proyecto de Turismo Sostenible Basado en la Participación Público-Privada para la Provincia de Puerto Plata (Turisopp).

Swisscontact. (2014). *Conceptos básicos para la Gestión de Destinos Turísticos*, Lima, Arkabas, en: Edson Larrea Sánchez. (2020). <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-organizacion-de-gestion-de-destinos-ogd-y-su-importancia-en-la-planificacion-de-un-territorio/>.

The Division of Culture and Arts. (s.f.). *Directory of Florida Direct Marketing Organizations (DMOs)*. <https://dos.myflorida.com/cultural/info-and-opportunities/resources-by-topic/cultural-tourism-toolkit/directory-of-florida-direct-marketing-organizations-dmos/>.

World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284420858*.





## **Anexo 13**

### **Lista de las capacitaciones realizadas en el campo**











Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Diciembre 2018

Table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto. Includes sub-sections for Nivel Región Norte and Nivel Nacional.

Summary table for Nivel Nacional with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

TOTAL GENERAL summary table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Noviembre 2018

Table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto. Includes sub-sections for Nivel Región Norte and Nivel Nacional.

Summary table for Nivel Nacional with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

TOTAL GENERAL summary table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Octubre 2018

Table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto. Includes sub-sections for Nivel Región Norte and Nivel Nacional.

Summary table for Nivel Nacional with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

TOTAL GENERAL summary table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Septiembre 2018

Table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto. Includes sub-sections for Nivel Región Norte and Nivel Nacional.

Summary table for Nivel Nacional with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

TOTAL GENERAL summary table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

Summary table for Nivel Nacional with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

TOTAL GENERAL summary table with columns: Fecha (Fecha/ Mes), Actividad, Contenido de la actividad, Lugar, Región, Grupo meta, Num. de part., Responsable de parte del proyecto.

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto								Mes: Agosto 2018		
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto			
<b>NIVEL REGION NORTE</b>										
1	1	Agosto	Reunión	Reunión con MEPRODA	ADIEDA, Dajabón	Chico Noroeste	MEPRODA	5	Ambar	
2	1	Agosto	Reunión	Reunión con Alberto Calderón	Santiago	Chico Norte	TCS	12	Neryskai	
3	1	Agosto	Reunión	Reunión para organización de la Plaza Rosales	Villa Maestra	Chico Noroeste	Boleros de Villa Maestra	12	Alberto	
4	2	Agosto	Reunión	Reunión con Líderes Productores de Alimentos	Almeida	Chico Norte	UP de Almeida	5	Alberto	
6	7	Agosto	Acompañamiento	Visita a Montecristal	Centro de Interpretación de la Ruta del Café Yajón y Playa El Morro	Chico Noroeste	UP de Montecristal	3	Ambar	
7	7	Agosto	Reunión	Asesoría sobre planes de acción en Maricao	Club de Golf Maricao	Chico Noroeste	Comunidad de Maricao	24	Ambar	
8	10	Agosto	Reunión	Reunión con el Grupo Territorial de Santiago Rodríguez	Subcomandante Provincial Santiago Rodríguez	Chico Noroeste	GT Santiago Rodríguez	7	Ambar	
9	11	Agosto	Acompañamiento	Reunión al Sr. Yamada, recortador en Montecristal	Centro de Interpretación de la Ruta del Café Yajón y Playa El Morro	Chico Noroeste	Comunidad del Morro, Montecristal	6	Ambar	
10	12	Agosto	Sanabilización	Presentación de la Ruta de la Miel en Festival Multicultural entre Yajón y RD	Club Casavento Dajabón, Dajabón	Chico Noroeste	Ruta de la Miel	200	Ambar Lisette	
11	13	Agosto	Acompañamiento	Visita a Fábricas de caudal	Monción, Santiago Rodríguez	Chico Noroeste	Fábricas de Caadabá	3	Mercy	
12	14	Agosto	Acompañamiento	Visita al punto de la "Ruta del Cacao" y a la "Ruta del Café"	Monción, Santiago Rodríguez	Chico Noroeste	Ruta del Cacao	9	Ambar Mercy	
13	20	Agosto	Reunión	Sesión avanzada en UP de Cabaneta	Cabaneta	Chico Norte	TCS	4	Alberto	
14	22	Agosto	Reunión	Reunión digital con ADEVA y LTI	Valverde - Cabaneta	Chico Noroeste	ADEVA Y TCS	6	Ambar Alberto	
15	23	Agosto	Sanabilización	Charla sobre recursos locales POP	Guantanamo	Chico Norte	Comunidad Guarantó	80	Alberto	
16	25	Agosto	Capacitación	Taller de independencia de recursos locales	CTC de Monción, SR	Chico Noroeste	Comunidad de Monción	19	Mercy	
17	27	Agosto	Reunión	Reunión con ADEVA y LTI	Oficina ADEVA, Mao	Chico Noroeste	ADEVA Y TCS	8	Ambar	
18	28	Agosto	Reunión	Reunión con Grupo Territorial de Santiago Rodríguez	Sabana, Santiago Rodríguez	Chico Noroeste	GT Santiago Rodríguez	8	Mercy	
<b>TOTAL SEMANALIZADOS Y CAPACITADOS</b>								280	19	
<b>TOTAL GENERAL</b>								279		

NIVEL NACIONAL										
1	2	Agosto	Reunión	Reunión con Francisco Almirante	Santo Domingo	Nacional	TCS y Compañías	4	Neryskai	
2	7	Agosto	Reunión	Reunión con Alberto Calderón	Santo Domingo	Nacional	TCS y Compañías	2	Neryskai	
5	20	Agosto	Reunión	Reunión con Lissette	Santo Domingo	Nacional	TCS y Compañías	2	Neryskai	
6	22	Agosto	Reunión	Reunión avanzada Proyecto Nacional	Santo Domingo	Nacional	TCS y Compañías	2	Neryskai	
8	31	Agosto	Reunión	Reunión de Equipo TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	16	Todes	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>								35		
<b>TOTAL GENERAL:</b>								205		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto											Mes: Abril 2018		
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto						
<b>NIVEL REGION NORTE</b>													
1	2	Julio	Reunión	Seguimiento al Proyecto "Mercado de Productores Locales"	OPF Valverde	Chico Noroeste	ADEVA	5	Ambar				
2	1	Julio	Acompañamiento	Visita a la fábrica de azúcar de Barahona y al Centro de Interpretación de la Ruta del Café Yajón	Monción	Chico Noroeste	Fábrica de azúcar Monción	5	Neryskai				
3	1	Julio	Reunión	Sesión de revisión de planes con representantes de la Ruta de la Miel	Parícuti, Dajabón	Chico Noroeste	Ruta de la miel	5	Ambar				
4	5	Julio	Reunión	Socialización sobre Oferta Financiera	Santiago	Chico Norte	Activos Comunitarios Santiago	4	Neryskai				
5	6	Julio	Reunión	Seguimiento al Proyecto "Club Casavento de Barahona y Su Mejor" "Ruta de la Miel en Dajabón"	OPF Valverde	Chico Noroeste	Ruta de la miel	3	Ambar				
6	24	Julio	Acompañamiento	Visita al "Punto de la Miel"	Almeida	Chico Noroeste	UP de Almeida	2	Neryskai				
7	11	Julio	Reunión	Reunión con el Sr. Yamada	Almeida	Chico Norte	UP de Almeida	2	Neryskai				
8	11	Julio	Sanabilización	Presentación de proyecto TCS, basado de foto, reconocimiento de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales, Asesoría y visita Maricao	Playa Rosales, Villa Maestra	Chico Noroeste	Boleros de Villa Maestra	11	Alberto				
9	13	Julio	Reunión	Sesión con ADEVA para explicación de la metodología del estudio de tráfico en la carretera JICOME	OPF Valverde	Chico Noroeste	Comunidad de Jicomé	8	Ambar				
10	13	Julio	Capacitación	Estudio de tráfico en Camelote	OPF Mao	Chico Noroeste	Comunidad Mao	8	Alberto				
11	14	Julio	Capacitación	Participación en curso de elaboración de jalebios con espesas de café, levantamiento de necesidades infraestructurales de la Ruta de la Miel	Local de Vajón Maricao, Dajabón	Chico Noroeste	Ruta de la miel	27	Ambar				
12	16	Julio	Reunión	Reunión con Director de Medio Ambiente	Oficina de Medio Ambiente	Chico Norte	Santuario Marañón	6	Alberto				
13	17	Julio	Reunión	Presentación de proyecto TCS, basado de foto, reconocimiento de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta	Pico Diego de Camacho	Chico Norte	SOECI	8	Alberto				
14	18	Julio	Acompañamiento	Apoyo a actividades relacionadas con el Proyecto JICOME	"Punto de parada de JICOME"	Chico Noroeste	Comunidad de Jicomé	5	Ambar				
15	19	Julio	Reunión	Para planificación de actividades de visita de terreno locales Productores	OPF Valverde	Chico Noroeste	Comunidad de Valverde	5	Ambar				
16	19	Julio	Sanabilización	Presentación de Proyecto TCS, basado de foto, reconocimiento de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de oferta	Higüey	Chico Norte	ASDARTEH	9	Alberto Dómar				
17	20	Julio	Reunión	Reunión con el Asesor de Medio Ambiente	Restaurante De Amparo Ca	Chico Noroeste	Abalá de Monción	7	Ambar				
18	20	Julio	Acompañamiento	Revisión por la comisión Monción - SACMA - Santiago, como posible conexión con la "Ruta del Cacao" de Santiago Rodríguez y ruta paraguaya	Mónocro - SACMA - Santiago	Chico Norte	Ruta del Cacao	4	Ambar Dómar				
19	24	Julio	Reunión	Presentación de avances	Dajabón	Chico Noroeste	TCS	10	Lissette				
20	24	Julio	Reunión	Territorial de Dajabón para presentar avances e integrarlo a las otras regiones	Biblioteca Cultural Dajabón	Chico Noroeste	GT Dajabón	7	Ambar				
21	24	Julio	Reunión	Reunión con Asesor de Medio Ambiente	Restaurante Marilyn	Chico Noroeste	Activos locales Maricao	12	Ambar				
22	24	Julio	Reunión	Presentación de Proyecto TCS y análisis de oferta de MTZ	Monción	Chico Noroeste	GT Maricao	20	Lissette				
23	25	Julio	Reunión	Para la reunión preliminar de oferta de Dajabón y Montecristal	Montecristal	Chico Noroeste	Club Montecristal	2	Ambar				
24	25	Julio	Reunión	Para organizar las actividades de Dajabón y Montecristal	Montecristal	Chico Noroeste	Comunidades de Montecristal y Dajabón	4	Ambar				
25	26	Julio	Reunión	Para preparación de contenido de la sesión con posibles beneficiarios de la Ruta de la Miel	OPF Valverde	Chico Noroeste	Ruta del cacao	2	Ambar				
26	26	Julio	Reunión	Presentación del Proyecto TCS en ACS al Sr. Martín Almirante	Santiago	Chico Norte	ACS	2	Neryskai				
27	26	Julio	Reunión	Reunión con Cluster Santiago Consulta de Insumos de TIOO para el Proyecto	Santiago	Chico Norte	Cluster Santiago y TIOO	2	Neryskai				
<b>TOTAL SEMANALIZADOS Y CAPACITADOS</b>								20	35				
<b>TOTAL GENERAL:</b>								205					

NIVEL NACIONAL										
1	2	Julio	Reunión	Combinación Expediente con Depto. Promoción Internacional	Santo Domingo	Nacional	TCS-Comp. Int.	4	Neryskai	
4	13	Julio	Reunión	Presentación de Propuesta de Proyecto con Promoción WEB T	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Neryskai	
8	17	Julio	Reunión	Re-afirmación de colaboración con Relaciones Públicas	Santo Domingo	Nacional	TCS-PPP	4	Neryskai	
10	24	Julio	Reunión	Anuncio de TCS hacia a empresas productoras con el CAPP	Santo Domingo	Nacional	TCS-PPP	4	Neryskai	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>								14		
<b>TOTAL GENERAL:</b>								69		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto											Mes: Junio 2018		
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto						
<b>NIVEL REGION NORTE</b>													
1	1	Junio	Reunión	Reunión con Dr. Echeverría sobre la participación del Museo Taino en la experiencia de Misiona Dominicana	Miaseo Taino	Chico Norte	Miaseo Taino	8	Alberto				
2	4	Junio	Reunión	Sobre mercado productivo de Almeida con equipo LTI	Oficina de OPF Cabaneta	Chico Norte	Productores de Almeida	4	Alberto				
3	4	Junio	Participación	Participación en sesión con el Comité Técnico de Valverde	"Punto de parada de JICOME"	Chico Noroeste	Cluster turístico Valverde	18	Ambar				
4	6	Junio	Reunión	Reunión con el Grupo Territorial de Valverde	OPF de Mao	Chico Noroeste	GT de Mao	4	Ambar				
5	8	Junio	Reunión	Reunión con el Grupo Territorial de Valverde	OPF de Mao	Chico Noroeste	GT de Mao	4	Ambar				
6	17	Junio	Socialización	Profundización de Reuniones Complementarias en Santiago Rodríguez	Santiago Rodríguez	Chico Noroeste	Activos clave de Santiago Rodríguez	3	Mercy				
7	8	Junio	Acompañamiento	Profundización de Complementarias. Reserva Forestal La Noria (identificación de áreas, el Charco del Inho y La Fumia)	Santiago	Chico Norte	Charco del Inho y La Fumia	3	Mercy				
8	8	Junio	Reunión	Sesión avanzada de Barahona, al Charco del Inho (Rio Guarayo) y Reserva de Vida Silvestre La Fumia	ZOCA	Chico Noroeste	Sector Barahona	5	Alberto				
9	12	Junio	Reunión	Sobre mini proyecto de Barahona y su masa y mercado de Barahona	Oficina Barahona, Mao	Chico Noroeste	Barahona	7	Ambar				
10	12	Junio	Reunión	Sobre mini proyecto de Barahona y su masa y mercado de Barahona	Oficina Barahona, Mao	Chico Noroeste	Barahona	7	Ambar				
11	12	Junio	Reunión	Reunión con Agricultores "Ruta de la miel Dajabón"	Centro de Interpretación de la Ruta del Café Yajón y Playa El Morro	Chico Noroeste	Ruta de la miel	12	Ambar				
12	13	Junio	Reunión	Reunión con Agricultores "Ruta de la miel Dajabón"	Dajabón	Chico Noroeste	Agricultores Dajabón	12	Lissette				
13	13	Junio	Acompañamiento	Visita a agencias para identificación de las vendidas y necesidades	Monción y Parícuti, Dajabón	Chico Noroeste	Agencias Dajabón	5	Ambar				
14	13	Junio	Reunión	Reunión líder Maricao para incorporación de sede grupo a grupo TCS	Maricao	Chico Noroeste	Líderes de Maricao	4	Lissette				
15	14	Junio	Reunión	Candidatos para apoyo a levantamiento de Oferta Financiera las días 14 y 25	Maricao	Chico Norte	Activos cercanos de Santiago	4	Neryskai				
16	14	Junio	Participación	Profundización "Tubing en el Rio Mao"	Desde Dómar de Tronío hasta el Estación de Tronío (Rio Mao, Valverde)	Chico Noroeste	Tubing Mao	17	Ambar				
19	19	Junio	Reunión	Socialización para coordinación de Mini Proyecto "De los productores de Barahona a su mejor". Discusión sobre documento de desarrollo de Ruta del Cacao y Santiago Rodríguez, a fin de preparar acciones	Oficina Barahona, Valverde	Chico Noroeste	Barahona	2	Ambar Mercy				
17	20	Junio	Capacitación	Enseño de Guiso con Aceite de Misiona Dominicana	Guantanamo	Chico Noroeste	UMPC Misiona Dominicana	30	Alberto				
18	20	Junio	Reunión	Sobre Mercado de Barahona y su masa y mercado de Barahona	Oficina ADEVA	Chico Noroeste	ADEVA	7	Ambar Alberto				
19	21	Junio	Reunión	Reunión con GT de SR para socializar ideas de mini proyectos y levantar plan de trabajo para desarrollarlo	Oficina de Gobernación en Sabana, Santiago Rodríguez	Chico Noroeste	GT Santiago Rodríguez	6	Mercy				
20	21	Junio	Reunión	Seguimiento VALAT T3 y Extranjo Oficial	Santiago	Chico Norte	TIOO	2	Neryskai				
21	21	Junio	Reunión	Sobre proyecto de selección de camellera con miel	Via SYPURAMA OPF de Mao	Chico Noroeste	TCS	4	Alberto				
22	21	Junio	Reunión	Reunión con el grupo de trabajo sobre la selección de camellera y mercado de productores locales	MTUR Valverde y MATUR SD	Chico Noroeste	TCS MATUR	6	Alberto				
23	22	Junio	Visita con TIOO	Visita al "Punto de la Miel"	Santiago	Chico Norte	TIOO	3	Neryskai				
24	26	Junio	Acompañamiento	Visita a Puntos de Ruta del Cacao (Barricas) con GT de Barahona y visitas a productores	Monción, Santiago Rodríguez	Chico Noroeste	Ruta del cacao	6	Mercy				
25	28	Junio	Reunión	Presentación de avances y planes separados de líneas de trabajo Equipo Proyecto TCS	Santiago	Chico Norte	TCS	12	Mercy				
<b>TOTAL SEMANALIZADOS Y CAPACITADOS</b>								6	30				
<b>TOTAL GENERAL:</b>								248	30				

NIVEL NACIONAL										
1	8	Junio	Reunión	Reunión Cámara de Comercio	Santo Domingo	Nacional	Cámara de Comercio	3	Neryskai	
2	12	Junio	Reunión	Reunión avanzada	Santo Domingo	Nacional	TCS y Compañías	30	Lissette	
3	12	Junio	Reunión	Reunión con Mesa de Acción Conjunta de MC en DPP/MATUR: identificación de responsabilidades e implementación de estrategias en repeticiones conjuntas	DPP-Santo Domingo	Nacional	MC-MATUR	5	Mercy	
4	14	Junio	Seguimiento	Presentación de avances en el desarrollo de contenidos de Programas TCS con el MTCOPE; presentación de metodología de implementación a aliados, solicitud de ajustes al plan con apoyo de aliados	Salón de Reuniones de JICA-De. Dgo	Nacional	TCS-IN-OPEP	17	Mercy	
5	16	Junio	Reunión	Reunión con Mesa de Acción Conjunta de MC en DPP/MATUR: identificación de responsabilidades e implementación de estrategias en repeticiones conjuntas	Santo Domingo	Nacional	TCS y Compañías	3	Neryskai	
6	16	Junio	Reunión	Reunión con Mesa de Acción Conjunta de MC en DPP/MATUR: identificación de responsabilidades e implementación de estrategias en repeticiones conjuntas	Santo Domingo	Nacional	TCS y Compañías	3	Neryskai	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>								248		
<b>TOTAL GENERAL:</b>								278		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto											Mes: Mayo 2018		
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto						
<b>NIVEL REGION NORTE</b>													
1	1	Mayo	Reunión	Reunión de equipo LTI	Puerto Plata	Chico Norte	TCS	5	Alberto Dómar				
2	1	Mayo	Reunión	Reunión con Arquey Lina Tour sobre Turismo de cruces	Puerto Plata	Chico Norte	Lina Tour	5	Alberto Dómar				
3	2	Mayo	Reunión	Reunión con UMPC Sousa sobre Festival	Sosua	Chico Noroeste	UMPC Sousa	11	Alberto Dómar				
4	2	Mayo	Reunión	Situación de turismo de cruces	Dajabón	Chico Noroeste	Sector cruces	6	Alberto Dómar				
5	3	Mayo	Expectación	Nuevo producto basado en tema miel	Dajabón	Chico Noroeste	Ruta de la miel	13	Ambar Lisette				
6	7	Mayo	Reunión	Reunión con el grupo de trabajo para trabajar nuevo producto	Guantanamo	Chico Norte	UMPC Guantanamo	7	Alberto Dómar				
7	7	Mayo	Reunión	Reunión con el grupo de trabajo para trabajar nuevo producto	Guantanamo	Chico Norte	UMPC Guantanamo	7	Alberto Dómar				
8	7	Mayo	Reunión	Reunión con el grupo de trabajo para trabajar nuevo producto	Guantanamo	Chico Norte	UMPC Guantanamo	7	Alberto Dómar				
9	8	Mayo	Reunión	Reunión con el grupo de trabajo para trabajar nuevo producto	Guantanamo	Chico Norte	UMPC Guantanamo	7	Alberto Dómar				
10	9	Mayo	Reunión	Reunión con el grupo de trabajo para trabajar nuevo producto	Guantanamo	Chico Norte	UMPC Guantanamo	7	Alberto Dómar				
11	11	Mayo	Expectación	Nuevo producto basado en tema miel	Dajabón	Chico Noroeste	Ruta de la miel	13	Ambar Lisette				

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Abril 2018

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1	Abril	Reunión con especialistas para Obtención de datos para ruta de la zona	Dajabón	Cibao Noroeste	Aspirantes de Dajabón	8	Lissette
2	Abril	Reunión	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	5	Ambar
4	Abril	Seguimiento a Equipo Valverde 2018 con GT de Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	5	Ambar
3	Abril	Reunión	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Nerykaly
4	Abril	Reunión	Provincia Dajabón	Cibao Noroeste	Aspirantes de Dajabón	10	Ambar
5	Abril	Reunión	Altagracia	Cibao Norte	Productores de Altagracia	8	Albano
6	Abril	Reunión de seguimiento a Equipo Valverde 2018 con GT de Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	6	Ambar
7	Abril	Capacitación	Montecristi	Cibao Noroeste	OREMONT - Asesoramiento de Aves	10	Ambar
8	Abril	Reunión	San Juan	Cibao Norte	Actores comunitarios Santiago	4	Nerykaly
9	Abril	Reunión	San Juan	Cibao Norte	Actores comunitarios Santiago	4	Nerykaly
10	Abril	Reunión con Cañeros de Comercio	Cañeros de Comercio	Cibao Norte	Cañeros de Comercio	3	Nerykaly
11	Abril	Reunión	Montecristi	Cibao Noroeste	Ruta de avifauna	30	Lissette
12	Abril	Capacitación	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Albano
13	Abril	Reunión de seguimiento a Equipo Valverde 2018 con GT de Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	7	Ambar
14	Abril	Reunión	Cibao Norte	Cibao Norte	TCS	3	Nerykaly
15	Abril	Reunión	Altagracia	Cibao Norte	Productores de Altagracia	11	Albano
16	Abril	Reunión	Cabarete	Cibao Norte	TCS	11	Albano
17	Abril	Reunión de Equipo	Mesa	Cibao Noroeste	TCS	13	Nerykaly
						Total Sanabilizados:	11
						Total Capacitados:	40
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	51

NIVEL NACIONAL

1	2	Abril	Reunión	Seguimiento actividad de Educadoras	Santo Domingo/MITUR	Nacional	TCS-JICA	2	Nerykaly
3	4	Abril	Reunión	Reunión Inicial	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Nerykaly
4	6	Abril	Reunión	Presentación de Guías confirmadas	Santo Domingo ANDRÉS BARRERA	Nacional	Andrés Barrera	4	Nerykaly
5	13	Abril	Reunión	Presentación de Protocolo y Reglas Administrativas	Santo Domingo JICA	Nacional	TCS	13	Ambar
7	16	Abril	Reunión	Reunión de Promoción Internacional avianca NZ	Santo Domingo MITUR	Nacional	TCS-Internacional	5	Nerykaly
8	20	Abril	Reunión	Seguimiento a Oficina Financiera con Cámara	Santo Domingo Cámara de Comercio	Nacional	TCS-Cámara de Comercio	3	Nerykaly
9	20	Abril	Reunión	Reunión ANADIRE	Santo Domingo	Nacional	Andrés Barrera	4	Nerykaly
10	23	Abril	Reunión	Presentación de TCS a Directora de Planificación de MOPC	Santo Domingo	Nacional	MOPC	3	Lissette
						Total Sanabilizados:	36		
						TOTAL GENERAL:	87		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Marzo 2018

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	5	Marzo	Participación	Toma de lista Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad Valverde	3	Ambar
2	5	Marzo	Participación	Toma de lista en San Juan, Santiago, Rodríguez y 7	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Comunidad Santiago Rodríguez	3	Ambar
3	6	Marzo	Reunión	Reunión interna del equipo Regional de TCS	Valverde	Cibao Noroeste	TCS y TDO	4	Nerykaly
4	8	Marzo	Reunión	Verificar avances TCS 11 y 12 (reunión planificada en NZ)	Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Nerykaly
5	8	Marzo	Capacitación	Módulo de Capacitación	Santiago	Cibao Norte	TCS	18	Albano
6	14	Marzo	Capacitación	Charla "Cómo mejorar un negocio en un producto artesanal"	OPF Valverde	Cibao Noroeste	TCS	17	Ambar
7	15	Marzo	Participación	Toma de lista en Montecristi	Montecristi	Cibao Noroeste	Comunidad Montecristi	3	Ambar
8	15	Marzo	Reunión	Propuesta de actividades para el programa de seguimiento con	Cibao Norte	Cibao Norte	Actores Financieros Santiago	2	Nerykaly
9	18	Marzo	Reunión	Plan de Actividades TCS	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	5	Albano
10	16	Marzo	Reunión	Presentación Plan de Trabajo 13 y ejecución de desarrollo de actividades con el comité técnico POP	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS y Comité Técnico POP	6	Nerykaly
11	22	Marzo	Reunión	Reunión con GT Valverde para planificación de participación en	OPF Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	11	Ambar
12	24	Marzo	Capacitación	Taller en campo	Jamasí al Norte	Cibao Norte	Jamasí al Norte	19	Ambar
13	20	Marzo	Reunión	Preparación de actividad con talleres y registro de visitantes.	Cabarete	Cibao Norte	Sindicato de Técnicos POP	7	Albano
14	20	Marzo	Sanabilización	Entrega de volantes, entrega de folletos, entrega de volantes y registro de visitantes, entrega de folletos, entrega de volantes	Jamasí al Norte	Cibao Norte	Jamasí al Norte	5	Albano
15	21	Marzo	Reunión	Reunión con MOPC para revisión de actividades de MOPC	Altagracia	Cibao Norte	AMPC Estero Honda	8	Albano
16	21	Marzo	Sanabilización	Reunión con MOPC para revisión de actividades de MOPC	Altagracia	Cibao Norte	Choculata	8	Albano
17	22	Marzo	Reunión	Reunión con Valverde, entrega de materiales y equipos para implementación de actividades	Puerto Plata	Cibao Norte	Federación de Técnicos POP	18	Albano
18	26	Marzo	Reunión	Reunión con Valverde, entrega de materiales y equipos para implementación de actividades	Vía Go to meeting	Cibao General	TCS	14	Albano
						Total Sanabilizados:	13		
						Total Capacitados:	66		
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	79		

NIVEL NACIONAL

1	5	Marzo	Capacitación	Sensibilización, entrega de volantes y registro de visitantes	Santo Domingo	Nacional	TCS	8	Albano
2	6	Marzo	Reunión	Reunión de planificación de actividades con los operadores	Santo Domingo	Nacional	Andrés Barrera	4	Nerykaly
3	20	Marzo	Capacitación	Elaboración de Criterios Básicos de Puntos TCS - justificación de	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Nerykaly
4	26	Marzo	Capacitación	Elaboración de Listado Filiales de Recursos TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Nerykaly
						Total Sanabilizados:	4		
						TOTAL GENERAL:	83		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Febrero 2018

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	8	Febrero	Reunión	LMPCC Estero Honda (Experiencia de Manatí)	Estero Honda	Cibao Norte	LMPCC Estero Honda	10	Albano
2	2	Febrero	Capacitación	Taller con GT Cabarete en ST para aplicar las actividades y metas para el 2018	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez - Cabarete	16	Ambar
3	5	Febrero	Reunión	Reunión con OPF Valverde para implementación del Plan de Acción Institucional	Valverde	Cibao Noroeste	OPF Valverde	5	Ambar
4	5	Febrero	Capacitación	Capacitación Choculata	Altagracia	Cibao Norte	Choculata	14	Albano
5	1	Febrero	Capacitación	Capacitación a representantes de Hacienda Cufá	Guamaco	Cibao Norte	Hacienda Cufá	8	Albano
6	6	Febrero	Capacitación	Capacitación a LMPCC Estero Honda	Estero Honda	Cibao Norte	LMPCC Estero Honda	10	Albano
7	7	Febrero	Capacitación	Capacitación para Asociación de Guías Curules de Cabarete	Cabarete	Cibao Norte	Curules de Cabarete	11	Albano
8	7	Febrero	Capacitación	Capacitación a Jamás Eco Tours	Jamasí del Norte	Cibao Norte	Jamasí Eco Tours	7	Albano
9	7	Febrero	Reunión	Reunión GT Cabarete en Santiago Rodríguez, Seguimiento a PA	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez - Cabarete	10	Albano
10	13	Febrero	Capacitación	Capacitación en promoción de los atractivos de Provincia de San Juan, Choculata y Hacienda Cufá	Guamaco	Cibao Norte	Choculata y Hacienda Cufá	8	Albano
11	14	Febrero	Capacitación	Capacitación en promoción de los atractivos de Provincia de San Juan, Curules de Cabarete y Jamás Eco Tours	Cabarete	Cibao Norte	Curules de Cabarete y Jamás Eco Tours	7	Albano
12	20	Febrero	Reunión	Reunión con INFOSEP, conexas para revisión de actividades	Santiago	Cibao Norte	INFOSEP	4	Albano
13	21	Febrero	Sanabilización	Reunión con FLUAPROTECTOS	Puerto Plata	Cibao Norte	FLUAPROTECTOS	6	Albano
14	21	Febrero	Reunión	Reunión con FLUAPROTECTOS	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Nerykaly
15	22	Febrero	Sanabilización	Reunión GT Barano en Valverde, para ajustar metas y resultados para el 2018	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	14	Ambar
16	23	Febrero	Sanabilización	Reunión GT Miel en Dajabón, para ajustar metas y resultados para el 2018	Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón - miel	5	Ambar
17	23	Febrero	Reunión	Reunión de Equipo TCS	Vía Go to Meeting	Cibao General	TCS	10	Albano
						Total Sanabilizados:	22		
						Total Capacitados:	87		
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	119		

NIVEL NACIONAL

1	8	Febrero	Reunión	SEGUIMIENTO JICA	Santo Domingo	Nacional	TCS-JICA	9	Lissette
2	1	Febrero	Reunión	Reunión con ZENIA actividades de Turismo	Santo Domingo	Nacional	ZENIA	4	Nerykaly
3	6	Febrero	Reunión	Acuerdo de problemas pasados	Santo Domingo	Nacional	ANDRÉS BARRERA	3	Nerykaly
4	9	Febrero	Reunión	Visualización de Planes de Trabajo	Santo Domingo	Nacional	TCS	8	Nerykaly
5	15	Febrero	Reunión	Reunión equipo DP/PCA	Santo Domingo	Nacional	TCS y CONTRAPARTES	3	Lissette
6	15	Febrero	Reunión	Reunión con representantes de Hacienda Cufá	Santiago	Cibao Norte	Choculata	5	Albano
7	21	Febrero	Reunión	Reunión con representantes de Hacienda Cufá	Santiago	Cibao Norte	Hacienda Cufá	8	Albano
8	21	Febrero	Reunión	Reunión con representantes de JAMÁS ECO TOURS	Santiago	Cibao Norte	JAMÁS ECO TOURS	8	Albano
9	23	Febrero	Reunión	Reunión con representantes de JAMÁS ECO TOURS	Jamasí del Norte	Cibao Norte	Jamasí Eco Tours	12	Albano
10	23	Febrero	Reunión	Reunión con representantes de JAMÁS ECO TOURS	Cabarete	Cibao Norte	Curules de Cabarete	13	Albano
						Total Sanabilizados:	119		
						TOTAL GENERAL:	170		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Enero 2018

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	12	Ene	Sanabilización	Seguimiento al grupo de Manatí (jamasí relacionada a la ejecución)	Estero Honda	Cibao Norte	LMPCC Estero Honda	8	Albano
2	15	Ene	Reunión	Reunión interna del equipo Regional de OPF RHOZ	Valverde	Cibao Noroeste	OPF Valverde	5	Ambar
3	16	Ene	Reunión	Reunión con OPF Rodríguez para implementación de actividades del Proyecto	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Comunidad Santiago Rodríguez	4	Ambar
4	19	Ene	Reunión	Reunión sobre línea de T1	Cabarete	Cibao Norte	TCS	8	Albano
5	22	Ene	Reunión	Reunión para presentación Linea de Trabajo 2	Cabarete	Cibao Norte	TCS	8	Albano
6	23	Ene	Reunión	Reunión para presentación Linea de Trabajo 2	Valverde	Cibao Noroeste	TCS-MITUR	5	Ambar
7	24	Ene	Capacitación	Taller de capacitación para línea de trabajo 3	Cabarete	Cibao Norte	TCS	5	Albano
8	24	Ene	Reunión	Reunión para presentación Linea de Trabajo 3	Cabarete	Cibao Norte	TCS	5	Albano
9	25	Ene	Reunión	Reunión para presentación Linea de Trabajo 3	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Ambar
10	25	Ene	Reunión	Reunión sobre Proyecto TCS-Plan de trabajo	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Albano
11	26	Ene	Reunión	Reunión para presentación Linea de Trabajo 3	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	5	Ambar
12	30	Ene	Reunión	Reunión con representantes de Choculata	Altagracia	Cibao Norte	Choculata	5	Albano
13	30	Ene	Reunión	Reunión con representantes de Hacienda Cufá	Guamaco	Cibao Norte	Hacienda Cufá	8	Albano
14	30	Ene	Reunión	Reunión con representantes de JAMÁS ECO TOURS	IBSSET	Cibao Norte	JAMÁS ECO TOURS	8	Albano
15	31	Ene	Reunión	Reunión con representantes de JAMÁS ECO TOURS	Jamasí del Norte	Cibao Norte	Jamasí Eco Tours	12	Albano
16	31	Ene	Reunión	Reunión con representantes de JAMÁS ECO TOURS	Cabarete	Cibao Norte	Curules de Cabarete	13	Albano
						Total Sanabilizados:	8		
						Total Capacitados:	14		
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	22		

NIVEL NACIONAL

2	16	Ene	Reunión	Reunión interna del equipo del Proyecto para revisar las Lineas de	Santo Domingo	Nacional	TCS	13	Ambar
						Total Sanabilizados:	13		
						TOTAL GENERAL:	35		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Diciembre 2017

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1 8	Acompañamiento	Apoyo a la Misión de la ONU (Vital LINC-Abasco, Parada el Tuca, Chocoma, Tercera CUA, 27 de Diciembre)	Puerto Plata	Cibao Norte	UP de POP	4	Alberto
2 11	Capacitación	Elaboración de plan de acción Grupo Territorial "Santos" (elaboración de plan de acción)	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde - bananas	10	Alberto
3 19	Capacitación	Elaboración de plan de acción Grupo Territorial "Maf" Dagoberto	Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón - Maíz	11	Alberto
4 23	Capacitación	Taller de Seguimiento al plan de acción Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad Valverde	8	Alberto
5 20	Sanabilización	Reunión de validación de plan de acción	Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad Valverde	8	Alberto
6 21	Reunión	Reunión Mensual de equipo TCS	Vital desde Cabarete	Cibao Norte	TCS	10	Alberto
						37	
						29	
						66	
						15	
						81	
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1 8	Sanabilización	Segunda Reunión de Comité de Coordinación Comunal (CCC)	Santo Domingo	Nacional	TCS y CONTRAPARTES	20	Alberto
2 13	Reunión	Reunión MESA TECNICA	Santo Domingo	Nacional	TCS	15	Alberto
						15	Lisette
						81	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Noviembre 2017

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1 11	Acompañamiento	Visita a recursos seleccionados en Valverde	Dominigua, Valverde	Cibao Noroeste	Localidades Valverde	4	Alberto
2 11	Capacitación	Taller para escuela de selección de juntas	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	TCS Santiago Rodríguez	6	Alberto
3 12	Reunión	Reunión sobre video para CCC	Cabarete	Cibao Norte	TCS	9	Alberto
4 12	Reunión	Reunión para acuerdo de selección de juntas	Monte Cristi	Cibao Noroeste	TCS	16	Alberto
5 14	Acompañamiento	Seguimiento avanzado de estratagia	Santiago	Cibao Norte	TCS	16	Alberto
6 16	Reunión	Sobres comunicación interna y visita del Dr. Shikida	Vitalst	Cibao General	TCS-ICA	12	Alberto
7 16	Reunión	Seguimiento al comité de la mesa de selección de juntas de Montecristi	Montecristi	Cibao Noroeste	TCS-Montecristi	6	Alberto
8 17	Reunión	Reunión con padres y mesa de cooperación a Monte Cristi	Monte Cristi	Cibao Noroeste	Actores clave Montecristi	16	Alberto
9 19	Reunión	Reunión mensual de equipo TCS	Vitalst	Cibao Noroeste	TCS	10	Alberto
10 19	Reunión	Organización de Simposio y Taller con Dorcas y Alberto	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Alberto
11 24	Reunión	Alimentación de plan, próximos pasos y coordinación de taller con D. JESÚS CARRERA	Santiago	Cibao Norte	Cualiter y Cámara de Santiago	3	Noriaki
12 24	Reunión	Acompañamiento a visita a Valverde por el Sr. Shikida	Guayamón	Cibao Noroeste	TCS-ICA	7	Alberto
13 26	Capacitación	Taller: Planificación de Programa de Tesis de Desarrollo Comunitario	Santiago	Cibao Norte	TCS y Contrapartes	10	Alberto
14 26	Reunión	Desarrollo Comunitario Sostenible	Santiago	Cibao Norte	TCS y Contrapartes	44	Noriaki
15 29	Capacitación	Elaboración de plan de Acción de Grupo Territorial Casabe, Santiago Rodríguez	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	12	Alberto
						0	
						53	
						53	
						0	
						53	
						53	
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1 13	Reunión	REUNION MESA TECNICA	Santo Domingo	Nacional	TCS	15	Lisette
2 16	Reunión de equipo interno	Coordinación de agenda y solicitud de apoyo (Hro) sobre actividades de Dr. Shikida	Santo Domingo	Nacional	TCS-ICA	11	Noriaki
3 20	Reunión de coordinación	Coordinación de Sub-equipo: Herramienta para reunión mensual (governance) coordinación T3, coordinación Shikida, coordinación producción video	Santo Domingo/Online (Santo Domingo, Mex. PUF)	Nacional	TCS y CONTRAPARTES	4	Noriaki
						30	
						83	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Octubre 2017

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1 3	Reunión	Reunión de seguimiento a estudio de profundización	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad de Dajabón	16	Alberto
2 4	Octubre	Feria Discover POP-Monte	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	6	Alberto
3 14	Octubre	Exposición de la Feria Discover POP	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	6	Alberto
4 18	Octubre	Feria Discover POP	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	5	Alberto
5 11	Octubre	Sanabilización	Valverde	Cibao Noroeste	Influencers y farmacia	9	Alberto
6 12	Octubre	Sanabilización	Montecristi	Cibao Noroeste	Influencers y farmacia	9	Alberto
7 16	Octubre	Reunión	Valverde	Cibao Noroeste	OPF Valverde	2	Alberto
8 19	Octubre	Reunión	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	5	Alberto
9 19	Octubre	Reunión	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	5	Alberto
10 20	Octubre	Sanabilización	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	10	Alberto
11 26	Octubre	Acompañamiento	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Instituciones y actores clave Santiago Rodríguez	3	Alberto
12 27	Octubre	Reunión	Santiago	Cibao Norte	TDOO	10	Alberto
						28	
						11	
						39	
						19	
						58	
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1 2	Octubre	Capacitación	Santo Domingo	Nacional	TCS	11	Lisette
2 10	Octubre	Reunión	Santo Domingo	Nacional	TCS	8	Alberto
3 11	Octubre	Reunión	Santo Domingo	Nacional	TCS y CONTRAPARTES	11	Alberto
						19	
						58	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Septiembre 2017

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1 13	Septiembre	Reunión	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
2 18	Septiembre	Reunión	Valverde	Cibao Noroeste	Actores de Valverde	3	Alberto
3 19	Septiembre	Reunión	Montecristi	Cibao Noroeste	Actores de Montecristi	3	Alberto
4 27	Septiembre	Reunión	Valverde	Cibao Noroeste	TCS - Valverde	10	Alberto
5 27	Septiembre	Reunión	Valverde	Cibao Noroeste	TCS-Comunidad de Valverde	10	Alberto
6 27	Septiembre	Acompañamiento	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	TCS-Comunidad de Santiago Rodríguez	10	Alberto
7 29	Septiembre	Reunión	Cabarete	Cibao Noroeste	DISCOVER POP	6	Alberto
8 29	Septiembre	Acompañamiento	Monte Cristi	Cibao Noroeste	TCS-Comunidad de Montecristi	12	Alberto
						0	
						0	
						0	
						0	
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1 11	Septiembre	Reunión	Santo Domingo	Nacional	TCS	11	Lisette
						0	
						0	
						0	
						0	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto								
Mes: Agosto 2017								
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
1 24	Agosto	Reunión	Conversación entre VM Almirante, James Echebarría y Cluster	ADEPE MOCA	Cibao Norte	ADEPE, James Echebarría y Cluster de Moca	12	Lissette
2 2	Agosto	Acompañamiento	Realizar visitas a puritas a profundizar, tomar fotos, verificar llenado correctos de las botas	Santiago Rodríguez	Cibao Norte	Comunidad de Santiago Rodríguez	5	Alberto Ambar
3 31	Agosto	Capacitación	Socializar la idea del estudio de profundización con los actores involucrados de la provincia, aclarar los pasos desde la aprobación de las notas técnicas en el Taller Regional hasta el desarrollo de proyectos fundados, identificar posible grupo de trabajo con la formación de grupo para el estudio de profundización.	Montecristi	Cibao Noroeste	Comandantes, voluntarios y grupo CMDE	10	Alberto Ambar
						Total Sensibilizados:	0	
						Total Capacitados:	18	
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	18	

NIVEL NACIONAL								
1 1 3	Ago	Reunión	Presentación ideas OFI en taller con Miki Hernández	Santo Domingo	Nacional	TCS-MITUR	2	Lissette
2 15	Ago	Reunión	Seguimiento con Dirección MISIA TECNICA	Santo Domingo	Nacional	TCS	6	Lissette
3 15	Ago	Reunión	Presentación ideas OFI en taller con Proyecto BID de Fernando EC	Santo Domingo	Nacional	TCS-BID	3	Lissette
4 25	Ago	Capacitación	Seguimiento a proceso, Taller con DPP	Santo Domingo	Nacional	TCS	8	Lissette
5 29	Ago	Reunión	Para posible apoyo en comercialización de productos RED	Santo Domingo	Nacional	TCS Y CLUSTER POP	2	Lissette
						NIVEL NACIONAL:	13	
						TOTAL GENERAL:	31	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto								
Mes: Julio 2017								
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
1 4	Julio	Reunión	Coordinar presentación de avances con equipo de oficina MITUR POP	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	MITUR POP	2	Alberto
2 7	Julio	Reunión	Red de Turismo Computarizado	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
3 18	Julio	Reunión	Presentación de programa de Plan de Trabajo y Presupuesto	OC POP	Cibao Norte	OPF POP	5	Lissette
4 25	Julio	Reunión	Ver plan de actividades hasta diciembre de Línea 2	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	TCS	5	Ambar
						Total Sensibilizados:	0	
						Total Capacitados:	0	
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	0	

NIVEL NACIONAL								
1 26	Julio	Presentación	Presentación de proyectos de cada cooperación en Zona Cibao	Santo Domingo	Nacional	TCS Y CONTRAPARTES	8	Lissette
						NIVEL NACIONAL:	8	
						TOTAL GENERAL:	8	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto								
Mes: Junio 2017								
Fecha (Fecha/Mes)	ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
<b>NIVEL REGION NORTE</b>								
1 1	Junio	Sensibilización	Reunión con facilitadores de Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	Banahío	6	Alberto
2 5	Junio	Reunión	Reunión con Gustavo y Rosalva de Banahío	Cabarete	Cibao Norte	TCS	3	Daniel
3 6	Junio	Reunión	Reunión con Director regional del turismo	Valverde	Cibao Noroeste	TCS-MITUR	4	Daniel
4 27	Junio	Reunión	Reunión UTS-TCS	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	TCS-MITUR	6	Alberto
						Total Sensibilizados:	6	
						Total Capacitados:	0	
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	6	

NIVEL NACIONAL								
1 6	Junio	Reunión	Reunión con Tereza y capataz PPP	Santo Domingo	Nacional	TCS-OPP	4	Lissette
2 16	Junio	Reunión	Reunión con Adán, sesión procesos subguarantes del proyecto	Santo Domingo	Nacional	TCS-OPP	4	Lissette
						NIVEL NACIONAL:	8	
						TOTAL GENERAL:	14	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto								
Mes: Mayo 2017								
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
<b>NIVEL REGION NORTE</b>								
1 3	Mayo	Reunión	Reunión con Dora para entrega de documentos e informaciones referentes al Proyecto Pape 2	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
2 12	Mayo	Reunión	Reunión para presentar avances de PYZ a Toronto	Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
3 18	Mayo	Sensibilización	Reunión con Directora de tienda de Centro León para integrar los productos artesanales de la RED. Se coordinó la participación de algunos artesanos en el Bazar del Día de las Madres (Sábado 20)	Santiago	Cibao Norte	Centro León	3	Lissette
4 30	Mayo	Reunión	Reunión para trabajar propuesta de ruta de turismo	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	Ruta Histórica	3	Alberto
						Total Sensibilizados:	3	
						Total Capacitados:	0	
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	3	

NIVEL NACIONAL								
1 1	Mayo	Reunión		Santo Domingo				
						NIVEL NACIONAL:	0	
						TOTAL GENERAL:	3	



Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Abril 2017

Fecha Mes	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
1 6	Abril	Reunión con MITUR (con Yamiel) + Nor. Asst	Ciudad Santiago	Cibao Norte	TCS-MITUR	5	Lizette
2 7	Abril	Reunión con el equipo para presentar avances del proyecto piloto 2	Ciudad de MITUR Cibao Norte	Cibao Norte	TCS-MITUR	4	Alberto
3 19	Abril	Reunión con ADEPE y Cluster Turismo de Española	Española	Cibao Norte	ADEPE, Cluster Turismo Española	6	Lizette
4 19	Abril	Reunión con los representantes del CODEJAN y ECOTOURS JAMA	Jamaica del Norte	Cibao Norte	CODEJAN Y JAMA ECOTOURS	5	Lizette
5 24	Abril	Reunión con el equipo JICA y MITUR	Ciudad de MITUR Cibao Norte	Cibao Norte	TCS-MITUR	6	Lizette Alberto
6 24	Abril	Capacitación Presentación de avances del Proyecto Piloto 2 en la Reunión con Gerente de INFOTEP Santiago y su equipo	Ciudad de MITUR Cibao Norte	Cibao Norte	TCS-INFOTEP	7	Alberto
						Total Sensibilización:	0
						Total Capacitación:	7
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	7
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1	Abril		Santo Domingo				
						NIVEL NACIONAL:	0
						TOTAL GENERAL:	7

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Marzo 2017

Fecha	ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1 2	Marzo	Reunión	Santiago	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Puerto Plata	12	Maldonado
2 3	Marzo	Reunión	Santiago	Cibao Norte	OPT de Zona Norte bajo Francisco Javier Armentis	20	Maldonado
4 6	Marzo	Sensibilización	Santiago	Cibao Norte	Cámara y Clúster de STI y PGP	2	Maldonado
5 8	Marzo	Reunión	Santiago	Cibao Norte	Clúster de Santiago	11	Maldonado
6 9	Marzo	Reunión	Altamira	Cibao Norte	DPP	5	Maldonado
9 16	Marzo	Capacitación	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Puerto Plata	30	Maldonado
10 17	Marzo	Capacitación	Santiago	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Puerto Plata	23	Maldonado
11 22	Marzo	Sensibilización	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Puerto Plata	5	Maldonado
12 23	Marzo	Participación	Valverde	Cibao Noroccidental	Equipo del Proyecto	300+	None
						Total Sensibilización:	7
						Total Capacitación:	38
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	45
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1 1	Marzo	Reunión	Santo Domingo	Nacional	Equipo del Proyecto	4	Nerysaj
2 13	Marzo	Reunión	Santo Domingo	Nacional	Equipo del Proyecto	2	Maldonado
3 14	Marzo	Reunión	Santo Domingo	Nacional	Equipo del Proyecto	2	Maldonado
4 21	Marzo	Capacitación	Santo Domingo	Nacional	Equipo Técnico de Contingentes	8	Wanda
5 27	Marzo	Capacitación	Santo Domingo	Nacional	Equipo Técnico de Contingentes	7	Yokana y Wanda
						NIVEL NACIONAL:	8
						TOTAL GENERAL:	53

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Febrero 2017

Fecha	ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1 1	Febrero	Participación	Santiago	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Santiago y Puerto Plata	40	Maldonado y Nori
2 1	Febrero	Sensibilización	Santiago y Puerto Plata	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Santiago y Puerto Plata, DPP	100	Maldonado y Nori
3 8	Febrero	Sensibilización	Santiago	Cibao Norte	INFOTEP	5	Asst
4 16	Febrero	Acompañamiento	Santiago y Puerto Plata	Cibao Norte	Universidades	4	Maldonado y Nori
5 16	Febrero	Acompañamiento	Santiago	Cibao Norte	Universidades	4	Maldonado y Nori
6 11	Febrero	Acompañamiento	Santiago	Cibao Norte	Universidades	4	Maldonado y Nori
						Total Sensibilización:	105
						Total Acompañamiento:	0
						TOTAL SENSIBILIZADOS Y ACOMPAÑADOS:	105
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1 6	Febrero	Reunión	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Maldonado y Nori
2 15	Febrero	Reunión	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Maldonado y Nori
3 26	Febrero	Reunión	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Maldonado y Nori
4 24	Febrero	Reunión	Santo Domingo	Nacional	DPP	5	Maldonado y Nori
5 26	Febrero	Acompañamiento	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Wanda
						NIVEL NACIONAL:	17
						TOTAL GENERAL:	122

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: Enero 2017

Fecha	ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1 6	Enero	Reunión	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Puerto Plata	6	Maldonado
2 10	Enero	Reunión	Santiago	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Santiago	7	Maldonado
3 18	Enero	Reunión	Santiago	Cibao Norte	Universidades de Santiago y Puerto Plata	5	Maldonado
4 19	Enero	Reunión	Altamira	Cibao Norte	MITUR	2	Maldonado
5 19	Enero	Reunión	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Puerto Plata	2	Maldonado
6 24	Enero	Reunión	Santiago	Cibao Norte	Cámaras, Clúster y Universidades de Santiago y Puerto Plata	4	Maldonado
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1 11	Enero	Reunión	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Maldonado y Nori
2 13	Enero	Reunión	Puerto Plata	Nacional	Equipo del Proyecto	8	Asst

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto TCS				
Cuadro General de Actividades durante el año 2020				
Mes	Total Sensibilizados	Total Capacitados	Nivel Nacional	Total general por Mes
Enero	23	18	40	81
Febrero	6	19	0	25
Marzo	0	115	0	115
Abril	0	0	0	0
Mayo	36	15	0	51
Junio	0	150	0	150
Julio	13	72	0	85
Agosto	0	61	0	61
Septiembre	50	126	0	176
Octubre	53	105	0	158
Noviembre	65	99	22	186
Diciembre	25	154	25	204
<b>Total Año 2020</b>	<b>271</b>	<b>934</b>	<b>87</b>	<b>1292</b>

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto									
DICIEMBRE 2020									
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	Diciembre	Capacitación	Geor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Diciembre)	ZOOM	Ciudad Noventa	Representantes LP y COT-DOPE	19	Eldo	
2	Diciembre	Capacitación	Geor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores de La Vega	TT.OO. Agentes de Viajes, comités de turismo	22	Hilario Gómez	
3	Diciembre	Capacitación	Geor de Turismo Basado en la Comunidad / presencial (Noviembre-Enero)	La Ciénega, Contramaestre, La Vega	Ciudad Sur	Comités de Turismo	23	Dolores (INFOPEP)	
4	Diciembre	Capacitación	Curso de Levantamiento, Elaboración e Instalación de Letreros e Infraestructuras Eco	Monción, Santiago Rodríguez	Ciudad Noventa	Artífices de Muro	20	Yolanda Nard, José Luis Martínez y Roberto Gálvez	
5	Diciembre	Sensibilización	Primera sesión de plan de negocios con ASPAVAL	ZOOM	Ciudad Noventa	ASPAVAL	5	Ambar, Nicole	
6	Diciembre	Reunión	Sesión de trabajo con entidades de Noventa y ASPAVAL	ZOOM	Ciudad Noventa	Asociación Viveros y ASPAVAL	10	Ambar, Nicole	
7	Diciembre	Sensibilización	Reunión con ASPAVAL para definir acciones del lanzamiento de la guía	ZOOM	Ciudad Noventa	ASPAVAL	5	Ambar, Nicole	
8	Diciembre	Reunión	Reunión Kinkaya Life y Andariego (Reunión Comunal Jarama)	ZOOM	Ciudad Norte	Kinkaya Life y Andariego	4	Nori	
9	Diciembre	Capacitación	Taller de seguimiento al Plan de Negocios de Ruta del Chivo	Hato del medio	Ciudad Noventa	Representantes Ruta del Chivo	6	Ambar	
10	Diciembre	Reunión	Reunión sobre Ruta Panorámica	ZOOM	Ciudad Norte	Ruta Panorámica	5	Alberto, Dorian	
11	Diciembre	Sensibilización	Segunda sesión de plan de negocios de Maricao Eco-Aventura	ZOOM	Ciudad Noventa	Representantes Maricao Eco-Aventura	5	Ambar, Nicole	
12	Diciembre	Reunión	Reunión con Asesor sordos de la fe	Cota	Ciudad Sur	Asesor sordos de la fe	3	Tinoco	
13	Diciembre	Reunión	Reunión sobre catálogo de Ruta Panorámica	ZOOM	Ciudad Norte	Ruta Panorámica	4	Alberto, Dorian	
14	Diciembre	Visita	Visita Santo Cerro	La Vega	Ciudad Sur	Representantes Santo Cerro	12	Tinoco	
15	Diciembre	Capacitación	Realización de Taller con líderes comunitarios del Noventa, en Moriciocil	Hotel Marina del Mir, Moriciocil	Ciudad Noventa	Comités comunitarios del Chivo	23	Mery	
16	Diciembre	Reunión	Primera sesión de plan de negocios con los artífices de Maricao	ZOOM	Ciudad Noventa	Artífices de Muro	7	Ambar, Nicole	
17	Diciembre	Sensibilización	Reunión Andariego (Confirmación 35 YCS)	Español	Ciudad Norte	Andariego y su equipo	6	Noryali	
18	Diciembre	Visita	Producción de contenido para videos con TCS, entrevistas, tomas generadas para James Escobar	Español	Ciudad Norte	James Escobar	10	Noryali	
19	Diciembre	Capacitación	Taller de seguimiento al Plan de Negocios de ASPAVAL	Moa	Ciudad Noventa	ASPAVAL	11	Ambar	
<b>Total Sensibilizados:</b>							25		
<b>Total Capacitados:</b>							154		
<b>Total SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:</b>							179		
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
1	Diciembre	Reunión	Reunión Dept. Gestión de Océanos (Sobre el estado de levantamiento de Recursos Acuáticos Locales y reunión con OMA Océanos de Muri)	ZOOM	Santo Domingo	OSPE Representantes Océanos TCS y OMA	3	Noryali	
2	Diciembre	Reunión	Reunión regular del equipo TCS y Contingentes	ZOOM	Nacional	TCS y Contingentes	22	Adri	
3	Diciembre	Capacitación	Cierre del curso con equipo instructor. Comités Regionales y Subregionales, participantes, asesores y coordinadores y reportes de Proyectos TCS y Comités Regionales del INFOPEP	ZOOM	Nacional	TCS y Contingentes	30	Mery	
<b>Nivel Nacional:</b>							25		
<b>Total General:</b>							204		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto									
NOVIEMBRE 2020									
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	Noviembre	Capacitación	Geor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Diciembre)	ZOOM	Ciudad Noventa	Representantes LP y COT-DOPE	19	Eldo	
2	Noviembre	Capacitación	Geor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores de La Vega	TT.OO. Agentes de Viajes, comités de turismo	22	Hilario Gómez	
3	Noviembre	Capacitación	Taller Servicio al Cliente	Español	Ciudad Norte	SOP Restaurantes	15	TCS	
4	Noviembre	Capacitación	Geor de Turismo Basado en la Comunidad / presencial (Noviembre-Enero)	La Ciénega, Contramaestre, La Vega	Ciudad Sur	Comités de Turismo	23	Dolores (INFOPEP)	
5	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales a OPI Valseca	OPI Valseca	Ciudad Noventa	LP y COT de OPI	5	Ambar, Nicole	
6	Noviembre	Capacitación	Taller de Elaboración de Plan de Negocios de Maricao Eco-Aventura	Español	Ciudad Noventa	Comités de Turismo	20	Ambar, Nicole	
7	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales a OPI Valseca	OPI Valseca	Ciudad Noventa	LP y COT de OPI	5	Ambar, Nicole	
8	Noviembre	Capacitación	Taller de Elaboración de Plan de Negocios de la Ruta de la Miel	Sede de la oficina, Dajabón	Ciudad Noventa	Ruta de la Miel	20	Ambar, Nicole	
9	Noviembre	Reunión	Reunión de Introducción al Proyecto TCS con Restaurantes de Chivo de Hato del Medio	Club de Chivo, Hato del Medio	Ciudad Noventa	Comités de Turismo	24	Ambar, Nicole	
10	Noviembre	Sensibilización	Sesión de Introducción para la formación de la Mesa Regional del Cibao Noventa	ZOOM	Ciudad Noventa	Actores de OPI	19	Ambar, Nicole	
11	Noviembre	Reunión	Reunión con directivos sordos de La Fe	ZOOM	Ciudad Sur	Asesor sordos de la fe	4	Tinoco	
12	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales OPI Cota	Cota	Ciudad Sur	LP y COT de OPI	3	Tinoco	
13	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales Consejo de Desarrollo Sánchez Ramírez	Cota	Ciudad Sur	Comités de Turismo Sánchez Ramírez	5	Tinoco	
14	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales La Vega	La Vega	Ciudad Sur	Comités de Turismo La Vega	5	Tinoco	
15	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales Jarabacoa	Jarabacoa	Ciudad Sur	Comités de Turismo Jarabacoa	4	Tinoco	
16	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales Bomas	Bomas	Ciudad Sur	Comités de Turismo Bomas	7	Tinoco	
17	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales Contramaestre	Contramaestre	Ciudad Sur	Comités de Turismo Contramaestre	5	Tinoco	
18	Noviembre	Reunión	Reunión con abuelos Farfones	Cota	Ciudad Sur	Club de Abuelos Farfones	3	Tinoco	
19	Noviembre	Reunión	Presentación resultados de Ruta Panorámica	ZOOM	Ciudad Norte	Ruta Panorámica	6	Alberto, Dorian	
20	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales y visita Info regional Nordeste	San Francisco	Ciudad Noroeste	LP y COT Cibao Nordeste	7	Alberto, Dorian	
21	Noviembre	Reunión	Sobre Catálogo de Recursos Las Galeras	ZOOM	Ciudad Noroeste	Las Galeras	5	Alberto, Dorian	
<b>Total Sensibilizados:</b>							65		
<b>Total Capacitados:</b>							99		
<b>Total SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:</b>							164		
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
1	Noviembre	Reunión	Sesión interna nivel nacional TCS / DPP	DPP MUTUA, Santo Domingo	Santo Domingo	TCS/DPP	4	Mery	
2	Noviembre	Reunión	Reunión Regular de Equipo TCS y Contingentes	ZOOM	Nacional	Equipo TCS y Contingentes	18	Adri	
<b>Nivel Nacional:</b>							22		
<b>Total General:</b>							186		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto									
OCTUBRE 2020									
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	Octubre	Sensibilización	Reunión con Cabarete Sostenible y el PNA	ZOOM	Ciudad Norte	Representantes Cabarete Sostenible	5	Alberto, Dorian	
2	Octubre	Capacitación	Geor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Octubre)	ZOOM	Ciudad Noventa	Representantes LP y COT-DOPE	25	Eldo	
3	Octubre	Capacitación	Geor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Ciudad Noventa	TT.OO. Agentes de Viajes, comités de turismo	22	Hilario Gómez	
4	Octubre	Capacitación	Geor de Turismo Basado en la Comunidad / presencial (Noviembre-Enero)	La Ciénega, Contramaestre, La Vega	Ciudad Sur	Comités de Turismo	23	Dolores (INFOPEP)	
5	Octubre	Reunión	Reunión con Alcaldía de Río San Juan	Alcaldía de Río San Juan	Ciudad Noventa	Representantes Alcaldía Río San Juan	5	Alberto, Dorian	
6	Octubre	Reunión	Reunión sobre Catálogo de Recursos Jarama al Norte con CODEJAN	ZOOM	Ciudad Norte	CODEJAN	9	Alberto, Dorian	
7	Octubre	Sensibilización	Reunión con Consejo de Desarrollo Sánchez Torres (Cota)	ZOOM	Ciudad Sur	Comités de Turismo Sánchez Torres	4	Tinoco	
8	Octubre	Sensibilización	Reunión con COT Valseca para seguimiento a Protocolo	ZOOM	Ciudad Noventa	COT Valseca	5	Ambar, Nicole	
9	Octubre	Capacitación	Taller sobre catálogo de Recursos Locales de Río San Juan	Alcaldía de Río San Juan	Ciudad Noventa	Representantes LP Muri y OMA	28	Alberto, Dorian	
10	Octubre	Asesoramiento	Seguimiento con Ciudad Contramaestre	ZOOM	Ciudad Sur	Comités de Turismo Contramaestre	4	Tinoco	
11	Octubre	Capacitación	Taller sobre Catálogo de Recursos Locales de Jarama al Norte	Club Recreativo Jarama	Ciudad Norte	Representantes Jarama al Norte	22	Alberto, Dorian	
12	Octubre	Reunión	Reunión Alcaldía de Maricao para coordinación al curso de elaboración de letreos	Ayuntamiento Maricao	Ciudad Noventa	Alcaldía de Maricao	5	Ambar, Nicole	
13	Octubre	Reunión	Reunión sobre catálogo de Las Galeras	ZOOM	Ciudad Noventa	Las Galeras	4	Alberto, Dorian	
14	Octubre	Visita	Visita La Ciénega	Contramaestre	Ciudad Sur	LP y COT de OPI	20	Tinoco	
15	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a GT Morción y Cerralvas	Caguaya, Morción	Ciudad Noventa	GT Morción y Cerralvas	5	Ambar, Nicole	
16	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a Maricao Eco-Aventura	Maricao	Ciudad Noventa	Maricao Eco-Aventura	12	Ambar, Nicole	
17	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a GT Dajabón	Dajabón	Ciudad Noventa	GT Dajabón	7	Ambar, Nicole	
18	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a GT Santiago Rodríguez	Sabana, Morción	Ciudad Noventa	GT Santiago Rodríguez	12	Ambar, Nicole	
19	Octubre	Reunión	Reunión con directivos de Misa en Puerto Plata	Oficina MUTUA Puerto Plata	Ciudad Norte	MUTUA POP	5	Alberto, Dorian	
20	Octubre	Reunión	Asamblea sobre posibilidad de conversión a corte de INFOPEP	INFOPEP, Santiago	Ciudad Norte	INFOPEP	4	Mery	
<b>Total Sensibilizados:</b>							53		
<b>Total Capacitados:</b>							105		
<b>Total SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:</b>							158		
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
<b>Nivel Nacional:</b>							0		
<b>Total General:</b>							158		

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Septiembre

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
1 1 Septiembre	Asesoría técnica	Diseño, Elaboración e instalación de letreros esculturizados / Fase Instalación -Agosto-Diciembre	Marquandó, Montecristal	Ciudad Nueva	Municipio, Estero El Río	6	Roberto Gómez (IN/OTEP)
2 1 Septiembre	Capacitación	Gestor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Diciembre)	ZOOM	Ciudad Nueva	República de Uruguay y OT de TCS	25	Edo
3 2 Septiembre	Capacitación	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores de Val. grandes de turismo	TT.OO. Agencias de Val. grandes de turismo	22	Hilario Gómez
4 10 Septiembre	Capacitación	Taller sobre Ruta Panamericana	Fusama, Yacaja	Ciudad Nueva	Asesor de la Ruta Panamericana	25	Alberto Martínez
5 22 Septiembre	Capacitación	Presentación de protocolos de bioseguridad frente al Covid y Opciones de Múv en PDI	ZOOM	Ciudad Nueva	Encargados de Opciones de Turismo de POP	28	Marta Luisa Vázquez / Múv, Alberto Martínez y Dómer González / Proyecto TCS
6 25 Septiembre	Sensibilización	Conferencia sobre Turismo y Desarrollo Rural. Celebración del Día Mundial del Turismo	La Isabela, Puerto Plata	Ciudad Nueva	Estudiantes de Turismo de POP	50	Marta Luisa Vázquez / Múv y Alberto Martínez, Proyecto TCS
7 30 Septiembre	Capacitación	Promoción Autónoma Para Unidades Productivas de TCS	ZOOM	Ciudad Nueva	OT de TCS	18	Dómer González
					TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	176	

NIVEL NACIONAL							
1							

NIVEL NACIONAL: 0  
TOTAL GENERAL: 176

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Agosto

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
1 1 Agosto	Capacitación	Diseño, Elaboración e instalación de letreros esculturizados / Fase Instalación (Agosto-Diciembre)	Marquandó, Montecristal	Ciudad Nueva	Municipio, Estero El Río	6	Roberto Gómez (IN/OTEP)
2 1 Agosto	Capacitación	Diseño, Elaboración e instalación de letreros esculturizados / Fase Instalación (Agosto-Diciembre)	Los Caballeros, Jarabacoa	Ciudad Sur	Sociedad de Viajes	16	Roberto Gómez (IN/OTEP)
3 1 Agosto	Capacitación	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores de Val. grandes de turismo	TT.OO. Agencias de Val. grandes de turismo	22	Hilario Gómez
4 4 Agosto	Capacitación	Estrategia de Mercado para mejorar el negocio	ZOOM	Ciudad Nueva	GREMIO	9	Nicole Páez y Andrea Lora / Proyecto TCS
5 11 Agosto	Capacitación	Estrategia de Mercado para mejorar el negocio	ZOOM	Ciudad Nueva	GREMIO	6	Nicole Páez y Andrea Lora / Proyecto TCS
					TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	61	

NIVEL NACIONAL							
1							

NIVEL NACIONAL: 0  
TOTAL GENERAL: 61

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Julio

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
1 1 Julio	Capacitación	Diseño, Elaboración e instalación de letreros esculturizados. (De Junio a Agosto)	Los Caballeros, Jarabacoa	Ciudad Sur	UP de Servicio de Paquetes y Equipos de Servicio	7	Roberto Gómez (IN/OTEP)
2 1 Julio	Capacitación	Directivos de Protocolo contra el COVID-19 para UP y OT de TCS	ZOOM	Ciudad Nueva	UP y OT de TCS	65	Roberto Gómez (IN/OTEP)
3 22 Julio	Sensibilización	Sesión para fortalecimiento de las capacidades instaladas en articulación de acciones, gestionadas desde la comunidad. GREMIO (22 y 27 de Julio)	ZOOM	Ciudad Nueva	Municipio de la comunidad "Gremio"	13	Nicole Rodríguez
					TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	85	

NIVEL NACIONAL							
1							

NIVEL NACIONAL: 0  
TOTAL GENERAL: 85

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Junio

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto
1 11 Junio	Capacitación	Directivos de Protocolo contra el COVID-19 para UP y OT de TCS	ZOOM	Ciudad Nueva	UP y OT de TCS	65	Talany Achy y Livette Gó
3 25 Junio	Capacitación	Curso de Servicio al Cliente	Marquandó	Ciudad Nueva	Sociedad de Viajes	16	Edo
4 24 Junio	Capacitación	Directivos de Protocolo contra el COVID-19 para UP y OT de TCS	ZOOM	Ciudad Nueva	UP de Servicio de Paquetes y Equipos de Servicio	7	Roberto Gómez (IN/OTEP)
					TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	150	

NIVEL NACIONAL							
1							

NIVEL NACIONAL: 0  
TOTAL GENERAL: 150

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Mayo									
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	6	Mayo	Creación	Taller de presentación de LP de TCS a TT.OO TourEnlaces.	ZOOM	Cbaa	Miembros de Tur Opener	15	Iván Díaz y Yenyeli Plaza Moya
2	16	Mayo	Sensibilización	Foto virtual de Turismo Sostenible	ZOOM	Cbaa	-	31	Alberto Martínez / María Lorea Velasco
3	19	Mayo	Sensibilización	Sensibilización de representantes de APEDI sobre el Proyecto TCS	ZOOM	Cbaa	APEDI	5	Alberto Martínez / María Lorea Velasco
4									
							Total	36	
							Total Capacitados:	15	
							TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	51	
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
1									
							NIVEL NACIONAL:	0	
							TOTAL GENERAL:	51	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Abril								
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
<b>NIVEL REGION NORTE</b>								
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
							Total	0
							Total Capacitados:	0
							TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	0
<b>NIVEL NACIONAL</b>								
1								
2								
3								
4								
5								
							NIVEL NACIONAL:	0
							TOTAL GENERAL:	0

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Marzo									
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	3	Marzo	Capacitación	Capacitación sobre Asociatividad	Villa Magarito, Playa Pigeón	Cbaa Nordeste	Miembros de la Red de Ventas de Alimentos de Villa Magarito	13	Alberto Martínez
2	4	Marzo	Capacitación	Taller de planificación con ASOPRIFROGA	Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Quabón	Cbaa Nordeste	Miembros de ASOPRIFROGA	7	Amber L. y Nicole R. / Proyecto TCS
3	4	Marzo	Capacitación	Taller de planificación de actividades para el 2020 con AMAMEL	Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Quabón	Cbaa Nordeste	Miembros de AMAMEL	8	Amber L. y Nicole R. / Proyecto TCS
4	5	Marzo	Capacitación	Taller de planificación de actividades con los Caballeros de la Ruta del Casabe	Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Manzanillo	Cbaa Nordeste	Caballeros	8	Amber L. y Nicole R. / Proyecto TCS
5	5	Marzo	Capacitación	Taller de planificación de actividades del 2020 con Mercadillo Eco Aventura	Complejo Turístico de Manzanillo	Cbaa Nordeste	Miembros del GT	17	Amber L. y Nicole R. / Proyecto TCS
6	6	Marzo	Capacitación certificada	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad	Complejo Esportivo Polideportivo, Aramburú	Cbaa Sur	Miembros Angaturu	20	Dolores (INFOPEP)
7	7	Marzo	Capacitación certificada	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad	Guatigü, La Vega	Cbaa Sur	Grupo comunitario productores de café	24	Dolores (INFOPEP)
8	10	Marzo	Capacitación	Taller de Promoción Autónoma y Manejo del Negocio.	Sánchez, Semaquí	Cbaa Nordeste	UP Pájar, San Lázaro	18	Alberto Martínez
9									
							Total	0	
							Total Capacitados:	115	
							TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	115	
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
1									
2									
3									
4									
5									
							NIVEL NACIONAL:	0	
							TOTAL GENERAL:	115	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Febrero									
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	1	Febrero	acompañamiento	acompañamiento a la misión	Puerto Plata	Cbaa Norte	-	-	Alberto, Damar
2	10	Febrero	acompañamiento	Seguimiento con Senderos La Cumbre	Constanza, La Vega	Cbaa Sur	-	-	Timoteo
3	11	Febrero	Capacitación	Taller sobre Concepto y Marca de Ruta Histórica de Moca	Moca, Espaillat	Cbaa Norte	-	19	Damar
4	18	Febrero	Visita	primera visita a la colonia	Constanza, La Vega	Cbaa Sur	-	-	Timoteo
5	20	Febrero	Reunión	Reunión Mesa Cbaa Sur	Cotuí	Cbaa Sur	-	-	Timoteo
5	28	Febrero	Sensibilización	Sobre TCS a Consejo de Desarrollo de Río San Juan	Río San Juan	Cbaa Nordeste	Representantes Río San Juan	6	Alberto
							Total	6	
							Total Capacitados:	19	
							TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	25	
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
1									
							NIVEL NACIONAL:	0	
							TOTAL GENERAL:	25	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto							Mes:	2020/Enero	
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	14	Reunión	Reunión con Nival, Usueiza y Tomasa para seguimiento del desarrollo del contenido del programa de capacitación de Gestión de negocios sostenibles basadas en el territorio.	ZOOM	Chilo Norte	TCS	3	Manny	
2	13	Reunión	Reunión con Anthonys de Marcon	Ayuntamiento Marcon Santiago, Riosigale	Chilo Norte	Actividad de Mapeo	5	Anibal	
3	14	Reunión	Reunión de Planificación de Pre-Arbitraje ADEOTA	Dapilon	Chilo Norte	Reuniones de Asesoría	-	Andy Diaz	
4	14	Capacitación	Taller sobre Manejo de Negocio en Unidad Productiva Agrícola y Servicio del Yaque	Jardines, La Vega	Chilo Sur	Asesoría y Asesoría de Yaque	18	Tomasa y Alberto	
5	16	Acompañamiento	Seguimiento a Sonido del Yaque y productos de Miel proyecto	Jardines, La Vega	Chilo Sur	Reuniones de Seguimiento Yaque	20	Tomasa	
6	22	Reunión	Reunión regular TCS	Oficina Santiago	Chilo Norte	TCS	-	Nerysai	
7	22	Sensibilización	Reunión de socialización con encargado de Recursos de experiencia e innovación en la Ruta del Caucho	ZOOM	Chilo Norte	Reunión Ruta del Caucho	2	Anibal	
8	23	Acompañamiento	Seguimiento Sonido La Cueva	Concepcion, La Vega	Chilo Sur	GT de Caucho	-	Anibal	
9	23	Reunión	Reunión con el Comité de Gestión	Dapilon	Chilo Norte	GT Dapilon	9	Anibal	
10	24	Reunión	Reunión regular TCS mensual	ZOOM	Chilo (general)	TCS y Contingencia	20	Equipo TCS	
11	27	Reunión	Reunión sobre organización de Oficina y visita a Santiago	Osca	Chilo Sur	TCS y Contingencia	-	Tomasa	
12	29	Reunión	Reunión con GT de Miel	Espeja	Chilo Norte	GT Miel	12	Diana	
							Total Sensibilización:	23	
							Total Capacitación:	18	
							TOTAL SENSIBILIZACION Y CAPACITACION	41	
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
1	31	Enero	Sensibilización	Primo Comunitario Soledad Una Estrategia de Competitividad para el Turismo de M	Santo Domingo	Santo Domingo	ADEMPRETUR	40	Diana
2									
3									
4									
							NIVEL NACIONAL:	40	
							TOTAL GENERAL:	81	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto TCS

Cuadro General de Actividades durante el año 2021				
Mes	Total Sensibilizados	Total Capacitados	Nivel Nacional	Total general por Mes
Enero	17	18	8	43
Febrero	110	22	99	231
Marzo	63	84	72	219
Abril	84	0	0	84
Mayo	67	0	46	113
Junio	182	86	51	319
Julio	74	79	21	174
Agosto	37	56	0	93
Septiembre	85	57	0	142
Octubre	151	36	0	187
Noviembre	149	109	50	308
Diciembre	89	61	0	150
<b>Total Año 2021</b>	<b>1108</b>	<b>608</b>	<b>347</b>	<b>2063</b>

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto							Mes:	DICIEMBRE 2021
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
<b>NIVEL REGION NORTE</b>								
1	3	Sensibilización	Encuentro con Guas Galas de Jira	Galas de Jira, Bona	Comunidad Galas de Jira	14	Tomasa Esteban	
2	3	Sensibilización	Sensibilización sobre TCS en actividad de laboratorio de Mapa Chilo Sur con el Club de Comercio	Fundación Cibola	GT de Comercio	49	Tomasa Esteban	
3	4	Capacitación certificada	Primeros auxilios en lugares remotos	La Florida, Las Galeras, Sarana	Chilo Norte	Chilo Norte	10	Alberto Martínez / INFOTEP
4	9	Reunión	Reunión regular TCS presencial	INFOTEP, Santiago	Chilo	Contingencia y Contingencia	19	Equipo TCS
5	7	Capacitación certificada	Curso de Elaboración de quesos en leche de vaca en las fincas 7 y 14 de la zona	INFOTEP, Santiago	Chilo Norte	Chilo Norte	12	INFOTEP / TCS
6	8	Acompañamiento / Visita	Acompañamiento a visita a JICA y Muestreo de Medio Ambiente y Muestreo de agua en la comunidad de Agua Salada y visita a centro de gestión de residuos en Muestreo de Medio Ambiente	Puerto Galeras, Monrecales	Chilo Norte	JICA / Muestreo de Medio Ambiente	24	JICA / Muestreo de Medio Ambiente
7	10	Capacitación certificada	Curso de Elaboración de Mermelada de Frutas y Verduras	Sabana, Santiago	Chilo Norte	Grupo de regional Chilo Norte	30	Anibal, Nival y Mancha
8	16	Sensibilización	Reunión con INFOTEP sobre programa de educación y capacitación de artes tradicionales artesanales	INFOTEP, Puerto Paño	Chilo Norte	INFOTEP	4	Alberto Martínez
9	16	Sensibilización	Reunión sobre Las Galas Montañas	Comunidad de Comercio, Puerto Paño	Chilo Norte	Mesa de Turismo de Puerto Paño	6	Nival Rodríguez
10	17	Acompañamiento / Visita	Visita de director ejecutivo de Forestal Planal en alianza con ADOCEP a la comunidad de Huel del Huelo con el apoyo del Proyecto TCS	Huel del Huelo, Monrecales	Chilo Norte	Chilo Norte	24	Nival Rodríguez
11	17	Reunión	Reunión de inicio y avance del programa Gestión de Crisis	ZOOM	Chilo	TCS y LT	4	Jean Carvajales
12	20	Sensibilización	Sensibilización sobre TCS y emprendimiento en Medio Ambiente con Galas Escobedo	Huelo, Jardines, La Vega	Chilo Sur	UP Galas Eco Trip	20	Tomasa Esteban
13	21	Reunión	Reunión sobre elaboración de mermeladas artesanales sobre UP y apoyo en trabajos Chilo Sur	ZOOM	Chilo Sur	UP y GT Chilo Sur	3	Diana González
							Total Sensibilización:	89
							Total Capacitación:	61
							TOTAL SENSIBILIZACION Y CAPACITACION	150
<b>NIVEL NACIONAL</b>								
1								
2								
							NIVEL NACIONAL:	0
							TOTAL GENERAL:	150

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto							Mes:	NOVIEMBRE 2021	
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto		
<b>NIVEL REGION NORTE</b>									
1	1	Reunión	Reunión regular del equipo TCS	ZOOM	Región Chilo	TCS y Contingencia	-	Equipo TCS	
2	1	Reunión	Reunión de coordinación con el Consejo de Desarrollo de Las Galeras	Las Galeras, Sarana	Chilo Norte	Comunidad Galas de Jira	25	Alberto Martínez	
3	2	Sensibilización	Reunión sobre Mapa Chilo Sur con miembros directivos Consejo de Desarrollo Maronec	COCOPRONUEL, Bona	Chilo Sur	GT de Muestreo Nival	7	Tomasa Esteban	
4	1	Reunión	Presentación de proyecto TCS y AGA proyecto de turismo como ruta del INFOTEP Chilo Norte	Oficina MITUR Central	Chilo Sur	Unidades Productivas Chilo	3	Tomasa Esteban	
5	4	Reunión	Seguimiento a la preparación de los planes de trabajo de las experiencias en Galeras, Guanque y Alameda Purque	Muñoz, SR	Chilo Norte	Fábrica de Alambres Farney y Compañeros	3	Nival Rodríguez	
6	8	Capacitación certificada	Curso de Buenas prácticas de manufactura	Lago de Alameda, Puerto Paño	Chilo Norte	Chilo Norte	14	INFOTEP / TCS	
7	9	Sensibilización	Reunión de inicio de la SEMANA VALVERDE	Fincas La Prohincora, Alameda	Chilo Norte	GT Valverde	33	Anibal Libardo	
8	9	Reunión	Visita guiada	Fuente de Galeras, Las Galeras, Sarana	Chilo Norte	Fuente de Galeras	18	Nival Rodríguez	
9	11	Reunión	Reunión sobre TCS en la comunidad de Ruta Histórica Justicia Valverde	Muñoz Paño, San Juan C	Chilo Norte	Mesa de Turismo de Espesela	40	Alberto Martínez	
10	12	Reunión	Reunión sobre curso de primeros auxilios en lugares remotos	ZOOM	Chilo Norte	UP Galas San Juan, Galas, Avar, Galas Las Galeras	5	Alberto Martínez	
11	15	Sensibilización	Laboratorio Mapa Chilo Sur con Esteban Nival	Rincón Dorado	Chilo Sur	Estadística Litchim	40	Tomasa Esteban	
12	15	Sensibilización	Reunión de coordinación Territorio del Chilo Norte con encargado de GT / Muestreo sobre TCS	ZOOM	Chilo Norte	GT Muestreo	4	Nival Rodríguez	
13	15	Reunión	Curso de Evaluación de impacto ambiental	Lago de Alameda, Puerto Paño	Chilo Norte	Chilo Norte	14	INFOTEP / TCS	
14	15	Sensibilización	Reunión de coordinación Territorio del Chilo Norte con encargado de INFOTEP para asesoría con las Mapas de la Ruta del Desarrollo	GT Valverde	Chilo Norte	Comunidad de Valverde	4	Nival Rodríguez	
15	19	Reunión	Presentación sobre oferta de turismo comunitario sustentable de la Ruta de las Doncellas	ZOOM	Región Chilo	Organizaciones comunitarias	12	TCS	
16	20	Capacitación certificada	Seguimiento de curso de SelloTCS para elaborar itinerarios turísticos para visitar a los valles de Finca Galas Paño de 31, 26 y 21 de noviembre	Concepcion, La Vega	Chilo Sur	UP Finca Galas Paño	15	INFOTEP / TCS	
17	21	Sensibilización	Curso Conferencia y ensamble de sistema Finca Galas Paño	Concepcion, La Vega	Chilo Sur	UP Finca Galas Paño	15	INFOTEP / TCS	
18	22	Reunión	Reunión sobre oferta de turismo comunitario sustentable de la Ruta de las Doncellas	El Curoy, Yalca, Puyajay, Chibuto, Jirón de Norte-Mesa	Chilo Norte	Chilo Norte	17	TCS	
19	27	Sensibilización	Sesión de orientación sobre programa de intercambio TCS (2 horas)	Oficina MITUR Puerto Paño	Chilo Norte	Puerto Paño	12	Alberto Martínez	
20	27	Reunión	Sesión de orientación sobre programa de intercambio TCS	ZOOM	Chilo Norte y Norte	Chilo Norte	12	Alberto Martínez	
21	27	Reunión	Reunión sobre curso de SelloTCS para elaborar itinerarios turísticos para visitar a los valles de Finca Galas Paño de 31, 26 y 21 de noviembre	Las Galeras, Concepcion	Chilo Norte	UP, Kaye San Juan, ADESA	22	Alberto Martínez	
22	27	Reunión	Curso para Elaboración de Políticas de Sostenibilidad Marzabón Escavadora	Club de Golf Marzabón, Monrecales	Chilo Norte	Comunidad Pueblo Salado	17	Nival Rodríguez	
							Total Sensibilización:	149	
							Total Capacitación:	159	
							TOTAL SENSIBILIZACION Y CAPACITACION	308	
<b>NIVEL NACIONAL</b>									
1	19	Reunión	Evento	Presentación de Reconocimiento a las Buenas Prácticas de UP y GT	MITUR Central	Chilo	UP y GT Región Chilo	50	TCS y MITUR
2									
							NIVEL NACIONAL:	50	
							TOTAL GENERAL:	308	



Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto							
OCTUBRE 2021							
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1	Octubre	Reunión con actores de OT El Gallo	Copac, Puerto Plata	Cibao Norte	GT El Gallo	6	MTUR y TCS
2	Octubre	Capacitación certificada	Elaboración de Manual de Operación y Mantenimiento	Cibao Noroeste	ASDFUAL	13	INFOTEP / TCS
3	Octubre	Visita	Acompañamiento Ecología Equipo de Planificación	JARRINERA y Comarca La Vega	Cibao Sur	6	Tenorio
4	Octubre	Sensibilización	Rueda de prensa / Press Trip sobre Ruta del Gallo	Cibao Norte	Parabita	18	Alberdi y Diemar
5	Octubre	Sensibilización	Presentación de Proyecto TCS a nuevos integrantes de Cámara de Comercio de la Vega	ZOOM	Cibao Sur	4	Tenorio
6	Octubre	Acompañamiento	Seguimiento a la elaboración de la propuesta de inversión con OT Diapason	SABO de la Vega	Cibao Noroeste	8	Antar
7	Octubre	Reunión	Reunión de trabajo con actores de la Vega	ZOOM	Cibao Sur	10	Tenorio
8	Octubre	Reunión	Reunión con el Comité de Asesoría y el Comité de Planificación	Cibao Sur	OT Valverde	3	Antar
9	Octubre	Sensibilización	Encuentro con actores de la UPT de Valverde y Santiago Rodríguez	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	35	Antar y Nicole
10	Octubre	Reunión	Reunión sobre programa de intercambio de buenas prácticas de fomento de TCS	ZOOM	Cibao General	14	Adri, Alberdi y TCS
11	Octubre	Sensibilización	Charla de Presentación del Proyecto TCS a nuevos integrantes de la OPI Valverde	OPI Valverde	Cibao Noroeste	4	Antar
12	Octubre	Reunión	Comité de Desarrollo Santiago Rodríguez	Santiago Rodríguez	Cibao Sur	5	Tenorio
13	Octubre	Visita	Visita de educación a Pura Inés Arce, Valverde y Pao	AGRE, Aguadulce	Cibao Norte	17	Alberdi
14	Octubre	Sensibilización	Socialización con Directores de Justicia Distritales de la Provincia Valverde sobre TCS SEMAR VALVERDE	OPI Valverde	Cibao Noroeste	8	Antar
15	Octubre	Sensibilización	Encuentro con Directores de Justicia Distritales de la Provincia Valverde sobre TCS SEMAR VALVERDE	Cibao Sur	Distritos Locales	25	Tenorio
16	Octubre	Visita	Visita con Tour operador de Puerto Plata a Ruta del Gallo (con Camil Solís)	Copac, Puerto Plata	GT El Gallo	6	Alberdi
17	Octubre	Reunión	Reunión con ASDFUAL para confirmación de elaboración de Regras para SEMAR VALVERDE	Casa de la Cultura, Puerto Plata	GT Valverde	11	Antar
18	Octubre	Sensibilización	Rueda de prensa local para introducir SEMAR VALVERDE	OPI Valverde	Cibao Noroeste	17	Antar y Nicole
19	Octubre	Reunión	Socialización con Junta Directiva de Asociación de la comunidad de la Ruta del Baniero	Agre, Aguadulce, Valverde	Cibao Noroeste	10	Antar y Nicole
20	Octubre	Sensibilización	Reunión OT Noroeste para coordinación de actividades de apoyo de TCS	Hotel Dor Casaparc	Cibao Noroeste	5	Antar
21	Octubre	Capacitación certificada	Curso Libres Semestre Seminario Capacitación para Valverde EN PROCESO DESE EL 30 SEPTIEMBRE	Valverde ZOOM	Cibao Noroeste	13	INFOTEP / TCS
22	Octubre	Capacitación certificada	Curso Plan de Marketing para Ruta del Caballo	Manigua, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	10	Antar y Nicole
						<b>Total Sembrados:</b>	<b>191</b>
						<b>Total Capacitados:</b>	<b>36</b>
						<b>TOTAL SEMBRADOS Y CAPACITADOS</b>	<b>191</b>
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1	Octubre						
2	Octubre						
						<b>NIVEL NACIONAL:</b>	<b>0</b>
						<b>TOTAL GENERAL:</b>	<b>197</b>

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto							
SEPTIEMBRE 2021							
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1	Septiembre	Capacitación certificada	Elaboración de Libros de Instrucción de Capacitación 27 Charcos de Estrategia	Dominigua, Puerto Plata	Cibao Norte	19	INFOTEP / TCS
2	Septiembre	Sensibilización	Visualización de oferta turística y forma de manejo de Unidad Productiva Casa Eco Joya	Manzanillo, Colón	Cibao Sur	10	Tenorio Esteban
3	Septiembre	Sensibilización	Entrega de Insumos COVID-19 a la UPT Rancho Don Luis	San Félix de Macoris	Cibao Noroeste	10	Talavera Acuña y Alberto Martínez
4	Septiembre	Capacitación certificada	Calibración del Curso Guía Interpretativo de la Naturaleza (del 17 de agosto al 7 de septiembre)	Llano Juan María, San Fernando de Montiel	Cibao Noroeste	15	Meléndez de Melo, Antonio, Adriano Galva
5	Septiembre	Sensibilización	Reconocimiento del patrimonio y desarrollo del TCS en la provincia del Diapason de los Ríos y el	Diapason	Cibao Noroeste	19	Equipo TCS, MTUR
6	Septiembre	Acompañamiento	Acompañamiento a MTUR para levantamiento de atención de los Municipios Restauración Loma de Solera	Diapason	Cibao Noroeste	-	Antar Liberato
7	Septiembre	Capacitación certificada	2da sesión / Módulo / Curso Libres Semestre Turismo Comunitario Sostenible para Valverde	Valverde (ZOOM)	GT Valverde	13	INFOTEP / TCS
8	Septiembre	Sensibilización	Entrega de Insumos COVID-19 a UPT El Gallo y Los Galeros	Parada La Marroca / Junta Directiva Los Galeros, Sabana	Cibao Noroeste	10	Alberdi Martínez
9	Septiembre	Sensibilización	Entrega con LP para Manual de Buenas Prácticas de Fomento de OT - Valverde	OPI Valverde	Cibao Noroeste	3	INFOTEP / Antar y Nicole
10	Septiembre	Visita guiada	FAM TSP CABO NORTE PARA EVALUACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE	Puerto Plata, Esmeraldas	Cibao Norte	60	Unidades Operativas del MTUR
11	Septiembre	Capacitación certificada	Realización de Curso Semestre Capacitación Sostenible basado en la comunidad	Santiago Rodríguez, Colón	Cibao Sur	25	INFOTEP / TCS
12	Septiembre	Capacitación certificada	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
13	Septiembre	Sensibilización	Reunión sobre el plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
14	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
15	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
16	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
17	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
18	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
19	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
20	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
21	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
22	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
23	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
24	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
25	Septiembre	Sensibilización	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Caballo en Managua	Managua, Santiago Rodríguez, ZOOM	Cibao Noroeste	10	INFOTEP / TCS
						<b>Total Sembrados:</b>	<b>85</b>
						<b>Total Capacitados:</b>	<b>67</b>
						<b>TOTAL SEMBRADOS Y CAPACITADOS</b>	<b>142</b>
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1	Septiembre						
2	Septiembre						
						<b>NIVEL NACIONAL:</b>	<b>0</b>
						<b>TOTAL GENERAL:</b>	<b>142</b>

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto							
AGOSTO 2021							
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1	Agosto	Capacitación certificada	Curso Turismo Comunitario Sostenible basado en la comunidad (del 4 al 13 de agosto)	Comarca del Casaparc, Managua, Puerto Plata	Cibao Sur	25	INFOTEP
2	Agosto	Capacitación certificada	Elaboración de Libros de Instrucción de Capacitación 27 Charcos de Estrategia	Dominigua, Puerto Plata	Cibao Norte	19	INFOTEP
3	Agosto	Sensibilización	Apoyo del plan de intervención del Grupo Terrestre Valverde	OPI Valverde	Cibao Noroeste	3	Antar Liberato
4	Agosto	Acompañamiento / Promoción	Acompañamiento equipo del INFOTEP para desarrollo de material de marketing del TCS de agosto	Santiago Rodríguez, Diapason y Managua	Cibao Noroeste	20	Nicole Rodríguez
5	Agosto	Sensibilización	Apoyo del plan de intervención del Grupo Terrestre Santiago Rodríguez	OPI Santiago Rodríguez	Cibao Sur	9	Antar Liberato
6	Agosto	Acompañamiento	Reunión con Entidad Muestreo Noval para tratar temas de TCS	Managua, Puerto Plata	Cibao Sur	20	Tenorio Esteban
7	Agosto	Sensibilización	Presentación sobre el Proyecto TCS	INFOTEP, Puerto Plata	Cibao Norte	5	Alberdi Martínez
8	Agosto	Sensibilización	Reunión para reconocimiento de las buenas prácticas	Valverde (ZOOM)	Cibao Noroeste	13	Alberdi Martínez
9	Agosto	Sensibilización	Ajuste del plan de intervención del Grupo Terrestre Diapason	SABO de la Vega	Cibao Noroeste	10	Antar Liberato
10	Agosto	Capacitación certificada	Curso Guía Interpretativo de la Naturaleza: Cuarto módulo de Primera Asesoría	ZOOM	Cibao Norte	12	Meléndez de Melo, Antonio, Adriano Galva
11	Agosto	Acompañamiento	Seguimiento con actores de la Vega, explicación del proyecto TCS con Managua, Diapason y los Ríos	ZOOM	Cibao Sur	4	Tenorio Esteban
12	Agosto	Sensibilización	Sostenibilidad de acciones del TCS en el CMOE	OPI Valverde	Cibao Noroeste	2	Nicole Rodríguez
13	Agosto	Sensibilización	Actualización de potenciales turísticos del Municipio de Restauración	Salón del Ayuntamiento de Restauración, Diapason	Cibao Noroeste	15	Antar Liberato
14	Agosto	Acompañamiento	Socialización sobre la sostenibilidad y la situación actual de los clubes y grupos comunitarios de clubes turísticos de Valverde	OPI Valverde	Cibao Noroeste	2	Nicole Rodríguez
15	Agosto	Sensibilización	Señalar de Reintegración de la actividad de la Ruta del Baniero para determinar la capacidad del producto turístico viable	OPI Valverde	Cibao Noroeste	9	Nicole Rodríguez
16	Agosto	Acompañamiento	Encuentro con directivos Consejo Santiago Rodríguez y Cámara de Comercio	OPI Colón	Cibao Sur	6	Tenorio Esteban
17	Agosto	Sensibilización	Actualización de potenciales turísticos del Municipio de Villa de los Abogados	Salón del Ayuntamiento de Villa de los Abogados, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	12	Antar Liberato
18	Agosto	Acompañamiento / Promoción	Actividades de promoción (Press Trip, Presentaciones de Promoción Internacional, Página Web)	Managua, Jarabacoa	Cibao Sur	13	Tenorio Esteban
19	Agosto	Sensibilización	Sostenibilidad de acciones del TCS en el CMOE para elaboración de la ruta de la prueba final del curso de Guía Interpretativo de la Naturaleza al Grupo Ecología de Managua (GRECOM) en el marco del Proyecto TCS	ZOOM	Santiago Rodríguez y CMOE	4	Nicole Rodríguez y Sur
						<b>Total Sembrados:</b>	<b>27</b>
						<b>Total Capacitados:</b>	<b>86</b>
						<b>TOTAL SEMBRADOS Y CAPACITADOS</b>	<b>93</b>
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1	Agosto						
2	Agosto						
						<b>NIVEL NACIONAL:</b>	<b>0</b>
						<b>TOTAL GENERAL:</b>	<b>93</b>

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto							
JULIO 2021							
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
<b>NIVEL REGION NORTE</b>							
1	Julio	Capacitación certificada	Acompañamiento al Grupo de Asesoría de Managua en la elaboración de la Plan de Negocios Turístico por el INFOTEP	Ayuntamiento de Managua	Cibao Noroeste	18	INFOTEP, Marten Ramírez
2	Julio	Sensibilización	Levantamiento de Revista de Turismo Local de Río San Juan para fortalecer, actualizar y promover el desarrollo del Sistema Comunitario Sostenible de la zona de reserva turística Jarabacoa	Salón del Ayuntamiento de Río San Juan, Managua y Trinidad, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	20	Diemar González, Adriano Martínez, Meléndez de Melo, Lina Lora
3	Julio	Sensibilización	Exposición sobre Turismo Sostenible para el 2do Congreso del Proyecto TCS en las diferentes regiones del país	ZOOM	Cibao	33	Proyecto TCS, INFOTEP
4	Julio	Sensibilización	Sensibilización con los actores de la zona de reserva turística Jarabacoa	San Capatzen Ayuntamiento de Managua, Valverde	Cibao Noroeste	9	Antar Liberato, Nicole Rodríguez
5	Julio	Capacitación certificada	Inicio del curso "Guía Comunitario de Desarrollo del Turismo Sostenible"	ZOOM	GT Valverde	21	INFOTEP
6	Julio	Capacitación certificada	Acompañamiento a GRECOM en el segundo módulo de actualización de los cursos, curso guía interpretativo de la naturaleza	Llano Juan María, San Fernando de Montiel	Cibao Noroeste	15	Meléndez de Melo, Antonio, Adriano Galva
7	Julio	Sensibilización	Sensibilización en Congreso Nacional del INFOTEP sobre TCS y productos turísticos, 20 de julio	Termino Turística, Santo Domingo	Cibao Noroeste	40	Meléndez de Melo, Antonio, Adriano Galva
8	Julio	Capacitación Certificada	Acompañamiento a GRECOM en el tercer módulo de actualización de los cursos, curso guía interpretativo de la naturaleza	Llano Juan María, San Fernando de Montiel	Cibao Noroeste	15	Meléndez de Melo, Antonio, Adriano Galva
						<b>Total Sembrados:</b>	<b>74</b>
						<b>Total Capacitados:</b>	<b>79</b>
						<b>TOTAL SEMBRADOS Y CAPACITADOS</b>	<b>153</b>
<b>NIVEL NACIONAL</b>							
1	Julio	Evento	Realización de un press trip de reserva turística acompañado del MTUR	Desde Santo Domingo, Managua, CMOE	Cibao Noroeste	21	Maya, Antar, Nicole
						<b>NIVEL NACIONAL:</b>	<b>21</b>
						<b>TOTAL GENERAL:</b>	<b>174</b>

**Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto**  
**JUNIO 2021**

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 4	Junio	Capacitación Certificada	Taller de Marketing Digital	Taller de INFOTEP en Montevideo	Ciudad Montevideo	12	Nicole Rodriguez y Andrea Libarino	
2 2	Junio	Sensibilización	Taller sobre Marketing Territorial (para artesanos de Inyart y Chocobos)	Playa Rosales de Inyart, Puerto Plata	Ciudad Norte	20	Alfonso Martínez y Clara Rodríguez	
3 7	Junio	Sensibilización	Organización de programación del curso Guía Interpretativa de la Naturaleza	ZOOM	Ciudad Noroeste	13	Nicole Rodriguez y Andrea Libarino	
4 8	Junio	Sensibilización	Reunión con Asociación de Artesanos del Hogar	Moca, Escalvill	Ciudad Norte	9	Alfonso Martínez y Clara Rodríguez	
5 8	Junio	Sensibilización	Presentaciones de Destino a TTD0 ANIV	ZOOM	Ciudad y Norte	88	Clara Rodríguez y Equipo TCS	
6 10	Junio	Capacitación	Taller sobre Marketing Territorial para Turismo con la Mesa Sub-Regional del CNCE	Sala de la Asociación de Productores de Pesca Artesanal, Valverde	Ciudad Noroeste	39	Nicole Rodriguez y Andrea Libarino	
7 16	Junio	Capacitación	Taller de elaboración de plan de trabajo 2021 de GREMONT	Hotel Don Cesar Montevideo	Ciudad Noroeste	13	Nicole Rodriguez y Andrea Libarino	
8 19	Junio	Sensibilización	Presentaciones de Destino a Pesca Comunitaria y Rutas digitales	ZOOM	Ciudad y Norte	21	Clara Rodríguez y Equipo TCS	
9 21	Junio	Sensibilización	Reunión con Colegios de UP del Cibao Noroeste para coordinar sobre la presentación de destinos a la dispersa	ZOOM	Ciudad Noroeste	14	Andrea Libarino	
10 22	Junio	Sensibilización	Presentaciones de Destino a la Dispersa	ZOOM	Dispersión en el territorio regional TCS y contigüas	-	Clara Rodríguez y Equipo TCS	
11 23	Junio	Capacitación	Taller de ajuste de guión de la Ruta de la Miel	Villa Codrivi, Capatzen	Ciudad Norte	10	Nicole Rodriguez y Andrea Libarino	
12 27	Junio	Capacitación Certificada	Cursos de Inyección y pintura en fibra de Bateria y Yaguajay	Esperanza, Valverde	Ciudad Noroeste	12	Juan Rubio (INFOTEP)	
<b>Total Sensibilización:</b>							<b>102</b>	
<b>Total Capacitación:</b>							<b>16</b>	
<b>TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:</b>							<b>208</b>	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>51</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>319</b>	

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 8	Junio	Evento	Presentación de Destino a Tur. Operadores y Agencias de Viajes	ZOOM	Santa Domingo	-	Maya Villalobos	
2 12	Junio	Evento	Primer Día con los Operadores y Compañías de Turismo (13 de Junio)	Santa Domingo	Santa Domingo	-	Maya Villalobos	
3 16	Junio	Evento	Panel con 10 operadores de viajes	Santa Domingo	Santa Domingo	-	Maya Villalobos	
4 18	Junio	Evento	Presentación de Destino a Tur. Operadores y Agencias de Viajes	ZOOM	Santa Domingo	20	Maya Villalobos	
5 22	Junio	Evento	Presentación de Destino a Dispersa	ZOOM	Santa Domingo	25	Maya Villalobos, Tereza	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>51</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>319</b>	

**Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto**  
**MAYO 2021**

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 4	Mayo	Sensibilización	Sesión con UP y GT del Cibao Noroeste para reorientación de la sesión para el ingreso de turistas	ZOOM	Ciudad Noroeste	10	Andrea Libarino	
2 4	Mayo	Reunión	Sesión de la Mesa Técnica de la Ruta de la Miel	ZOOM	Ciudad Sur	12	Tereza	
3 10	Mayo	Asesoramiento	Visita a Sonido del Viento y Angostura	Jardines	Ciudad Sur	13	Tereza	
4 13	Mayo	Asesoramiento	Visita a Comarca, La Colmena	Comarca	Ciudad Sur	5	Tereza	
5 14	Mayo	Asesoramiento	Visita Salda de Jara	Bonao	Ciudad Sur	20	Tereza	
6 21	Mayo	Sensibilización	Reunión con socios del Yaguajay	ajon	Ciudad Sur	7	Tereza	
7 4	Mayo	Reunión	Organización con La Colmena y plan para ruta de las fiestas y senderos Ruta de la Miel	ZOOM	Ciudad Sur	6	Tereza	
8 7	Mayo	Asesoramiento	Asesoramiento a la sesión del INFOTEP para Subarriba y Villa Las Américas y reunión con comunidad para plan de integración de TCS (a solicitud del INFOTEP)	Santiago Rodríguez	Ciudad Noroeste	5	Andrea y Nicole	
9 17	Mayo	Sensibilización	Sesión Mesa de Turismo de Río San Juan para lanzamiento de Ruta de la Miel	ZOOM	Ciudad Noroeste	6	Alfonso	
10 6	Mayo	Reunión	Reunión de planificación con el GT de Santiago Rodríguez	ZOOM	Ciudad Noroeste	13	Andrea	
11 6	Mayo	Reunión	Reunión de planificación con el GT de Dagoberto	ZOOM	Ciudad Noroeste	9	Andrea	
12 7	Mayo	Reunión	Reunión de planificación con el GT de Valverde	OPT Valverde	Ciudad Noroeste	7	Andrea	
13 08	Mayo	Reunión	Reunión con GREMONT para acordar plan de trabajo	Zoom	Ciudad Noroeste	7	Nicole	
14 08	Mayo	Reunión	Reunión con Nativos/Cayoning para coordinación sobre visita a Ruta de la Miel	Zoom	Ciudad Noroeste	4	Nicole/Ambar	
15 08	Mayo	Reunión	Reunión con Artesanos de Monción para coordinación de próximas acciones	Oficina Senebatral, Monción	Ciudad Noroeste	6	Nicole/Ambar	
16 08	Mayo	Reunión	Reunión con Ruta de la Miel y AMAMEL para coordinación de próximas acciones	Zoom	Ciudad Noroeste	9	Nicole/Ambar	
17 08	Mayo	Sensibilización	Reunión con integrantes de la Ruta del Banano	OPT, Valverde	Ciudad Noroeste	8	Nicole/Ambar	
18 08	Mayo	Sensibilización	Reunión entre Vilas Codrivi, Ruta de la Miel, AMAMEL y Productores Mena Tereza	Villa Codrivi, Dagoberto	Ciudad Noroeste	13	Nicole/Ambar	
19 08	Mayo	Asesoramiento	Reunión entre Madrugada para el levantamiento de información para nueva ruta entre Manzanillo Eco Aventura y granja de la Jirca	Jirca, Montecristi	Ciudad Noroeste	8	Nicole/Ambar	
20 08	Mayo	Reunión	Reunión con GREMONT para coordinación de próximas acciones	Montecristi	Ciudad Noroeste	9	Nicole/Ambar	
21 08	Mayo	Sensibilización	Reunión con Pedro Zucardini para compartir sobre Proyecto de Conservación de la Bio-Diversidad Costera	Montecristi	Ciudad Noroeste	3	Nicole/Ambar	
22 08	Mayo	Sensibilización	Reunión con integrantes de la Ruta del Chevo	Hato del Medio	Ciudad Noroeste	15	Nicole/Ambar	
23 08	Mayo	Reunión	Reunión para coordinación del Tubing en el Río Mao	OPT, Valverde	Ciudad Noroeste	3	Nicole/Ambar	
24 08	Mayo	Reunión	Reunión con el Ayuntamiento de Mao y Base de Margaritas para tratar tema de la legalidad de las mirmas	Ayuntamiento Mao	Ciudad Noroeste	10	Nicole/Ambar	
<b>Total Sensibilización:</b>							<b>67</b>	
<b>Total Capacitación:</b>							<b>0</b>	
<b>TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:</b>							<b>67</b>	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>46</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>113</b>	

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 3	Mayo	Sensibilización	Reunión en INFOTEP sobre actualización e implementación de Turismo Comunitario en el Registro del Plan de la Ruta	OPT Santa Domingo	Diseño Nacional	14	Equipo TCS-AMTUR	
2 12	Mayo	Sensibilización	Comité de Coordinación Corporativa	MTUR/ajon	Diseño Nacional	30	Equipo TCS-AMTUR	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>46</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>113</b>	

**Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto**  
**ABRIL 2021**

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 6	Abril	Sensibilización	Reunión de actualización de lista de socios de presentaciones de UP y GT a nivel de la ruta de ODP	ZOOM	Ciudad Noroeste	15	Nicole Rodriguez	
2 7	Abril	Reunión	Reunión virtual con la Mesa Técnica y lanzamiento de videos de la ODP	ZOOM	Ciudad Sur	10	Nicole Rodriguez	
3 7	Abril	Reunión	Reunión con socios de la Ruta	Comarca, La Vega (ZOOM)	Ciudad Sur	5	Tereza, Catalina	
4 13	Abril	Sensibilización	Reunión de actualización de Ruta del Gallo	MTUR, Puerto Plata, Valverde (ZOOM)	Ciudad Norte	5	Diana González	
5 14	Abril	Sensibilización	Reunión de actualización de Ruta con ASIFAVIC	ZOOM	Ciudad Norte	7	Andrea Nicole	
6 15	Abril	Sensibilización	Participación en sesión de Orientación con las UP y GT sobre Programa de Apoyo TCS y preparación de sus presentaciones	Ciudad Norte, Noroeste, Noroeste y Sur	Representantes UP y GT de la Ruta del Chevo	50	Andrés, Tereza, Catalina	
7 16	Abril	Reunión	Reunión sobre curso Gestión de Desarrollo Comunitario	ZOOM	Ciudad Sur	7	Diana González	
8 16	Abril	Reunión	Reunión con el equipo de coordinación de capacitaciones y equipo del No	ZOOM	Ciudad Norte/Noroeste	6	Nicole Rodriguez	
9 21	Abril	Sensibilización	Reunión con socios del Yaguajay y Angostura	ZOOM	Ciudad Sur	7	Tereza Esteban	
10 23	Abril	Sensibilización	Presentación de productos/actividad y talleres por parte de Unidades Productoras a Capatzen, Terratenientes las Cajas 22 y 23	ZOOM	Ciudad (general)	30	Coordinación Territorial	
11 23	Abril	Reunión	Participación en sesión del Cibao Noroeste y Cibao Sur	ZOOM	Ciudad Noroeste y Sur	66	Andrea, Nicole	
<b>Total Sensibilización:</b>							<b>141</b>	
<b>Total Capacitación:</b>							<b>0</b>	
<b>TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:</b>							<b>141</b>	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>0</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>141</b>	

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 14	Marzo	Capacitación Certificada	Taller de capacitación e facilitadores para que puedan impartir el curso de Inyección y pintura en fibra de Bateria y Yaguajay	ZOOM	Ciudad (general)	27	Mery	
2 14	Marzo	Capacitación Certificada	Curso Turismo Sostenible: Bases de las Experiencias del Japon y su Aplicación	ZOOM	Ciudad (general)	45	Mery	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>72</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>147</b>	

**Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto**  
**MARZO 2021**

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 3	Marzo	Valía	Reunión por Monción con Directora de Turismo y Comité de Artesanos de Monción	Monción, Santiago Rodríguez	Ciudad Noroeste	8	Andrea, Nicole	
2 4	Marzo	Sensibilización	Sesión con OPT de Valverde y Montecristi para compartir plan de trabajo del CNCE	ZOOM	Ciudad Noroeste	5	Andrea, Nicole	
3 4	Marzo	Reunión	Reunión con Director Regional Norte para compartir algunos avances sobre el Proyecto	OPT Valverde	Ciudad Noroeste	4	Andrea, Nicole	
4 4	Marzo	Reunión	Reunión con asesora de Valverde para el INFOTEP para socializar el plan de trabajo del 2021	ZOOM	Ciudad Noroeste	10	Andrea, Nicole	
5 8	Marzo	Valía	Visita Cluber constanza	Constanza	Ciudad Sur	7	Tereza	
6 8	Marzo	Valía	Visita La Colmena, Constanza	Constanza	Ciudad Sur	7	Tereza	
7 9	Marzo	Reunión	Sesión para coordinar sesión del plan de CNCE con Mesa Técnica (INFOTEP y MTUR)	ZOOM	Ciudad Noroeste	6	Andrea, Nicole	
8 10	Marzo	Sensibilización	Reunión con Artesanos y Generación Innovación de la Ruta del Chevo	ZOOM	Ciudad Noroeste	4	Andrea, Nicole	
9 11	Marzo	Sensibilización	Reunión con actores de Valverde (Coordinación de Ruta en Margaritas, Ruta del Banano)	Oficina OPT	Ciudad Noroeste	12	Andrea, Nicole	
10 16	Marzo	Sensibilización	Reunión con Apogeo de la Ruta de la Miel para confirmación del Plan de Trabajo del 2021	Dagoberto	Ciudad Noroeste	5	Andrea, Nicole	
11 16	Marzo	Sensibilización	Reunión con AMAMEL para confirmación del Plan de Trabajo del 2021	Dagoberto	Ciudad Noroeste	8	Andrea, Nicole	
12 16	Marzo	Reunión	Reunión con Vilas Codrivi	Dagoberto	Ciudad Noroeste	4	Andrea, Nicole	
13 16	Marzo	Capacitación	Taller sobre Manejo de Negocios	Río San Juan	Ciudad Noroeste	12	Alfonso, Diana	
14 16	Marzo	Reunión	Reunión Consejo de Desarrollo Montecristi Novell y Sánchez Ramiel	Cuba	Ciudad Sur	11	Tereza	
15 17	Marzo	Sensibilización	Reunión con GREMONT para confirmación del Plan de Trabajo del 2021	ZOOM	Ciudad Noroeste	7	Andrea, Nicole	
16 18	Marzo	Reunión	Mesa Inicial Puerto Plata	Puerto Plata	Ciudad Norte	7	Alfonso, Diana	
17 18	Marzo	Reunión	Reunión con Kayal San Lorenzo	Sánchez Ramírez	Ciudad Sur	4	Alfonso, Diana	
18 23	Marzo	Sensibilización	Reunión con Guayamán para coordinar acciones de la experiencia indígena	ZOOM	Ciudad Noroeste	6	Andrea, Diana	
19 25	Marzo	Sensibilización	Coordinación con actores y representantes de Las Cabañas	ZOOM	Ciudad Noroeste	16	Alfonso, Diana	
20 25	Marzo	Reunión	Reunión Mesa Técnica Cibao Sur	ZOOM	Ciudad Sur	18	Tereza	
21 25	Marzo	Valía	Visita a Alimento balanceado Guayamán	Monción, Santiago Rodríguez	Ciudad Noroeste	4	Andrea, Nicole	
<b>Total Sensibilización:</b>							<b>63</b>	
<b>Total Capacitación:</b>							<b>84</b>	
<b>TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:</b>							<b>147</b>	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>72</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>147</b>	

Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto	
1 14	Marzo	Capacitación Certificada	Taller de capacitación e facilitadores para que puedan impartir el curso de Inyección y pintura en fibra de Bateria y Yaguajay	ZOOM	Ciudad (general)	27	Mery	
2 14	Marzo	Capacitación Certificada	Curso Turismo Sostenible: Bases de las Experiencias del Japon y su Aplicación	ZOOM	Ciudad (general)	45	Mery	
<b>NIVEL NACIONAL:</b>							<b>72</b>	
<b>TOTAL GENERAL:</b>							<b>147</b>	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto								
FEBRERO 2021								
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
<b>NIVEL REGION NORTE</b>								
1	Febrero	Reunión	Reunión sobre catálogo de Ruta Panorámica	Valera	Cibao Norte	Ruta Panorámica	10	Alberto, Dismar
2	Febrero	Sensibilización	Reunión con las UP del territorio para introducción de la investigación sobre la situación actual de vacunación ante el COVID-19	ZOOM	Cibao Noroeste	UP de CHOC	12	Ambar, Nicole
3	Febrero	Sensibilización	Reunión con TSM de la MIA para seguimiento al Plan de Regiones	Oficina OPT	Cibao Noroeste	Ruta de la MIA	4	Ambar, Nicole
4	Febrero	Valia	Visita a experiencias comunitarias que ofrecen Laboratorio (Barridos de Herencia Cofa, Museo Taino, Montaña Taino)	Quevedo	Cibao Norte	LIMC Quevedo	15	Alberto
5	Febrero	Clasificación	Taller sobre Sitios y presentación de Colifloras GT Río San Juan	Río San Juan	Cibao Nordeste	GT Río San Juan	13	Alberto, Dismar
6	Febrero	Sensibilización	Reunión con Fabrice de Casade Alimentos Fortuna para dar seguimiento al desarrollo de la experiencia innovación	Monción, fábrica de vacales Fortuna	Cibao Noroeste	Representantes FA Inca de Casade Alimentos Fortuna	4	Ambar, Nicole
7	Febrero	Reunión	Reunión con asesores situación actual Cibao Sur	ZOOM	Cibao Sur	Representantes UFGT Cibao Sur	11	Timoteo
8	Febrero	Sensibilización	Reunión con ASFAVAL, culinar propuesta logística de laboratorio y distribución de la vacales de ASFAVAL	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes ASFAVAL	6	Ambar, Nicole
9	Febrero	Sensibilización	Taller con Artesanos para Seguimiento al Plan de Negocios	Ayuntamiento, Mercado	Cibao Noroeste	Artesanos de Monción	9	Ambar, Nicole
10	Febrero	Valia	Reunión con la nueva encargada de la OPT de Valverde por las UP Montañitas y campesinos de Buen Horizonte del Proyecto DHOE	Montañitas	Cibao Noroeste	UP de Montañitas	181	Ambar, Nicole
11	Febrero	Valia	Simulacro de la experiencia innovación de la Ruta del Casabe	Monción, fábrica de vacales Fortuna	Cibao Noroeste	Representantes FA Inca de Casade Alimentos Fortuna	7	Ambar, Nicole
12	Febrero	Sensibilización	Reunión sobre monitoreo de vacales a las UP CN	ZOOM	Cibao Norte	UP de Casabona	10	Alberto
13	Febrero	Reunión	Reunión con Equipo TCS, Asesores Cibao Sur	ZOOM	Cibao Sur	Equipo TCS	11	Timoteo, Adri
14	Febrero	Sensibilización	Reunión con Ruta de la MIA para situación actual de vacales	ZOOM	Representantes	Ruta de la MIA	4	Ambar, Nicole
15	Febrero	Reunión	Reunión sobre catálogo de Ruta Panorámica	Valera	Ruta Panorámica	Ruta Panorámica	7	Alberto, Dismar
16	Febrero	Reunión	Reunión con UP Playa Rogelio	Gaspar Hernández	Representantes	UP Playa Rogelio	15	Alberto, Dismar
17	Febrero	Sensibilización	Reunión con Asociados de Banamaya y Directora de Turismo para socializar algunos temas de la Ruta del Banano	Asociación San Cruz, Mico	Asociación de Banamaya y MTUR	Ruta del Banano	10	Ambar, Nicole
18	Febrero	Reunión	Reunión con consejo de desarrollo innovador rural	Bonao	Cibao Sur	Consejo Desarrollo Innovador Rural	8	Timoteo
19	Febrero	Reunión	Reunión con Dirección provincial de MIA Puerto Plata	ZOOM	MTUR Pto. Plata y TCS	Cibao Norte	6	Alberto, Dismar
20	Febrero	Valia	Visita a actividad especial de James Ecotours para verificar recibidos por parte de Comitecero sobre visitas recibidas	Las espinas, James Ecotours	Cibao Norte	UP James Ecotours	12	Noriyuki
						Total Semblados:	110	
						Total Capacitados:	22	
						Total Simulacros y Capacitados:	132	

NIVEL NACIONAL								
1	Febrero	Sensibilización	Coordinación Sesión Operativa del comité virtual gestión	ZOOM	Santo Domingo		7	Adri
2	Febrero	Sensibilización	Presentación general del programa y procedimientos para selección	ZOOM	Santo Domingo	Equipo TCS, Litesa	53	Adri
3	Febrero	Reunión	Acuerdo preliminar al Vocacional de Cooperación	MTUR Santo Domingo	Santo Domingo	Vocacional de Cooperación	4	Adri
4	Febrero	Reunión	Acuerdo preliminar e intercambio de experiencias sobre la Ruta del Buen Horizonte	Dirección Patrimonio Cultural	Santo Domingo	Ruta del Buen Horizonte	10	Adri
5	Febrero	Reunión	Reunión regular mensual	MTUR Santo Domingo, ZOOM	Nacional	Equipo TCS y Coordinantes	25	Adri
						NIVEL NACIONAL:	99	
						TOTAL GENERAL:	132	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto								
ENERO 2021								
Fecha (Fecha/Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part.	Responsable de parte del proyecto	
<b>NIVEL REGION NORTE</b>								
1	Enero	Reunión	Socialización con el equipo de la OPT de Valverde	OPT de Valverde	Cibao Noroeste	OPT Valverde	7	Ambar, Nicole
2	Enero	Reunión	Reunión sobre Ruta Panorámica	ZOOM	Cibao Norte	Ruta Panorámica	6	Alberto, Dismar
3	Enero	Reunión	Reunión con TSM sobre Ruta panorámica	ZOOM	Cibao Norte	Representantes Ruta Panorámica	5	Alberto, Dismar
4	Enero	Sensibilización	Primera sesión del año 2021 con ASFAVAL	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes ASFAVAL	5	Ambar, Nicole
5	Enero	Reunión	Reunión con representantes de la Misa de Turismo de Espalbat	ZOOM	Cibao Norte	Representantes Misa de Turismo Espalbat	8	Alberto, Dismar
6	Enero	Sensibilización	Introducción con el Director de Medio Ambiente de Puerto Plata	ZOOM	Cibao Norte	Oficina Medio Ambiente	4	Alberto, Dismar
7	Enero	Sensibilización	Introducción con nuevo administrador del Santuario Manuel	ZOOM	Cibao Norte	UP Santuario Manuel / Estero Negro	4	Alberto, Dismar
8	Enero	Sensibilización	Introducción con nuevo administrador de Monumento Natural Cuevas de Caballero y Golata	ZOOM	Cibao Norte	Representantes Cuevas de Caballero y Golata	4	Alberto, Dismar
9	Enero	Reunión	Comunicación Actores para reunión Mesa de coordinación	Cofu	Cibao Sur	Mesa de Coordinación Cofu	10	Timoteo
10	Enero	Reunión	Reunión con actores del Santuario de Mariposa Maricao (director provincial de Medioambiente, administrador del área protegida, guías y guardabosques)	ZOOM	Cibao Norte	Actores UP Santuario Maricao / Estero Honda	13	Alberto, Dismar
11	Enero	Capacitación	Sesión continuación de la culminación del plan de negocios de ASFAVAL	ZOOM	Cibao Noroeste		8	Ambar, Nicole
12	Enero	Reunión	Reunión con actores de la Misa de Turismo de Espalbat	ZOOM	Cibao Norte		11	Alberto, Dismar
13	Enero	Reunión	Reunión Mesa Técnica Cibao Sur	ZOOM			24	Timoteo
14	Enero	Reunión	Zafalcones a Océano Limpio	Puerto Plata	Cibao Norte		10	Alberto, Dismar
15	Enero	Capacitación	Taller de Robustecimiento para Unidades productivas sobre moxtones	ZOOM			10	Alberto, Dismar
						Total Semblados:	17	
						Total Capacitados:	18	
						Total Simulacros y Capacitados:	35	
<b>NIVEL NACIONAL</b>								
1	Enero	Reunión	Seguimiento avance edición (Reunión Kokaya Life y Andariego)	ZOOM	Santo Domingo	Kokaya Life y Andariego	4	Noriyuki
2	Enero	Reunión	Reunión de seguimiento de muestra de producto final (Reunión Kokaya Life y Andariego)	ZOOM	Santo Domingo	Kokaya Life y Andariego	4	Noriyuki
						NIVEL NACIONAL:	8	
						TOTAL GENERAL:	43	

## **Anexo 14**

### **Lista de materiales elaborados**





## Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hJxR9vVyO7xWIKI4o6vUvOFq0uQ6ZDxQ?usp=sharing>

## L1 - Productos y Negocios Comunitarios

A. Subregión Cibao Norte			
Código	UP	Título	Mes / Año
CN-01	Asociación de Artesanos de Madera Petrificada (ASOARTEP)	Ficha de Unidad Productiva - ASOARTEP	-
		Perfil de Proyecto - ASOARTEP	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - ASOARTEP	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - ASOARTEP	Sep. 2021
CN-02	Asociación de Guías de Santuario Manatí	Hoja de Producto - UMPC Estero Hondo	Feb. 2018
		Ficha de Unidad Productiva - Asociación de Guías de Santuario Manatí	-
		Perfil de Proyecto - Asociación de Guías de Santuario Manatí	-
CN-03	Fábrica de Chocolate Artesanal - Chocolala	Hoja de Producto - Chocolala	Feb. 2018
		Ficha de Unidad Productiva - Chocolala	-
		Perfil de Proyecto - Chocolala	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - Chocolala	Jul. 2020
		Video promocional de la UP Chocolala	2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Chocolala	Sep. 2021
CN-04	Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	Ficha de Unidad Productiva - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	-
		Perfil de Proyecto - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	Sep. 2021
CN-05	Asociación de Guías Turísticos de Damajagua	Perfil de Proyecto - Asociación de Guías Turísticos de Damajagua	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Asociación de Guías Turísticos de Damajagua	Sep. 2021
CN-06	Finca Papirucho, Río Sonador	Perfil de Proyecto - Finca Capirucho, Río Sonador	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Finca Capirucho, Río Sonador	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Finca Capirucho, Río Sonador	Sep. 2021
CN-07	Jamao Ecotours	Ficha de Unidad Productiva - Jamao Ecotours	-
		Hoja de Producto - Jamao Ecotours	May. 2021
		Perfil de Proyecto - Jamao Ecotours	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Jamao Ecotours	Jul. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Jamao Ecotours	Sep. 2021
CN-08	Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Magante, Playa Rogelio	Perfil de Proyecto - Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Magante, Playa Rogelio	-
CN-09	Asociación de Artesanos	Ficha de Unidad Productiva - ASOARTEH	-

	del Higuero (ASOARTEH)	Perfil de Proyecto - ASOARTEH	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - ASOARTEH	Ago. 2020
		Catálogo de Artesanos del Higuero	Feb. 2021

### B. Subregión Cibao Nordeste

Código	UP	Título	Mes / Año
CNE-01	Asociación Comunitaria de Ecoturismo Salto El Limón	Perfil de Proyecto - Asociación Comunitaria de Ecoturismo Salto El Limón	-
CNE-02	Asociación de Guías Ecoturísticos de Las Galeras	Perfil de Proyecto - Asociación de Guías Ecoturísticos de Las Galeras	-
CNE-03	Kayak San Lorenzo	Perfil de Proyecto - Kayak San Lorenzo	-
		Guión de experiencia - Paseo en Bote y Kayak	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Kayak San Lorenzo	Jul. 2020
CNE-04	Rancho Don Lulú	Perfil de Proyecto - Rancho Don Lulú	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Rancho Don Lulú	Jul. 2020
CNE-05	Sindicato de Boteros de Laguna Gri-Gri	Perfil de Proyecto - Sindicato de Boteros de Laguna Gri-Gri	-

### C. Subregión Cibao Noroeste

Código	UP	Título	Mes / Año
CNOE-01	Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde (ASFAVAL)	Perfil de Proyecto - ASFAVAL	-
		Protocolo de contingencia de COVID 19 de ASFAVAL	Sep. 2020
		Resumen de Intervención a ASFAVAL con el apoyo del GT Valverde	Sep. 2021
		Guía de Productos de la Fibra del Banano de la Provincia Valverde - ASFAVAL	Dic. 2021
CNOE-02	AMAMIEL	Perfil de Proyecto - AMAMIEL	-
		Diagnóstico FODA y CAME de AMAMIEL	Nov. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - AMAMIEL	Sep. 2021
		Listado de productos y costos de los derivados de la Miel	Nov. 2021
CNOE-03	Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón	Primera versión del plan de negocios de la Ruta de la Miel	Feb. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón	Sep. 2021
		Perfil de Proyecto - Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón	Feb. 2022
		Material promocional de la experiencia de la Miel en Dajabón diversificada (Flyer)	Feb. 2022
CNOE-04	GREMONT	Análisis FODA y CAME de GREMONT	Nov. 2020
		Protocolo de contingencia de COVID-19 de GREMONT	Oct. 2020
		Plan de negocios de GREMONT (segunda versión)	Ene. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GREMONT	Sep. 2021
		Perfil de Proyecto - GREMONT	Oct. 2021
		Reporte final de curso de Guía Intérprete de la naturaleza de GREMONT	Oct. 2021
		Material promocional de la oferta de GREMONT	Nov. 2021
CNOE-05	Grupo Productivo de la Ruta del Casabe	Perfil de Proyecto - Grupo Productivo de la Ruta del Casabe	Jul. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Grupo Productivo de la Ruta del Casabe	Sep. 2021
CNOE-06	Manzanillo Ecoaventura	Perfil de Proyecto - Manzanillo Ecoaventura	Ago. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Manzanillo Ecoaventura	Sep. 2021
CNOE-07	Café Trillao	Perfil de Proyecto - Café Trillao	Oct. 2021
CNOE-08	Grupo Productivo de la Ruta del Chivo	Perfil de Proyecto - Ruta del Chivo	-
CNOE-09	Grupo Productivo de la	Perfil de Proyecto - Ruta del Banano	Oct. 2021

	Ruta del Banano		
CNOE-10	Anfitriones de Monción	Perfil de Proyecto - Anfitriones de Monción	Oct. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Anfitriones de Monción	Ago. 2021

<b>D. Subregión Cibao Sur</b>			
<b>Código</b>	<b>UP</b>	<b>Título</b>	<b>Mes / Año</b>
CS-01	Sonido del Yaque	Perfil Proyecto - Sonido del Yaque	-
		Documentos de Protocolo Turismo 3S (Sano, Seguro, y Sostenible)	2020
		Guión del Tour: Secreto del Sonido	2022
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas de Sonido del Yaque	Ene. 2022
		Brochure de Sonido del Yaque	Ene. 2022
CS-02	Complejo Ecoturístico de Angostura	Perfil Proyecto - Complejo Ecoturístico de Angostura	-
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas del Complejo Ecoturístico de Angostura	Ene. 2022
		Brochure del Complejo Ecoturístico de Angostura	Ene. 2022
CS-03	Finca Doña Paula - La Cotorra	Perfil Proyecto - Finca Doña Paula - La Cotorra	-
		Descripción de la experiencias en Finca Doña Paula	-
		Guión de la Experiencia en Fina Doña Paula	-
CS-04	Gaia Ecotrip	Perfil Proyecto - Gaia Ecotrip	-
		Listado de miembros activos	2021
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas de Gaia Ecotrip	Ene. 2022
		Brochure de Gaia Ecotrip	Ene. 2022
CS-05	Asociación de Guías de los Saltos de Jima	Guión de la experiencia de Gaia Ecotrip	2022
		Perfil Proyecto - Asociación de Guías de los Saltos de Jima	-
		Estatutos legales - Asociación de Guías de los Saltos de Jima	-
		Guión de la Experiencia - Asociación de Guías de los Saltos de Jima	-
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas de la Asociación de Guías de los Saltos de Jima	Ene. 2022
		Brochure de la Asociación de Guías de los Saltos de Jima	Ene. 2022

<b>Documentos Generales Adicionales</b>		
<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Mes / Año</b>
DG-D-01	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Dajabón	Dic. 2016
DG-D-02	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Santiago Rodríguez	Dic. 2016
DG-D-03	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Montecristi	Dic. 2016
DG-D-04	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Valverde	Ene. 2017
DG-D-05	Reporte de diagnóstico sobre los productos de turismo comunitario de Puerto Plata	Feb. 2017
DG-D-06	Informe diagnóstico de unidades productivas priorizadas	Abr. 2018
DG-B	Flyers promocionales de Unidades Productivas	-
DG-A	Fichas de Unidades Productivas para Tour Operadores	-
DG-C-01	Catálogo de Productos Derivados de la Miel	-
L1-2	Perfiles de Buenas Prácticas de UPs	Sept. 2021

**No. de documentos: 99**

## Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:

[https://drive.google.com/drive/folders/1D8IrlRPnqIHFCfmDrquPBsRW\\_UE6XuDh?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1D8IrlRPnqIHFCfmDrquPBsRW_UE6XuDh?usp=sharing)

## L2 - Gestión Territorial

A. Subregión Cibao Norte			
Código	GT	Título	Mes / Año
CN-01	Ruta del Gallo - GT del El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	Perfil del GT de El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - GT de El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GT de El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	Sep. 2021
		Brochure sobre la Ruta del Gallo	-
CN-02	UMPC Guanatico	Perfil del GT - UMPC Guanatico	-
		Guión de experiencia - Música Dominicana	-
		Reglamento de experiencia - Música Dominicana	-
		Informe taller de profundización de música dominicana	May. 2018
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - UMPC Guanatico	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - UMPC Guanatico	Sep. 2021
CN-03	UMPC VYP	Perfil del GT - UMPC VYP y APEDI	-
CN-04	Mesa de Turismo de Espaillat	Perfil del GT - Mesa de Turismo de Espaillat	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Mesa de Turismo de Espaillat	Sep. 2021
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - Mesa de Turismo de Espaillat	Ago. 2021
		Brochure de la Ruta Histórica "Justicia, Valentía y Paz"	2021
CN-05	CODEJAN	Perfil del GT - CODEJAN	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - CODEJAN	2021

B. Subregión Cibao Nordeste			
Código	GT	Título	Mes / Año
CNE-01	CONTUGAL	Perfil del GT - CONTUGAL	-
CNE-02	Mesa de Turismo de Río San Juan	Perfil del GT - Mesa de Turismo de Río San Juan	-

C. Subregión Cibao Noroeste			
Código	GT	Título	Mes / Año
CNOE-01	GT de Dajabón	Perfil del GT de Dajabón	-
		Informe de mini taller elaboración de plan de acción para el GT de Dajabón	-
CNOE-02	GT de Monción	Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GT de Monción	-
		Informe de mini taller elaboración de plan de acción para el GT de Monción	Nov. 2017
CNOE-03	GT de Santiago Rodríguez	Perfil del GT de Santiago Rodríguez	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GT de Santiago Rodríguez	-
CNOE-04	GT de Montecristi	Perfil del GT de Montecristi	-
CNOE-05	GT de Valverde	Perfil del GT de Valverde	-
		Informe resumen de participación en de GT en Expo Valverde	Abr. 2018

CNOE-06	Sub-Regional	Primera versión de la Estrategia para el Fortalecimiento del Circuito Esencia del Sabor	Feb.2022
---------	--------------	---	----------

<b>D. Subregión Cibao Sur</b>			
<b>Código</b>	<b>GT</b>	<b>Título</b>	<b>Mes / Año</b>
CS-01	Clúster Turístico de Constanza	Perfil del Clúster Turístico de Constanza	-
		Instructivo de campaña Clúster Turístico de Constanza	2022
		Vídeo promocional de Constanza	2022
CS-02	Consejo Ecoturístico de Monseñor Nouel	Perfil del Consejo Ecoturístico de Monseñor Nouel	-
CS-03	Consejo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	Perfil del Consejo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	-
		Listado de miembros del Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	-
		Minuta Lanzamiento de Mapa Cibao Sur	2021
		Presentación Consejo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	2021
		Fotos - Consejo de Desarrollo Ecoturístico Sánchez Ramírez	2022

<b>General</b>		
<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Mes / Año</b>
DG-B-01	Reporte de diagnóstico sobre red de turismo comunitario de Puerto Plata (Parte 1)	Nov. 2016
DG-B-02	Informe sobre Talleres de planificación pre-taller regional: creación de "Destino de Circuito Multiprovincial"	Ene. 2017
DG-B-03	Informe de Taller regional: creación de "Destino de Circuito Multiprovincial"	Feb. 2017
DG-B-04	Reporte de diagnóstico sobre red de turismo comunitario de Puerto Plata (Parte 2)	Feb. 2017
DG-B-05	Reporte sobre Plan de estrategia y Plan de negocio de red de turismo comunitario de Puerto Plata	Feb. 2017
DG-A-01	Catálogo de Recursos del Circuito Esencia del Sabor	2020
DG-A-02	Revista de Nuestros Tesoros Comunitarios - Monción Capital del Casabe	2020
DG-A-03	Mapa de Recursos Ilustrado de Dajabón	-
DG-A-04	Mapa de Recursos Ilustrado de Santiago Rodríguez	-
DG-A-05	Mapa de Recursos Ilustrado de Río San Juan	-
DG-A-06	Catálogo de productos de la Red de Turismo Comunitario Puerto Plata	-
DG-A-08	Revista de Nuestros Tesoros Comunitarios - Río San Juan	Jul. 2021
L2-2	Perfiles de Buenas Prácticas de UPs	Sept. 2021
DG-A-09	Revista de Nuestros Tesoros Comunitarios - Jamao Al Norte	Nov. 2021

**No. de documentos: 52**



Última actualización: 2022/03/04

## Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:

<https://drive.google.com/drive/folders/1QLkZV2R6j36R80tFQX581ZwOyZZZudqU?usp=sharing>

### L3 - Comercialización y Promoción

Promoción de TCS		
Código	Título	Mes / Año
PR-01	Video promocional de TCS - Mango Verde	2018
PR-02	Video promocional " Nuestra Gente" (Margaritas de Mao) / Colaboración con MITUR	Mar. 2019
PR-03	Driving Map de la Región Cibao	Sep. 2019
PR-04	Resumen de Video para capacitación de TCS	Nov. 2019
PR-05	Página Destino Cibao "ww.descubrecibao.com"	2020
PR-06	Catálogo de experiencias de Turismo Comunitario Sostenible	Ene. 2020
PR-07	Revista Soy Cibao	Jun. 2020
PR-08	Sellos Provinciales	Dic. 2020
PR-09	Video con influencers - Jamao Al Norte con Kiskeya Life	Feb. 2021
PR-10	Video con influencers - Jamao Al Norte con Andariego	May. 2021
PR-11	Mapa de Cibao Sur	Oct. 2021
PR-12	Video promocional de la subregión Cibao Sur	Ene. 2022
PR-13	Video promocional de UP y GT - CNOE / Colaboración con MITUR	2020 y Feb. 2022
Tours Modelo		
TM-01	Tours modelo	2018
TM-02	Tours modelo (nueva edición)	Ago. 2020
Posicionamiento de TCS		
P-01	Documentos del plan estratégico de Promoción.	Ene. 2022
P-02	Página Destino Cibao "ww.descubrecibao.com" (versión actualizada)	Feb. 2022
Documentos generales adicionales		
DG-01	Informe Final de Proyecto Piloto sobre "Desarrollo de Herramienta de Mapping Participativo (Aplicación y Base de Datos) - App Todo en RD	Jul. 2017
DG-02	Informe Final de Proyecto Piloto sobre "Concurso de Desarrollo de Rutas con Estudiantes Universitarios, con Plataforma Territorial en Santiago y Puerto Plata" - Arma Tu Ruta Cibao	Jul. 2017
DG-03	Informe Final de Proyecto Piloto sobre "Modelo de Punto de Información Turístico con acuerdo Público-Privado"	Jul. 2017
DG-04	Informe final sobre participación en evento "DiscoverPOP"	Oct. 2017
DG-05	Recopilación de Informes y Presentaciones de Líneas Base (2017-2018)	2017 - 2018
DG-06	Proyectos Piloto: -Proyecto Piloto 1 - Mejoramiento de capacidad de venta y promoción basado en el ciclo de marketing de TCS -Proyecto Piloto 2 - Creación de Base de Destinos de Circuito Multiprovincial con Participación Comunitaria -Proyecto Piloto 3 - Concurso de Desarrollo de Rutas con Estudiantes Universitarios, con Plataforma Territorial en Santiago y Puerto Plata -Proyecto Piloto 4 - Un Modelo de Punto de Información Turístico con acuerdo Público-Privado - Proyecto Piloto 5 - Desarrollo de Herramienta de Mapping Participativo (Aplicación y Base de Datos	2017-2018
DG-07	Manual de uso del website y redes sociales red de turismo comunitario en Puerto Plata	2018
DG-08	Informe sobre propuesta de aproximación a la gestión de información turística en el Territorio de la Rep. Dom.	2018
DG-09	Informe final participación en feria "ExpoTurismo"	Jun. 2018
DG-10	Video resumen de participación en evento "DiscoverPOP"	Oct. 2018
DG-11	Documento resumen de participación en evento "Discover Puerto Plata"	Oct. 2019
DG-12	Reporte sobre situación actual del turismo: Análisis y aproximaciones estratégicas para Proyecto TCS	Abr. 2021

DG-13	Documentos de Consultoría de Marketing Digital para TCS	Nov. 2021
DG-14	Monitoreo de RRPP (Proyecto TCS)	Feb. 2022
DG-15	Listado de embajadores de TCS	Feb. 2022

**No. de documentos: 32**

Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:

[https://drive.google.com/drive/folders/1QJ2\\_JkcN3TSah5Eo5crkyh1MPL85RgZC?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1QJ2_JkcN3TSah5Eo5crkyh1MPL85RgZC?usp=sharing)

**L4: Capacitación**

Código	Título	Mes / Año
DG-01	Informe final de taller de formación de facilitadores para identificación de los recursos locales de las provincias de Montecristi, Valverde, Dajabón y Santiago Rodríguez	Nov. 2016
PC-01	Documentos sobre consultoría para Formación de Guías Comunitarios	Sep. 2018
DG-02	Videos testimoniales sobre las experiencias de capacitación	2021
PC-02	Documentos sobre consultoría de Mejoramiento de Programas de Capacitación de Guías locales / Anfitriones / Intérpretes de la Naturaleza	Nov. 2021
DG-03	Monitoreo de capacitaciones / Sensibilizaciones / Concientizaciones	Dic. 2021
PC-03	Catálogos de Ofertas de capacitaciones TCS Manual y programas Cursos especializados TCS	Dic. 2021
DG-04	Sesiones de Sensibilización con Herramientas Estándar para facilitadores del INFOTEP Regional Norte	Dic. 2021
DG-05	Presentación final de resultados (L4)	Feb. 2022

No. de documentos: **8**

Última actualización: 2022/03/04

## Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:

[https://drive.google.com/drive/folders/1qfokTbAPlpYuq9gCCpBSs2UnM\\_jTbShm?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1qfokTbAPlpYuq9gCCpBSs2UnM_jTbShm?usp=sharing)

### L5: Provisión de Asistencia y Fortalecimiento del Sistema de Monitoreo

Código	Título	Mes / Año
DG-01	Recopilación de Informes de Líneas Base (2017)	2017
DG-02	Resumen de sesión de monitoreo sobre avance de Proyecto	May. 2017
DG-03	Informe de Taller de socialización sobre el Proyecto con el personal de la Oficina de Promoción Turística de la región noroeste del Proyecto	Ago. 2017
DG-04	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Valverde)	Ago. 2017
DG-05	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Santiago Rodríguez)	Ago. 2017
DG-06	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Dajabón)	Ago. 2017
DG-07	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Montecristi)	Ago. 2017
DG-08	Brochure sobre informaciones generales de TCS	2018
DG-09	Resumen de sesión de monitoreo sobre avance de Proyecto	May. 2018
DG-10	Propuesta de diseño de oficina de turismo sostenible (OTS) y unidad de fomento de turismo comunitario sostenible (UFTS)	May. 2018
DG-11	Introducción de Competitividad Turística Provincial	Oct. 2021
DG-12	Sesiones Virtuales de Intercambio de las UPs y GTs del Proyecto TCS	Oct. 2021
DG-13	Resumen de impacto de TCS	Dic. 2021
DG-14	Reporte Final sobre Buenas Prácticas de TCS	Feb. 2022
DG-15	Memoria Institucional del Proyecto TCS	Feb. 2022
DG-16	Documentos sobre consultoría sobre Investigación de Territorio y Productos Potenciales	Feb. 2022
DG-17	Visión Estratégica 2030	Feb. 2022
DG-18	Minuta del 6to Comité de Coordinación Conjunta (CCC)	Feb. 2022

No. de documentos **18**

Listado de Guías Metodológicas, Manuales y Catálogos - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:

[https://drive.google.com/drive/folders/1NujSWPwTcQRnnTgGE99QCG\\_4sWzaF9sT?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1NujSWPwTcQRnnTgGE99QCG_4sWzaF9sT?usp=sharing)

Código	Título	Mes / Año
<b>L1 - Desarrollo de productos</b>		
GP1-01	Guía para Taller de Identificación de Recursos Locales basado en la Participación de Actores locales	May. 2016
GP1-02	Guía para práctica para la creación de nuevo atractivo turístico desde negocio existente	Feb. 2022
GP1-03	Guía práctica para preparación de una ruta temático	Feb. 2022
GP1-04	Guía práctica para articulación y desarrollo de negocios turísticos sostenibles desde perspectiva comunitaria	Feb. 2022
GP1-05	Guía práctica para elaboración de un guión de experiencia TCS	Feb. 2022
GP1-06	Guía práctica para elaboración de un inventario de recursos locales de TCS	Feb. 2022
MA1-01	Manual para emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible	Feb. 2022
<b>L2 - Gestión Territorial</b>		
GP2-01	Guía práctica de descubrimiento y valoración de recursos locales (taller, profundización, elaboración de materiales)	Feb. 2022
GP2-02	Guía práctica para sensibilización / coordinación de las instituciones locales	Feb. 2022
GP2-03	Guía práctica para elaboración de visión conjunta de un territorio (incluyendo elaboración de imagen o eslogan territorial)	Feb. 2022
GP2-04	Guía Práctica la definición de roles y funciones dentro de una mesa/grupo de trabajo	Feb. 2022
MA2-01	Manual para conformación y fortalecimiento de Grupos Territoriales	Feb. 2022
<b>L3 - Comercialización y promoción para posicionamiento</b>		
GP3-01	Guía Práctica para la Presentación de Destino Turístico	Feb. 2022
GP3-02	Guía Práctica para la planeación de un video promocional de destino	Feb. 2022
GP3-03	Guía práctica para la gestión de un sistema de Información Turística	Feb. 2022
GP3-05	Guía para Marketing Digital (B) / Nivel Regional	Feb. 2022
GP3-06	Guía para Organización de Fam Trip / Press Trip	Feb. 2022
MA3-01	Manual de promoción	Feb. 2022
<b>L4 - Capacitación</b>		
GP4-01	Guía para coordinación de los cursos de captación de INFOTEP	Feb. 2022
GP4-02	Guía para seguimiento de los cursos de captación de INFOTEP	Feb. 2022
GP4-03	Guía de apoyo a guías/anfitriones/intérpretes	Feb. 2022
MA4-01	Manual de difusión de TCS (Para facilitadores y asesores de INFOTEP)	Feb. 2022
MA4-02	Manual de utilización de TCS-INFOTEP (Para las comunidades)	Feb. 2022
CA4-01	Catálogo de talento de coordinadores y facilitadores	Feb. 2022
CA4-02	Catálogo de talento de líderes comunitarios	Feb. 2022
CA4-03	Catálogo de talentos de guías locales / intérpretes / anfitriones	Feb. 2022
<b>L5 - Mejoramiento de Gobernanza</b>		
GP5-01	Guía práctica para Registro de TCS	Feb. 2022
MA5-01	Manual para Operación Básica de las Oficinas Regionales para turismo regional y comunitario	Feb. 2022
CA5-01	Catálogo de Ofertas Institucional	Feb. 2022

No. de documentos: **29**



## **Anexo 15**

### **Plan de recuperación por el OMT**





# COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance in Dominican Republic

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO)

Project Final Report

February 2021

## Table of Content

- 1. Introducing the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package ..... 2
- 2. Summary of the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Activities included in the project for the Dominican Republic ..... 5
  - 2.1. Activity implementation based on priority criteria ..... 8
  - 2.2. Project Management and Implementation ..... 9
  - 2.3. Final project outputs and recommendations ..... 12
- Annex 1 Tasks descriptions international expert team ..... 21
- Annex 2: Executive Summaries final reports technical assistance activities ..... 28
  - Support Programme for Tourism MSMEs ..... 28
  - International Tourism Marketing Strategy ..... 30
  - Tourism Diversification Strategy ..... 33
  - Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene ..... 35
  - Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data ..... 37
- Annex 3: Promotional flyers produced for the 4 online tourism masterclasses ..... 40

## 1. Introducing the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package

The world is facing an unprecedented global health crisis, the repercussions of which are being felt in all sectors of society and the economy. Health institutions and governments worldwide are doing their utmost to combat COVID-19. While we must remain cautious regarding predictions as to how the pandemic will affect the social fabric of our societies, it lies beyond doubt that with solidarity, courage and trust, we will re-emerge stronger than before.

Prior to the COVID-19 pandemic, tourism represented 30% of the world's exports of services (US\$ 1.5 trillion) and up to 45% of the total export of services in developing countries. However, in 2020, global tourism suffered its worst year on record, with international arrivals dropping by 73%. Destinations welcomed 1 billion fewer international arrivals, which translated into an approximate loss of USD 1.1 trillion in export revenues (-63%), that is, more than 11 times the loss recorded during the 2009 global financial crisis<sup>1</sup>.

Regrettably, this downward trend continued in 2021. While international tourism experienced a 4% increase – that is, 15 million more international tourist arrivals compared to 2020 (415 million versus 400 million) – international arrivals were still 72% below the pre-pandemic year of 2019<sup>2</sup>. Similarly, the economic contribution of tourism in 2021 (measured in tourism direct gross domestic product) is estimated at US\$ 1.9 trillion, above the US\$1.6 trillion in 2020, but still well below the pre-pandemic value of US\$ 3.5 trillion. Export revenues from international tourism could exceed US\$ 700 billion in 2021, a small improvement over 2020 due to higher spending per trip, but less than half the US\$ 1.7 trillion recorded in 2019.

Overall, the registered uplift in demand in 2021 was driven by increased traveler confidence amid progress on vaccinations and the easing of entry restrictions in many destinations. However, the full impact of the Omicron variant, from November 2021 onwards, and a still uneven vaccination rate worldwide, are occasioning a slow recovery pace. As to regions, the Americas, with a 17% growth rate, recorded, together with Europe, the strongest results in 2021 compared to 2020. And yet, despite positive results, visitation in the Americas region still remains 63% below pre-pandemic levels<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> UNWTO World Tourism Barometer, January 2022  
<sup>2</sup> <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>  
<sup>3</sup> Ibid.



While better than the overall regional and sub-regional results, the Dominican Republic has also suffered a strong decrease in international visitation. Between 2019 and 2020, international arrivals dropped by nearly 63%, and while an increase in visitation was registered in 2021, provisional results remain 34% below pre-pandemic levels<sup>4</sup>.



Inevitably, such a long-lasting crisis has an impact on the livelihoods of millions of people and threatens to roll back Sustainable Development Goals (SDGs) progress. To contextualize, UNWTO notes that in 2009, on the back of the global economic crisis, international tourist arrivals declined by 4%, while the SARS outbreak led to a decline of just 0.4% in 2003.

Despite being one of the sectors most deeply affected by the impact of COVID-19, tourism remains an economic powerhouse. Expenditure by visitors on accommodation, food and drink, local transport, entertainment and shopping, in addition to its impact on issues ranging from regional development to visa facilitation, communications and transportation, make it an interesting sector for countries to invest in due to its long-term economic return and multiplier effect on the economy. No matter the economic classification of countries – low, middle or high income – tourism's contribution is multi-layered and cross-sectoral. It also represents a vital source of jobs, especially for women and youth, and income, via tourism receipts and Foreign Direct Investment (FDI) inflows.

<sup>4</sup> UNWTO World Tourism Barometer, Volume 19, November 2021

The impacts of measures such as movement restrictions, the closure of hotels and other accommodation facilities, as well as cultural and natural attractions, cancellation or postponement of events and gatherings, have all contributed to international tourism coming to a standstill with enormous economic repercussions, including loss of income and surging unemployment.

In order to assist Member States in developing a gradual approach to recovery, soon after the beginning of the COVID-19 pandemic, UNWTO designed the "COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package". The package offers guidance to both public and private tourism sector stakeholders in their crisis response by, firstly, outlining UNWTO's range of technical assistance, and, secondly, detailing potential areas of intervention, including impact assessment, roles and responsibilities.

In the COVID-19 era, countries have to realize a new reality of the tourism and travel industry and make every possible effort to shape the sector accordingly. It is advisable that countries try to make optimum utilization of available resources, knowledge and experience to put the sector back on rails. The UNWTO COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package is structured around three main pillars:

- I. **ECONOMIC RECOVERY:** through measuring the quantitative and qualitative impacts of COVID-19 on the tourism sector and preparing research-based recommendations for economic recovery and support to tourism-related businesses, in particular to MSMEs.
- II. **MARKETING AND PROMOTION:** through the review of marketing and promotion strategies, identifying and targeting markets that can help accelerate recovery, addressing product diversification, and recommendations and guidelines in terms of pricing and packaging.
- III. **INSTITUTIONAL STRENGTHENING AND BUILDING RESILIENCE:** especially aimed at assisting tourism governments and tourism businesses to adapt their services to meet the post COVID-19 working conditions in terms of health, safety, and restoration of consumer confidence; and promote tourism governance, public-private partnerships and collaborative efforts for tourism recovery, including crisis preparedness and management systems, protocols and skills.

The Tourism Recovery Package includes a comprehensive list of technical assistance activities that UNWTO can provide, including both activities of a longer duration and with a wide scope, such as the development of new strategies, and activities of a relatively short duration with a specific focus, such as advice and training on selected topics. Depending on the situation in a country, Member States may need different technical assistance activities at various stages of the COVID-19 mitigation and recovery process.

## 2. Summary of the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Activities included in the project for the Dominican Republic

In the second semester of 2020, UNWTO started liaising with the Ministry of Tourism of the Dominican Republic and with the Japanese organizations JICA and ICNET to develop a detailed proposal for the project titled "COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance in Dominican Republic". A Technical Assistance Proposal was developed that aimed to achieve results in three key areas: post COVID-19 economic recovery in the Dominican Republic; improving the internal and external marketing and product attractiveness of the island; as well as strengthening available institutions and enhancing destination resilience, especially among the public and private tourism stakeholders – which are briefly summarised below.

### Post COVID-19 economic recovery in the Dominican Republic

To support post COVID-19 economic recovery in the Dominican Republic, it was agreed to provide technical assistance activities aimed at offering financial and technical support to MSME's and SME's. By channelling necessary relief for recovery, the proposed technical assistance activities are to have an impact on the following Sustainable Development Goals (SDGs):

- SDG 1: No Poverty
- SDG 8: Decent Work and Economic Growth
- SDG 10: Reduce Inequalities

### Improving the internal and external marketing and attractiveness of the island

As to internal and external marketing and promotion, destinations will be increasingly eager to start welcoming visitors as soon as the situation allows. Whereas at the height of the COVID-19 crisis most countries opted to postpone or reduce promotional campaigns, during the recovery phase there will be a need for targeted marketing activities, especially to build destination confidence and approach priority markets with good prospects to capture. Considering how the crisis has affected demand and travel patterns, countries need to revisit growth scenarios and priority markets, and adjust planned promotional activities based on available resources and the new reality of the tourism and travel industry. As key activities for the Dominican Republic were identified the development of an international marketing strategy and a tourism diversification strategy. The main purpose of these activities is to evaluate the crisis-impact on tourism and travel patterns, revise growth scenarios, assess priority and source markets, and tourism segments, diversify tourism products, services and markets so as to avoid overdependence on specific markets and activities, as well as introducing innovative marketing activities and instruments capable of targeting new marketing, generating confidence and raising awareness among new travellers. The proposed two activities are to have an impact on the following Sustainable Development Goals (SDGs):

- SDG 1: No Poverty
- SDG 8: Decent Work and Economic Growth
- SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure
- SDG 10: Reduced Inequalities
- SDG 11: Sustainable Cities and Communities

### Strengthening available institutions and enhancing destination resilience

Finally, it is essential to strengthen the institutions and build resilience among the public and private tourism stakeholders of the Dominican Republic. Enhancing tourism competitiveness and sustainability requires a strong process of collaboration between the public and private sector and civil society actors. In the area of institutional strengthening and resilience building, project stakeholders agreed to undertake the following technical assistance activities in the Dominican Republic: Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene; and a Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data. The proposed activities are to have an impact on the following Sustainable Development Goals (SDGs):

- SDG 1: No Poverty
- SDG 4: Quality Education
- SDG 8: Decent Work and Economic Growth
- SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure
- SDG 10: Reduced Inequalities

Thus the five selected project activities, included within the framework of UNWTO's COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package and presented together with the respective objectives, were defined as follows:

#### **Pillar I: Economic Recovery**

##### **- Support Programme for Tourism MSMEs**

##### **Objectives:**

- Carry out a comprehensive review of support needs for tourism MSME's in the COVID-19 aftermath, looking into topics such as business planning, HRD, packaging, pricing, marketing, and financial planning.
- Identify support mechanisms for MSMEs provided by the local and national government as well as international agencies that can apply to the tourism sector.
- Build capacities through development of training programmes to enable MSMEs to adapt their tourism services and working procedures to cater to the new protocols developed to guarantee safety and security of tourists and employees.
- Prepare a comprehensive support programme for Tourism MSMEs to help mitigate the impact of the COVID-19 pandemic and assist tourism MSMEs to adapt to the new reality of the tourism and travel industry.

#### **Pillar II: Marketing and Promotion**

##### **- International Tourism Marketing Strategy**

##### **Objectives:**

- Assessment of the state of tourism in the COVID-19 aftermath, including a detailed review of the existing tourism marketing and product development strategies and activities, and an assessment of the destination confidence and international competitiveness.
- Review image of the country in main markets: identification of the strengths, weaknesses, opportunities and threats for tourism marketing and branding of the country/destination in the light of the COVID-19 pandemic.
- Prioritise product offering to reflect changing demand.
- Provide recommendations and actions regarding priority market segments, their product development and packaging requirements, and promotional tools, both traditional and digital, to reach the segments, and advise on effective allocation of marketing resources per segment.
- Deliver interactive awareness raising seminars on the implementation of the Marketing Strategy for key tourism stakeholder in the country.

##### **- Tourism Diversification Strategy**

##### **Objectives:**

- Identify needs and opportunities to diversify tourism to build resilience and avoid overdependence on one or a few activities or markets.
- Provide recommendations for product improvements, diversification and packaging, building on the diverse offer of possible products and attractions, to meet preferences and needs of identified priority markets/segments.
- Identify opportunities to incentivize development in products, market segments and marketing activities that contribute to a more responsible and sustainable travel and tourism sector.
- Explore possibilities to develop and boost off-peak tourism products and to stimulate travel by specific groups, e.g. through developing social tourism schemes aimed at seniors, families, youth and people with disabilities.
- Advise on possibilities for intra-regional tourism diversification.
- Apart from including an overall evaluation of available tourism products, including their location and connectivity, an effort will be undertaken to include, wherever possible and/ or applicable, more detailed georeferenced information, such as GPS coordinates of identified sites.
- Organize sector-wide seminars on tourism diversification with a view to validating the tourism diversification strategy and encouraging multi-stakeholder collaboration.

### Pillar III: Institutional Strengthening and Resilience Building

#### - Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.

##### Objectives:

- Assess priority topics for tourism skills and business development training that may be relevant to build resilience of tourism enterprises in different stages of the COVID-19 mitigation and recovery process. Topics may include: Tourist Safety and Security; Health and Hygiene for the Tourism Sector; Customer Care; Accessible Tourism for All; Language Skills; Business Model Adaptation; and Management and Financing of Tourism Businesses
- Develop tailor-made training programme and deliver courses with interactive working sessions and group exercises, using case studies and best practices, applicable to the local context.

#### - Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data

##### Objectives:

- Review of the instruments and activities, both current and planned, that the Dominican Republic aims to implement within the area of tourism market intelligence, specifically in the ambient of big data destination management.
- Apart from a thorough study of planned and current activities, an action plan, based on international best-practices, will assess areas such as involved stakeholders and their specific role, information assessed, and instruments used.

### 2.1. Activity implementation based on priority criteria

Bearing in mind technical criteria, especially the medium- and long-term beneficial impact of proposed activities for the tourism sector, while assuming a favourable evolution of the COVID-19 pandemic, it was proposed to implement below activities according to following priority levels:

##### High priority:

1. Tourism Diversification Strategy
2. International Marketing Strategy
3. Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data

8

### Medium priority:

4. Support Programme for Tourism MSMEs
5. Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.

### 2.2. Project Management and Implementation

Following agreement on the final project document, ICNET and UNWTO signed a project agreement in May 2021, with an expiry date of 31 December 2021. In December 2021, the project agreement was amended to extend the period of project implementation and reporting to March 2022.

Immediately after signing the project agreement in May 2021, UNWTO launched the procurement process to hire a company to collaborate on the implementation of the project. For the procurement process, UNWTO had prepared detailed task descriptions for the technical assistance to be delivered by a team different national and international experts on each of the project components. The tasks descriptions for the international experts are included in Annex 1. In August 2021, UNWTO had completed the review of the different offers received from companies, and had selected a Consortium of two companies, Inmark Europa S.A and Atrévía Comunicación SLU, to collaborate with on the implementation of the project.

In the meantime, arrangements were made with MITUR to issue a letter guaranteeing the privileges and immunities of UNWTO during project implementation. Unfortunately, only at the end of October 2021 was MITUR able to send the required letter to UNWTO. Upon receipt of the letter from MITUR, UNWTO could finally sign the agreement with the selected Consortium, after which it immediately started to make arrangements with the Consortium and other project stakeholders in regards to the planning and implementation of project activities.

On 11 November 2021, the project kick-off meeting took place with representatives from MITUR, JICA, ICNET, UNWTO and the Consortium. In the meeting, the proposed project workplan was presented and discussed, and information was exchanged on technical and logistical aspects relevant for project implementation. Based on the feedback received during the kick-off meeting, a revised project work plan was prepared and shared with MITUR and ICNET on 24 November 2021. The work plan clearly spelt out the main actions to be undertaken for the implementation of each project component, including the time schedule for desk research, online meetings, field missions, seminars to be delivered and reports to be submitted.

For the implementation of the project, the Consortium brought in a team of international and national experts. The national experts had presential meetings with tourism stakeholders in the Dominican Republic on a regular basis, and played an active role in collecting information, sharing local insights, setting up virtual meetings, organizing workshops and seminars, and planning and accompanying the international experts

9

during their field missions. The international experts undertook the following missions to the Dominican Republic:

- Team Leader and International Marketing Specialist: 24 January – 4 February 2022, and 17-25 February 2022;
- Tourism Diversification Expert: 14 -22 December 2021; 23 January – 4 February 2022;
- Economist specialised in Tourism: 18-23 February 2022
- Expert in Tourism Quality Standards: 13-18 February 2022

During the various missions undertaken by the experts, consultation workshops were organized in the following destinations:

- 25 January 2022, Pedernales
- 26 January 2022, Santo Domingo
- 27 January 2022, Samaná
- 28 January 2022, Puerto Plata
- 31 January 2022, Montecristi
- 01 February 2022, Miches

The desk and field research served as a basis to prepare project reports and plans and to organize awareness raising and capacity building seminars, and online masterclasses, which were delivered as follows:

- 14-15 February 2022, training workshop in Santo Domingo on tourism resilience and health and safety protocols for the public tourism sector.
- 16-17 February 2022, training workshop in Santo Domingo on tourism resilience and health and safety protocols for the private tourism sector.
- 21 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Puerto Plata.
- 22 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Samaná.
- 23 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Santo Domingo.
- 24 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Miches.

As part of the Support Programme for Tourism MSMEs, 4 online masterclasses were delivered:

- 14 February 2022, online masterclass on challenges and opportunities for tourism destinations.
- 15 February 2022, online masterclass on tourism digitalization, with a specific focus on business practices.
- 16 February 2022, online masterclass on adapting tourism business practices to COVID-19 and additional global trends.
- 17 February 2022, online masterclass on the development of competitive tourism products and experiences.

10

Additional information on the 4 tourism masterclasses is provided in chapter 2.3 and in Annex III.

UNWTO officials undertook the following missions to the Dominican Republic to review and discuss the progress, to participate in selected workshops and seminars, and to provide technical inputs and guidance:

- 23 – 27 January 2022 by the Manager of the Technical Cooperation and Silk Road Department and the Technical Coordinator of the Institutional Relations and Partnership Department.
- 17-23 February 2022 by the Technical Coordinator of the Institutional Relations and Partnership Department
- 22-25 February 2022 by the Technical Coordinator of the Technical Cooperation and Silk Road Department

From UNWTO side, the Manager and Technical Coordinator from the Technical Cooperation and Silk Road Department, and the Technical Coordinator from the Institutional Relations and Partnerships Department actively collaborated with MITUR and the Consortium to plan and carry out project activities with a view to ensuring that all outputs are delivered in a timely and effective manner. The UNWTO officials accompanied the overall project implementation throughout its entire duration, and their tasks included project management; liaising between the project partners, MITUR, JICA, and any other identified project partners; logistical assistance; contacting relevant project partners and outside partner institutions; and other supportive tasks, including preparing the final project report for ICNET. Further, the Director of the Regional Department for the Americas and the Technical Coordinator of the Institutional Relations and Partnerships Department provided active project preparation and implementation support, including liaising with MITUR and JICA/ICNET on logistical and administrative matters, together with selected colleagues from administrative departments, such as the Legal and Finance Departments.

A Project Steering Committee was appointed to guide and oversee the implementation of all proposed activities and regulate all matters relating to the implementation of the deliverables. Meetings of the Project Steering Committee were held in Santo Domingo on 26 January 2022 and on 18 February 2022. The Project Steering Committee was chaired by MITUR, and counted upon the participation of representatives from MITUR, JICA, ICNET and UNWTO. During the Steering Committee Meeting on 18 February 2022, the final outputs and recommendations for each project component were presented and pre-approved by the Steering Committee Members.

11



### 2.3. Final project outputs and recommendations

The final outputs and recommendations for each of the five technical assistance activities are presented below:

#### **Pillar I: Economic Recovery**

##### - Support Programme for Tourism MSMEs

###### Outputs:

- Inception Report, shared with MITUR on 27 January 2022.
- Support Programme for Tourism MSME's, shared with MITUR on 28 February 2022.
- Awareness raising seminars<sup>5</sup>, organized on:
  - 21 February 2022 in Puerto Plata.
  - 22 February 2022 in Samaná.
  - 23 February 2022 in Santo Domingo.
  - 24 February 2022 in Miches.
- 4 online capacity building / tourism masterclasses, organized on:
  - 14 February 2022 with approximately 86 participants.
  - 15 February 2022 with approximately 85 participants.
  - 16 February 2022 with approximately 83 participants.
  - 17 February 2022 with approximately 78 participants.

###### Recommendations:

###### Financial and economic support measures:

- Fiscal support: with special emphasis on prioritized destinations (Santo Domingo, Pedernales, Samaná, Puerto Plata, Miches and Montecristi), reduce the tax rate and taxes for new businesses by adapting Law No. 158-01 on the promotion of tourism development.
- Financial incentives: to palliate the impact of COVID-19, creation of a credit emergency fund for tourism MSMEs with preferential lending and interest rates.
- Provide tourism MSMEs with preferential / soft loans, as a means to incentivize the development of competitive tourism products and services.

###### Technical support measures:

- Development of a Tourism Quality Certification Scheme, primarily involving 50 MSMEs in a pilot project. Subsequent extension of the pilot project to the entire country, and development of a benefits campaign.
- MITUR to support tourism MSMEs in the development of novel and competitive tourism products by:
  - Sharing relevant tourism data (tourism segments, traveller profiles, etc.).

<sup>5</sup> For detailed information on individual seminars (attendance, agenda, training materials, etc.), please see the main report.

in the territory, together with an agenda of recurring talks on specific topics of greatest interest

Additionally, 4 online tourism masterclasses were held. Aimed at tourism MSMEs and public sector stakeholders from the Dominican Republic, following topics were assessed:

- 14 February 2022: online masterclass on challenges and opportunities for tourism destinations.
  - Tourism governance
  - Destination management challenges: sustainability, tourism digitalization, and security.
  - Destination planification and sectoral management.
- 15 February 2022: online masterclass on tourism digitalization, with a specific focus on business practices.
  - Key aspects of the digital business model
  - Digital selling techniques.
  - Digital tools and channels.
  - Data collection and analysis.
- 16 February 2022, online masterclass on adapting tourism business practices to COVID-19 and additional global trends.
  - Upcoming trends and challenges.
  - Business planning.
  - HR and skill development.
  - Customer care and satisfaction.
- 17 February 2022, online masterclass on the development of competitive tourism products and experiences.
  - From a tourism resource to a tourism product.
  - Consumer trends and challenges.
  - How to create, plan and manage novel and competitive tourism products.
  - How to ensure qualitative tourism experiences.

#### **Pillar II: Marketing and Promotion**

##### - International Tourism Marketing Strategy

###### Outputs:

- Inception Report, shared with MITUR on 27 January 2022.
- International Tourism Marketing Strategy, shared with MITUR on 28 February 2022.

- Organizing specialised training workshops, including business management and planification; health and safety protocols and standards; product development; digital transformation; sustainable practices and business models; and tourism quality standards.
- Creating and promoting a directory of tourism services and products offered by stakeholders.
- Assisting MSMEs in accessing specialized fairs.
- Support tourism MSMEs in the area of **digital transformation**, including:
  - Digital means and tools; applicable to work (remote / hybrid) and/or client relations, and tools to be adopted by the sector (QR codes, digital payment, mobile applications, etc.).
  - Online / Web presence; especially to enhance business reputation and optimization, and customer perception.
  - Digital marketing strategy; within specific means, development of a clear marketing strategy supported by appropriate implementation mechanisms.
  - Overall, there is a need to reinforce digital infrastructure throughout the country, so as to support targeted assistance in identified areas.
- Assist MSMEs in promoting innovative tourism practices by:
  - Fomenting Innovative Business Group Programmes and/or a Think Tank for innovation in tourism, with the support of universities, public and private tourism stakeholders, and with an annual budget from MITUR. These initiatives should be aimed at developing tourism prototypes and best-practice examples, research and knowledge acquisition.
- Promote sustainable tourism management by:
  - Developing a Manual on Good Sustainability Practices for tourism MSMEs.
  - Creating an Annual Sustainable MiPyme Award, thus raising awareness on good practices within the Dominican Republic.

###### Measures to strengthen the resilience of tourism MSMEs:

- Develop profitable public-private partnership models, especially in the area of destination management. Evolution towards consolidated tourism cluster models (for example, the Convention Bureau in Santo Domingo), including public-private financing schemes.
- Foment local ownership and support of tourism activities and products by engaging local communities in so called "Host Programmes".
- Know-how and capacity building: institutionalize coordination between MITUR, industry associations and the academy to align academic tourism programmes with sector/ business interests and needs to improve know-how and employability.
- Design a Virtual Training Program led by MITUR, including masterclasses, videos and similar content aimed to improve know-how and tourism skills. create a virtual Training Program with video capsules (15-20 minutes each) on the most important issues for the reactivation of tourism and the consolidation of tourism

- 4 interactive awareness-raising seminars<sup>6</sup>, organized on:
  - 21 February 2022 in Puerto Plata.
  - 22 February 2022 in Samaná.
  - 23 February 2022 in Santo Domingo.
  - 24 February 2022 in Miches.

###### Recommendations:

- **Reputation of the Dominican Republic as a safe travel destination should be maintained** by continuing to adopt beneficial public-private practices in the areas of health and safety standards and protocols, COVID-19 support measures, and flexible travel policies.
- **A sustainable tourism development approach should be actively pursued.** The sustainable use of resources and community integration, in addition to climate change challenges, must be adequately incorporated into the product offer and marketed accordingly.
- **Product diversification:**
  - While the all-inclusive resort and beach tourism approach is a strong asset, additional niche tourism markets focused on culture, gastronomy and adventure tourism should be developed to increase overall destination competitiveness and tourist spending.
  - Improve market intelligence to adapt to new tourism trends and needs, and traveller profiles, including the millennial segment, digital nomads, sustainable and slow-tourism approaches.
  - The Dominican Republic should diversify its source markets to reduce the high dependency on the US market. Maintain and/or strengthen alliances, review acquisition strategies and offer portfolios for high spending / high volume markets such as the UK, Germany, France, Spain and Canada, in addition to promising markets such as Russia, Argentina, Colombia and Puerto Rico.
- **Transportation infrastructure:** improvements in road infrastructure and air connectivity are required to sustain diversification approach.
- **Marketing and communication tools:**
  - Intensify efforts to digitize the industry, especially in regards to the use of apps, social media and travel platforms. New tools such as Artificial Intelligence, inbound marketing, augmented reality, and the use of influencers as brand ambassadors should be maximised.
  - Align strategies to digital marketing trends and needs, that is, co-branding, co-creation, digital, emotional and interactive / experiential campaigns, so as to maximise exposure on travel and social media outlets.

###### Action Plan (summary):

- Priority Level 1: COVID-19 recovery
  - Activation of social listening and data analysis tools.

<sup>6</sup> For detailed information on individual seminars (attendance, agenda, training materials, etc.), please see the main report.

- o Active participation in travel forums and the opening of an official 'B2B' channel on LinkedIn to Direct communication with companies in the sector.
- Priority Level 2: Positioning of the Dominican Republic
  - o Changes to the visual identity.
  - o Launch of a '360°' communication campaign in key markets.
  - o Offline and online engagement tools.
  - o Strategic approach to participation in fairs and other PR activities.
  - o Management of a network of digital influencers.
- Priority Level 3: New Strategic Areas of Interest
  - o Incentive programme for the MICE market.
  - o Establishment of strategic alliances through co-marketing campaigns.
  - o Technical and conceptual improvements to the 'GoDominicanRepublic' website and on its mobile application.

- Tourism Diversification Strategy

Outputs:

- Inception Report, shared with MITUR on 27 January 2022.
- Tourism Diversification Strategy, shared with MITUR on 28 February 2022.
- 4 sector-wide seminars<sup>7</sup>, organized on:
  - o 21 February 2022 in Puerto Plata.
  - o 22 February 2022 in Samaná.
  - o 23 February 2022 in Santo Domingo.
  - o 24 February 2022 in Miches.

Recommendations:

- **Improve tourism governance and public-private cooperation:**
  - o **Completion of the tourism inventory**, including a prioritization and characterization of available tourism assets and attractions.
  - o Development of a **National Tourism Policy** and a **Tourism Master Plan** to ensure (i) a structured institutional approach, and (ii) a clear roadmap for implementation.
  - o Foment a participatory tourism governance scheme by developing horizontal cooperative mechanisms between public and private sector organizations and non-governmental and community organizations.
- **Product Diversification:**
  - o There is a high potential for specialization, especially in Pedernales (SAVE), Puerto Plata (urban and historic and TCS); Santo Domingo (orange, creative cities, DTI) and nature-based tourism activities.
  - o Reduce dependency on the all-inclusive resort and beach tourism approach by developing a tourism product portfolio of high-value

<sup>7</sup> For detailed information on individual seminars (attendance, agenda, training materials, etc.), please see the main report.

segments. Highly specialized guides, niche tourism offers and a tailored / interactive approach towards visitors should be studied as diversification strategies.

- o Guide tourism development towards a qualified and customer-oriented value chain; and a community with a tourist culture. It is necessary to develop a virtual training program tailored to the needs and interests of tourism MSMEs.
- o Guarantee emblematic products and high-value experiences by developing participatory workshops that bring together the local host community and local businesses / service providers.
- o Study real and potential demand that enables the identification of priority segments. Adapt tourism infrastructure and tourism services accordingly.
- o Prioritize products according to potential, taking into account their level of development.
- Drive towards **sustainability:**
  - o Ensure integrity of ecosystems and balanced approach between heritage protection and tourism promotion by developing sustainable management mechanisms such as Carrying Capacity, Limit of Acceptable Change, etc.
  - o In collaboration with the private sector, sustainable tourism policies aimed at the implementation of good practices and the surveillance and management of tourism resources should be developed.
  - o Study an environmental service tax as part of the tourist activity.
  - o Foment community ownership and participation, as a means to improve the visitor experience.

**Pillar III: Institutional Strengthening and Resilience Building**

- Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.

Outputs:

- Inception Report, submitted to MITUR on 27 January 2022.
- Review of health and safety protocols, submitted to MITUR on 28 February 2022.
- Training Quality Skill Development workshop for the public and private tourism sector, organized on:
  - o 14-15 February 2022 in Santo Domingo for the public tourism sector.
  - o 16-17 February 2022 in Santo Domingo for the private tourism sector.

Recommendations:

- **Continuous revision and update of health and safety protocols**, including:
  - o Sub-sectors currently with no adequate protocols, primarily MICE, beaches, tourist information centres, tourist guides, and car rentals.

- o Certain sub-sectors should be provided with tailored protocols – spas, gyms – as opposed to subsumption under the hospitality protocols.
- o Improve infection traceability and mapping.
- o Alignment with SDGs: 1) Accessibility 2) Environmental Management 3) Gender Perspective 4) Population in situation of vulnerability.
- **Improve tourism governance and public-private coordination**, including:
  - o Establish permanent communication and cooperation structures between main stakeholders of the tourism value chain.
  - o Establish health and safety management tools allowing for improved and individualized implementation and control.
  - o Simplify and harmonize, as much as possible, available protocols and standards to ensure efficiency and joint ownership.
- Introduction of **control and enforcement mechanisms**, including:
  - o Integral control mechanisms (digital traceability and control, and enforcement and inspection norms).
  - o Tourism dashboard on tourism and COVID-19 indicators.
  - o Improve the human skill-set: 1) Training in resilience and risk management 2) sectoral / business segment containment 3) New skills for the tourism value chain.
- **Communication and promotion of the Dominican Republic as a safe travel destination:**
  - o Proactive awareness raising approach: targeted campaigns, an official certification and signage, and specific web-based information.
  - o Develop a data-based approach aimed at measuring how tourists perceive and relate to the Dominican Republic as a safe destination.
  - o Awareness-raising among stakeholders directly or indirectly related to the tourism sector (taxis, online platforms, small local businesses, etc.).

- Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data

Outputs:

- Inception Report on Tourism Marketing Intelligence submitted to MITUR on 27 January 2022.
- Tourism Marketing Intelligence Action Plan, submitted to MITUR on 28 February 2022.
- MITUR did not manage to confirm attendance to the awareness-raising seminar focused on presenting main recommendations. The recommendations of this activity were presented during the workshops detailed above. Several follow-up dates for online training have been proposed, but, to date, MITUR did not manage to confirm availability.

Recommendations:

- The main objective of a revised tourism intelligence strategy is to increase the competitiveness of the Dominican Republic by **expanding the sectoral analysis beyond numerical data**, and **improving measurement and monitoring capabilities** of the tourism sector. Specific recommendations include:
  - o Define and expand the objectives of statistical analysis and display of results.
  - o Consolidate a single and uniform tourism database.
  - o Deepen cooperation between the main institutions collecting and assessing available tourism data, and ensure participating and engagement of the private tourism sector.
  - o Improve technological tools to ensure transformation of data sets into knowledge, especially 'Machine Learning' and 'Deep Learning' processes.
  - o Focus on tourism intelligence trainings, so as to improve the skill-set and competencies of involved actors.
  - o Micro-segment tourism demand to ensure a more targeted and individualised analysis of ongoing needs and tourism trends.
  - o Develop usage profiles in line with the UNWTO Global Code of Ethics. The existence of visualization tools and open access must be integrated into the strategic processes of public and private stakeholders. Public-private cooperation in this sense should be improved through the implementation of cooperative mechanisms.
  - o Tourism Intelligence in the area of capacity building, granting those trained with a high degree of specialization.

Key Actions in the area of Tourism Market Intelligence:

- Awareness:
  - o Definition of beneficiaries/key actors. Data awareness.
  - o Exposure of objectives to interest groups, validation and consensus.
  - o Identify data and define value for the tourism sector.
  - o Definition of training and awareness plans.
- Analysis and Statistics:
  - o Data variable analysis.
  - o Definition of 'Dashboard Global'.
  - o Review of KPIs and preventive and reactive actions.
  - o Statistical integration plan for structured and unstructured data.
- Regulation and Cooperation:
  - o Regulation of access to open data and technical interoperability of data.
  - o Define public-private governance model.
  - o Define impact of opening of data to the private sector.
- Centralization:
  - o Interministerial coordination plan for the single convergence of data and synergy definition (transport, security, industry, labour...).
- Definition of a unified beneficiary contact point for the location request of data.Innovation:

- Definition of impacts and innovative product/business models based on data.
- Catalog applications and technological resources.
- Catalog consulting companies focused on data analysis.
- Development
  - Plans to encourage staff training in strategies based on data, primarily aimed at the development of tourism products and services.
  - Definition and incentives for the development of applications and technological resources based on IoT, Big Data, RRSS as well as structured data sources.

**Additional note:**

The final reports (in Spanish) for each of the five technical assistance activities are being shared with MITUR and ICNET. The names of the experts who prepared the reports have been mentioned on the front page of each report. All reports were prepared under the guidance of and reviewed by UNWTO (Marcel Leijzer and Patrick Fritz) The executive summaries (in English) of each report are included in Annex 2.

**Annex 1 Tasks descriptions international expert team**

**1 international expert: economist specialised in tourism in charge of elaborating a support programme for tourism MSMEs**

The international expert will be responsible for implementing the following tasks:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the concise activity methodology, so as to be reflected in the Inception Report.
- Development of the support program for tourism microenterprises and SMEs that will include a strategy to relaunch the sector, including:
- Support needs for tourism microenterprises and SMEs as a result of COVID-19.
- Study and review of topics such as business planning, human resource development, package travel preparation, pricing, marketing and financial planning.
- Identify support mechanisms for microenterprises and SMEs provided by local and national governments, as well as international organizations, that can be applied to the tourism sector.
- Recommend actions to improve the training of micro-enterprises and SMEs, especially to adapt their tourist services and work procedures to the new protocols formulated to guarantee the safety of employees and tourists.
- Prepare a comprehensive support program for tourism microenterprises and SMEs to help mitigate the impact of the COVID-19 pandemic, and help tourism microenterprises and SMEs to adapt to the new reality of the tourism and travel sector.
- Analysis of areas such as:
  - Contributions in kind.
  - Loans without interest.
  - Taxes, rates, national and local tax measures.
  - Tax holidays or deferral of tax payments.
- Prepare and organize a work seminar, including preparation of the program and content, presentations, invitations and all those details that are considered necessary for a correct implementation.
- Within the reasonable, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the activity.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The expert will be responsible for submitting following deliverables to UNWTO:

- Inception Report – in Spanish and in electronic format
- Draft Support Programme for Tourism MSMEs – in Spanish and in electronic format
- Final Support Programme for Tourism MSME's – in Spanish and in electronic format
- Awareness raising seminar in Spanish.

**Qualifications:**

The expert will have at least 10 years of experience in the implementation of tourism projects with an economic background (support programs and resource management, market studies, business planning, etc.). With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

**1 international tourism expert specialised in marketing and promotion responsible for the development of an International Tourism Marketing Strategy for the Dominican Republic**

The international tourism expert specialised in marketing and promotion will be responsible for implementing the following tasks:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology. Preparation of the inception report with detailed information on the methodology and activity planification.
- Lead and coordinate the work of the local expert.
- Carry out a rapid assessment of the state of the tourism sector after COVID-19, including a detailed review of the plans and activities carried out, as well as an assessment of confidence in the destination and its international competitiveness.
- Review of the destination image of the Dominican Republic in the main source markets, including the identification of strengths, weaknesses, opportunities and threats for tourism marketing in light of the COVID-19 pandemic.
- Formulate an international tourism marketing and promotional strategy that can be utilised by the main tourism stakeholders in the country. Emphasis on the main international markets in Europe, North America and Japan, as well as emerging markets in Asia, such as India and China (the exact source markets to be determined at a later stage).
- Establish realistic market objectives for the Dominican Republic based on a consideration of available products and priority markets.

- Recommend marketing strategies and actions to reduce seasonality, extend the length of stay and increase income from international tourism.
- Identify and promote marketing tools and techniques that can be used effectively by the main public and private stakeholders (fairs, public relations activities, events, etc.).
- Evaluate the current use of digital marketing tools for tourism promotion, and identify opportunities to strengthen their use within the framework of post-COVID-19 tourism recovery.
- Evaluate the feasibility of introducing competitive prices, special promotions and other possible tools to boost the Dominican Republic brand.
- Analyze the changes produced by COVID-19, especially in travel patterns and marketing trends, to identify targeted opportunities to stimulate demand from source markets.
- Prepare and contribute to the periodic work meetings that will be organized with the actors involved in the project.
- Responsible for preparing and organizing the workshops, including preparation of the program and content, presentations, workshops, invitations and all those details that are considered necessary for the correct implementation of the activity.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the activity.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The expert will be responsible for submitting following deliverables to UNWTO:
  - Inception Report in Spanish and in electronic format.
  - Draft International Tourism Marketing Strategy in Spanish and in electronic format.
  - Final International Tourism Marketing Strategy in Spanish and in electronic format.
  - 3 interactive awareness-raising seminars in Spanish.

**Qualifications**

The international Tourism Marketing Expert will have at least 10 years experience in formulating tourism strategies, especially in the field of marketing and promotion. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

**1 international tourism diversification expert responsible for the development of a Tourism Diversification Strategy for the Dominican Republic**

The international Tourism Diversification Expert will assume the following responsibilities:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representatives involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology to follow. Preparation of the initial report with detailed information on the methodology and planning of the activities.
- Lead and coordinate the work of the two local experts specialized in the development of tourism products.
- Carry out a rapid assessment of the state of the tourism sector after COVID-19, including a detailed review of the plans and activities carried out, as well as an assessment of available destination confidence and its international competitiveness.
- Identify tourism diversification needs and opportunities to improve resilience and avoid over-reliance on one or a few activities or markets.
- Provide recommendations to improve, diversify and combine products, based on a diverse offer of possible products and attractions, in order to meet the preferences and needs of the identified priority markets / segments.
- Identify opportunities to encourage the development of products, market segments and marketing activities that contribute to a more responsible and sustainable travel and tourism sector.
- Explore possibilities to develop and promote out of season tourism products and travel by specific groups, for example, through the development of social tourism programs aimed at the elderly, families, young people or people with disabilities.
- Advise on intraregional tourism diversification possibilities.
- Apart from including a general evaluation of tourism products, as well as their location and connectivity, an attempt will be made, wherever possible, to add more detailed information on georeferencing, such as the GPS coordinates of identified products.
- Detailed inventory and evaluation of existing and potential tourist resources and circuits, with special reference to cultural, natural and special interest tourist resources.
- Analysis of the effectiveness of tourism governance at the national, regional and local levels.
- Analysis of stakeholder participation in the tourism implementation process.
- Assess the extent to which public-private partnerships are used in tourism development and management.
- Assessment of training needs in the tourism sector.
- Prepare and contribute to the periodic work meetings that will be organized with the actors involved in the project.

24

- Responsible for preparing and organizing the 4 seminars, including preparation of the program and content, presentations, workshops, invitations and all those details that are considered necessary for a correct activity implementation.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the project.
- Comply with the reporting standards established by UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The expert will be responsible for submitting following deliverables:
  - Inception Report – in Spanish and in electronic format.
  - Draft Tourism Diversification Strategy – in Spanish and in electronic format.
  - Final Tourism Diversification Strategy – in Spanish and in electronic format.
  - 4 sector-wide seminars in Spanish.

**Qualifications**

The international Tourism Diversification Expert / Team Leader will have at least 10 years of experience in the formulation of tourism strategies, especially in the field of tourism product development, marketing and promotional strategies. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training competencies will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential

**1 international expert in Tourism Quality Standards in charge of evaluating and/or elaborating health and safety protocols for the national/regional/local context.**

The Tourism Quality Standards Expert will assume the following responsibilities:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology to follow.
- Review of existing COVID-19 health and safety protocols and measures. Based on a concise assessment that will consider international best practices, recommended improvements will be presented for strategic areas such as airports, hotels, restaurants, museums / cultural heritage, adventure tourism (if applicable) and tour guides.
- Evaluate and recommend improvements in areas such as tourist safety, health and hygiene for the tourism sector, customer service, accessible tourism for all, languages, and adaptation of business and management models.
- Strengthen the country's anti-Covid-19 regulations through the adoption of best practices and international recommendations.

25

- Guide tourism stakeholders in adapting operations and services to the new realities of COVID-19.
- Recommend improvements in the coordination and exchange of information among the country's tourism actors.
- Develop tailor-made training programmes, and teach courses with interactive work sessions and group exercises, using practical cases and examples of good practices, applicable to the local context:
  - 1 training program for the public sector (2 days), and
  - 1 training program for the private sector (2 days).
- The training for the public sector will be aimed at government officials and inspectors, and will aim to (i) improve cooperation and institutional exchange, and (ii) ensure the correct implementation and follow-up of the recommended standards and protocols. Training for the private sector will be directed mainly at the hotel and hospitality sector, and tourist guide associations. Participants will be selected with the help of the project partners.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the activity.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The Tourism Quality Standards Expert will be responsible for submitted following deliverables:
  - **Review of health and safety protocols:**
    - Inception Report – in Spanish and in electronic format.
    - Draft review of health and safety protocols – in Spanish and in electronic format.
    - Final review of health and safety protocols – in Spanish and in electronic format.
  - **Skills development training**
    - Training programme in Spanish.
    - 2-day training workshop for the public tourism sector
    - 2-day training workshop for the private tourism sector

**Qualifications**

The expert will have at least 10 years of experience in the field of tourism quality management and assessment. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

26

**1 international tourism intelligence/big data expert responsible for the tourism marketing intelligence review and assessment**

The international tourism intelligence expert will assume the following responsibilities:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology to follow.
- Review and analysis of the instruments and activities implemented by the Dominican Republic in the field of Destination Management and Competitiveness / tourism intelligence / big data, including:
  - Information and strategies available.
  - Instruments used and sources of information.
  - Management and use of tourist data.
  - Available resources (technological, financial and human capital).
  - Platforms and public-private cooperation.
- Recommendations for the development of a Tourist Intelligence System / Tourism Market Intelligence System (TMIS):
  - Review of opportunities and challenges.
  - Definition of Key Performance Indicators / KPIs
- Action Plan to improve tourism intelligence in the Dominican Republic
- Prepare and organize the seminar, including preparation of the program and content, presentations, workshops, invitations and all those details that are considered necessary for a correct implementation.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the project.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The international tourism intelligence expert will be responsible for the submission of following deliverables:
  - Action Plan: Tourism Marketing Intelligence review and assessment – in Spanish and in electronic format.
  - 1 awareness-raising seminar presenting main recommendations in Spanish.

**Qualifications**

The expert will have at least 10 years of experience in the implementation of tourism intelligence, innovation and digital transformation related projects. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

27



## Annex 2: Executive Summaries final reports technical assistance activities

### Pillar I: Economic Recovery

#### - Support Programme for Tourism MSMEs

The main aim of this activity was to carry out a comprehensive review of support needs for tourism MSMEs in the COVID-19 aftermath. A comprehensive support programme for tourism MSMEs aimed at mitigating the impact of the COVID-19 pandemic was prepared, further supported by a series of capacity building masterclasses helping tourism MSMEs to adapt to the new reality of the tourism and travel industry.

Following the initial desk research and the identification of relevant tourism MSMEs, an assessment of their main needs and sectoral challenges, in addition to an analysis of the main measures taken by the Dominican Republic to mitigate the impact of COVID-19, was undertaken. Hereby a 3-stage resilience model was applied differentiating between immediate emergency measures, measures adopted throughout the pandemic to ensure ongoing operability, and, finally, measures that will be required to ensure the long-term competitiveness of the sector.

The document proposes three main types of measures: (i) economic and fiscal support measures to resolve difficulties such as lack of liquidity, and, in line with the country's development stage and positioning, access to resources and incentives for the creation of new innovative products and businesses; (ii) technical support measures aimed at improving business competitiveness and crisis response, in areas such as tourism quality, differentiated product development, innovation, digital transformation and sustainable management; and (iii) measures to strengthen the fabric and resilience of the sector, which implies the evolution towards a comprehensive and efficient destination management model, with public-private resources, the promotion of local tourism culture, entrepreneurship and business formalization.

Finally, in relation to the generation of capacities and specific training needs for tourism MSMEs, the following is proposed: first, an institutional roundtable between MITUR, academic institutions and additional tourism stakeholders is proposed to update the curricula to ongoing sectoral needs and challenges; and second, the implementation of a virtual training program, with short training clips on various topics of interest to complement the academic training processes, to be further supplemented through specialised interactive talks and sectoral engagement.

The document is a compendium of strategic actions and recommendations aimed at supporting the Dominican Republic to meet the new tourism challenges and work towards a tourism development model that generates well-being and quality of life for the community, while satisfying consumer and tourist needs.

28

### Recommendations:

#### Financial and economic support measures:

- Fiscal support: with special emphasis on prioritized destinations (Santo Domingo, Pedernales, Samaná, Puerto Plata, Miches and Montecristi), reduce the tax rate and taxes for new businesses by adapting Law No. 158-01 on the promotion of tourism development.
- Financial incentives: to palliate the impact of COVID-19, creation of a credit emergency fund for tourism MSMEs with preferential lending and interest rates.
- Provide tourism MSMEs with preferential / soft loans, as a means to incentivize the development of competitive tourism products and services.

#### Technical support measures:

- Development of a Tourism Quality Certification Scheme, primarily involving 50 MSMEs in a pilot project. Subsequent extension of the pilot project to the entire country, and development of a benefits campaign.
- MITUR to support tourism MSMEs in the development of novel and competitive tourism products by:
  - Sharing relevant tourism data (tourism segments, traveller profiles, etc.).
  - Organizing specialised training workshops, including business management and planification; health and safety protocols and standards; product development; digital transformation; sustainable practices and business models; and tourism quality standards.
  - Creating and promoting a directory of tourism services and products offered by stakeholders.
  - Assisting in accessing specialized fairs.
- Support tourism MSMEs in the area of **digital transformation**, including:
  - Digital means and tools; applicable to work (remote / hybrid) and/or client relations, and tools to be adopted by the sector (QR codes, digital payment, mobile applications, etc.).
  - Online / Web presence; especially to enhance business reputation and optimization, and customer perception.
  - Digital marketing strategy; within specific means, development of a clear marketing strategy supported by appropriate implementation mechanisms.
  - Overall, there is a need to reinforce digital infrastructure throughout the country, so as to support targeted assistance in identified areas.
- Promote innovative tourism practices by MSMEs by:
  - Fomenting Innovative Business Group Programmes and/or a Think Tank for innovation in tourism, with the support of universities, public and private tourism stakeholders, and with an annual budget from MITUR, aimed at developing tourism prototypes and best-practice examples, research and knowledge acquisition.
- Promote sustainable tourism management by:
  - Developing a Manual on Good Sustainability Practices for tourism MSMEs.

29

- Creating an Annual Sustainable MiPyme Award, thus raising awareness on good practices within the Dominican Republic.

#### Measures to strengthen the resilience of tourism MSMEs:

- Develop profitable public-private partnership models, especially in the area of destination management. Evolution towards consolidated tourism clusters models (for example, the Convention Bureau in Santo Domingo), including public-private financing schemes.
- Foment local ownership and support of tourism activities and products by engaging local community in so called "Host Programmes".
- Know-how and capacity building: institutionalize coordination between MITUR, industry associations and the academy to align academic programmes with business interests and needs to improve know-how and employability.
- Design a Virtual Training Program led by MITUR, including masterclasses, videos and similar content aimed to improve know-how and tourism skills. create a virtual Training Program with video capsules (15-20 minutes each) on the most important issues for the reactivation of tourism and the consolidation of tourism in the territory, together with an agenda of recurring talks on specific topics of greatest interest

### Pillar II: Marketing and Promotion

#### - International Tourism Marketing Strategy

The International Tourism Marketing Strategy assesses the state of tourism in the COVID-19 aftermath, especially the impact on destination confidence and international competitiveness. Priority market segments, product development and packaging requirements, in addition to promotional tools and marketing resources, are analysed. Additionally, interactive awareness raising seminars on the implementation of the Marketing Strategy for key tourism stakeholders were organized as part of this specific activity.

Despite the undoubtable impact of COVID-19, the Dominican Republic has fared well in terms of maintaining its market share throughout the pandemic. This is primarily due to the attractiveness and good value for money of its tourism products (especially the resort/all-inclusive, sun and beach model and its by-products, such as golf); the rapid vaccination progress within the country; its flexibility in terms of open borders and COVID-19 travel measures; overall good crisis management and support; and its effectiveness in attracting visitation from relevant markets such as the United States, Canada and France, in addition to relevant emerging markets such as Argentina, Colombia and Puerto Rico.

30

That being said, deficiencies remain, both structural and COVID-19 related, that will need to be addressed if the Dominican Republic is to remain competitive in the medium- to long-term. A too narrow focus on the resort / all-inclusive tourism product, challenged by similar offers in neighbouring countries and a change in traveller interests and needs due to the pandemic, is not counter-balanced by diversification in other areas, such as culture- and community-based tourism products. A deficient infrastructure of terrestrial communication, in addition to a still scarce supply of air connectivity, limits the available tourism offer, which is furthermore overdependent on the US market. In addition to these structural challenges, the Dominican Republic will have to adapt to changing traveller patterns and improve its digital skill-set, two challenges that have gained in importance since the outbreak of the pandemic.

Sustainability and authenticity, two issues that require local interaction and participation, are key factors influencing the present and future traveller choice. The purchase cycle of trips has also changed, with shorter, more personalized and interactive cycles now being the norm. The new tourist seeks to be captivated in seconds, through fast and visual content, and usually through social networks. Thus, new marketing tools that complement more traditional marketing strategies, such as the use of mobile channels, automation, augmented reality, micro-segmentation, inbound marketing, and collaboration with influencers, must gain in relevance. Moreover, public and private tourism stakeholders must digitize their internal and customer relationship procedures, use tourism data more efficiently to reach tourists in a personalized way and modernize available communication channels.

Two of the country's main competitors, Mexico and Jamaica, are already making significant efforts to provide for the digitization of their services and channels. Both destinations are committed to online marketing in a creative, integrated and multi-tactic way, so, in the years to come, the Dominican Republic will have to adapt and reinvent its marketing approach by, firstly, diversifying its tourism offer, and, secondly, taking into account new traveler profiles and preferences.

To support the Dominican Republic in achieving such objectives, the Marketing Strategy includes an action plan presenting concrete marketing activities structured according to their priority level (one to three). Those belonging to the first level are closely related to the recovery after COVID-19, such as the activation of social listening and data analysis tools, active participation in travel forums and the opening of an official 'B2B' channel on LinkedIn to Direct communication with companies in the sector.

Second level priority actions are related to the positioning of the Dominican Republic, including a change of the visual identity, the launch of a '360°' communication campaign in key markets, offline and online engagement tools, participation in fairs and other PR activities, and the management of a network of digital influencers.

Finally, third level priority actions focus on the consolidation of new development areas, including an incentive programme for the MICE market, the establishment of strategic

31

alliances through co-marketing campaigns, and technical and conceptual improvements to the 'GoDominicanRepublic' website and on its mobile application.

*Recommendations:*

- **Reputation of the Dominican Republic as a safe travel destination should be maintained** by continuing to adopt beneficial public-private practices in the areas of health and safety standards and protocols, COVID-19 support measures, and flexible travel policies.
- **A sustainable tourism development approach should be actively pursued.** The sustainable use of resources and community integration, in addition to climate change challenges, must be adequately incorporated into the product offer and marketed accordingly.
- **Product diversification:**
  - While the all-inclusive resort and beach tourism approach is a strong asset, additional niche tourism markets focused on culture, gastronomy and adventure tourism should be developed to increase overall destination competitiveness and tourist spending.
  - Improve market intelligence to adapt to new tourism trends and needs, and traveller profiles, including the millennial segment, digital nomads, sustainable and slow-tourism approaches.
  - The Dominican Republic should diversify its source markets to reduce the high dependency on the US market. Maintain and/or strengthen alliances, review acquisition strategies and offer portfolios for high spending / high volume markets such as the UK, Germany, France, Spain and Canada, in addition to promising markets such as Russia, Argentina, Colombia and Puerto Rico.
- **Transportation infrastructure:** improvements in road infrastructure and air connectivity are required to sustain diversification approach.
- **Marketing and communication tools:**
  - Intensify efforts to digitize the industry, especially in regards to the use of apps, social media and travel platforms. New tools such as Artificial Intelligence, inbound marketing, augmented reality, and the use of influencers should be maximised.
  - Align strategies to digital marketing trends and needs, that is, co-branding, co-creation, digital, emotional and interactive / experiential campaigns, so as to maximise exposure on travel and social media outlets.

Action Plan (summary):

- **Priority Level 1: COVID-19 recovery**
  - Activation of social listening and data analysis tools.
  - Active participation in travel forums and the opening of an official 'B2B' channel on LinkedIn to Direct communication with companies in the sector.
- **Priority Level 2: Positioning of the Dominican Republic**
  - Changes to the visual identity.

The dependency on the all-inclusive resort and beach tourism approach will need to be reduced by developing a tourism product portfolio of high-value segments. Highly specialized guides, niche tourism offers and a tailored / interactive approach towards visitors should be studied as diversification strategies. With a high potential for specialization, especially in Pedernales, Puerto Plata (urban and historic and TCS); Santo Domingo (orange, creative cities, DTI) and other destinations with important nature-based tourism activities, there exists a strong opportunity to guide tourism development towards a qualified and customer-oriented offer. To guarantee emblematic products and high-value experiences, however, it will be necessary to (i) train tourism MSME in areas such as customer care and digitalization; (ii) ensure participatory governance schemes to ensure the joint ownership of locally based tourism products; (iii) adapt the tourism infrastructure and services according to the priority areas identified; (iv) study actual demand to enable the identification of priority segments; and (v) ensure the integrity of ecosystems and a balanced approach between heritage protection and tourism promotion through the development of sustainable management mechanisms.

Finally, the Tourism Diversification Strategy should be considered as the common roadmap for all destinations, whereby specific regional nuances and particularities are integrated. The document includes a battery of specific recommendations for each territory (Santo Domingo, Montecristi, Samaná, Puerto Plata, Pedernales, and Miches), and lessons to be learned from the Sustainable Community Tourism project, which could be applied to the development of proposed new tourism products and experiences.

*Recommendations:*

- **Improve tourism governance and public-private cooperation:**
  - **Completion of the tourism inventory**, including a prioritization and characterization of available tourism assets and attractions.
  - Development of a **National Tourism Policy** and a **Tourism Master Plan** to ensure (i) a structured institutional approach, and (ii) a clear roadmap for implementation.
  - Foment a participatory tourism governance scheme by developing horizontal cooperative mechanisms between public and private sector organizations and non-governmental and community organizations.
- **Product Diversification:**
  - There is a high potential for specialization, especially in Pedernales (SAVE), Puerto Plata (urban and historic and TCS); Santo Domingo (orange, creative cities, DTI) and nature-based tourism activities.
  - Reduce dependency on the all-inclusive resort and beach tourism approach by developing a tourism product portfolio of high-value segments. Highly specialized guides, niche tourism offers and a tailored / interactive approach towards visitors should be studied as diversification strategies.
  - Guide tourism development towards a qualified and customer-oriented value chain; and a community with a tourist culture. It is necessary to

- Launch of a '360°' communication campaign in key markets.
- Offline and online engagement tools.
- Strategic approach to participation in fairs and other PR activities.
- Management of a network of digital influencers.
- **Priority Level 3: New Strategic Areas of Interest**
  - Incentive programme for the MICE market.
  - Establishment of strategic alliances through co-marketing campaigns.
  - Technical and conceptual improvements to the 'GoDominicanRepublic' website and on its mobile application.

- **Tourism Diversification Strategy**

In the last three decades, tourism has played a fundamental role in the economy of the Dominican Republic (DR), with the sector accounting for 8.4% of the Gross Domestic Product (GDP) in 2019. This contribution is due to the attractiveness and good value for money of its tourism products, primarily the resort/all-inclusive, sun and beach tourism model. As a tourism model based on tax incentives for priority development areas, it has ensured the creation of several competitive tourist sites within the country.

That being said, increased regional competition, new traveller patterns and a changing tourism eco-system favouring sustainable and inclusive tourism products, demand structural changes. Fortunately, the Dominican Republic has the resources to benefit from new and upcoming traveller trends and concepts such as slow travel (a travel approach that emphasizes local community interaction), experiential travel experiences / adventures, mindfulness (well-being), road-trips (prolonged trip in a vehicle), and bleisure (business and pleasure), among others. While not being adequately promoted as such yet, the destination is home to a vast range of natural and cultural heritage that would only need to be promoted and managed sustainably in order to be beneficial in the medium- to long-term.

Based on a regional analysis of some of the main competitors of the Dominican Republic – Bahamas, Barbados, and Trinidad & Tobago – several weaknesses within the tourism sector of the Dominican Republic have been identified.

Tourism governance and overall public-private cooperation will need to be improved, especially in regards to the completion of a tourism inventory, and the development of a National Tourism Policy and a Tourism Master Plan aimed at ensuring (i) a structured institutional approach, and (ii) a clear roadmap allowing for the diversification of the tourism offer. Also, in collaboration with the private sector, sustainable tourism policies aimed at the implementation of good practices and the surveillance and management of tourism resources would need to be developed. This can be achieved by fomenting a participatory tourism governance scheme between public and private sector organizations and non-governmental and community organizations.

develop a virtual training program tailored to the needs and interests of tourism MSMEs.

- Guarantee emblematic products and high-value experiences by developing participatory workshops that bring together the local host community and local businesses / service providers.
- Study real and potential demand that enables the identification of priority segments. Adapt tourism infrastructure and tourism services accordingly.
- Prioritize products according to potential, taking into account their level of development.
- **Drive towards sustainability:**
  - Ensure integrity of ecosystems and balanced approach between heritage protection and tourism promotion by developing sustainable management mechanisms such as Carrying Capacity, Limit of Acceptable Change, etc.
  - In collaboration with the private sector, sustainable tourism policies aimed at the implementation of good practices and the surveillance and management of tourism resources should be developed.
  - Study an environmental service tax as part of the tourist activity.
  - Foment community ownership and participation, as a means to improve the visitor experience.

**Pillar III: Institutional Strengthening and Resilience Building**

- **Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.**

The main study results show that the Dominican Republic has successfully carried out various health and safety measures that, directly or indirectly, apply to tourism, with the aim of promoting the reactivation of tourism in a safe way. One of these measures has been the preparation and implementation of 8 biosafety protocols for the tourism sector that have been implemented to date by more than 500 organizations of different nature and size. A determined commitment by the authorities, in addition to effective public-private cooperation in the design and implementation of health and safety measures, has resulted in the Dominican Republic being considered a safe travel destination that will allow for a gradual path to recovery.

Whereas available protocols cover the needs of the tourism sector to a wide extent, there are several relevant sub-sectors that currently do not count upon adequate protocols, including the MICE sector, beaches, tourist information centres, tourist guides, and car rentals. Additionally, certain sub-sectors would need to be provided with tailored protocols – for example, spas and gyms – as opposed to being subsumed under the more generic hospitality protocols.



To guarantee efficiency and effectiveness in the implementation of health and safety measures in the tourism sector, monitoring, control and continuous improvement is considered key. There is a clear need to improve infection traceability and mapping. Permanent communication and cooperation structures between the main stakeholders of the tourism value chain would also need to be further strengthened. This would not only improve integral control mechanisms (digital traceability and control, and enforcement and inspection norms), but also promote efficient implementation through joint ownership of applicable norms.

A more proactive approach towards promoting the Dominican Republic as a safe destination would also need to be explored, including targeted campaigns, the introduction of an official certification and signage system, and the development of specific web-based information. A data-based approach aimed at measuring how tourists perceive and relate to the Dominican Republic as a safe destination, as well as awareness-raising among stakeholders directly or indirectly related to the tourism sector, such as taxis, online platforms, and small local businesses, is also recommended.

More than 30 representatives of the tourism sector of the Dominican Republic strengthened their skills and knowledge in workshops organized to prevent, reduce and manage risks related to COVID-19 and any other potential external crisis. Additionally, measures and strategies, aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs) and the 2030 Agenda, the Sendai Framework for Disaster Risk Reduction and the Paris Agreement on Climate Change, were presented during the workshops that will contribute to the resilience and sustainable recovery of the post-pandemic tourism activity, and assist in promoting innovation, digitization, sustainable governance alliances.

Beyond COVID-19, the training instances also allowed to identify additional potential risks to the Dominican Republic, including climate change, natural threats and local and international economic crises capable of severely affecting the tourism industry. In this sense, the sessions focused on how to build personal, organizational and destination resilience, as a means to enhance existing skills and disaster knowledge response. Overall, a holistic approach to human security – promoted as the foundation for tourism security, resilience, vulnerability, risk, threats and disaster risk management - was conveyed through interactive and practical group sessions and work.

**Recommendations:**

- **Continuous revision and update of health and safety protocols**, including:
  - Sub-sectors currently with no adequate protocols, primarily MICE, beaches, tourist information centres, tourist guides, and car rentals.
  - Certain sub-sectors should be provided with tailored protocols – spas, gyms – as opposed to subsumption under the hospitality protocols.
  - Improve infection traceability and mapping.
  - Alignment with SDGs: 1) Accessibility 2) Environmental Management 3) Gender Perspective 4) Population in situation of vulnerability.

- **Improve tourism governance and public-private coordination**, including:
  - Establish permanent communication and cooperation structures between main stakeholders of the tourism value chain.
  - Establish health and safety management tools allowing for improved and individualized implementation and control.
  - Simplify and harmonize, as much as possible, available protocols and standards to ensure efficiency and joint ownership.
- **Introduction of control and enforcement mechanisms**, including:
  - Integral control mechanisms (digital traceability and control, and enforcement and inspection norms).
  - Tourism dashboard on tourism and COVID-19 indicators.
  - Improve the human skill-set: 1) Training in resilience and risk management 2) sectoral / business segment containment 3) New skills for the tourism value chain.
- **Communication and promotion of the Dominican Republic as a safe travel destination**:
  - Proactive awareness raising approach: targeted campaigns, an official certification and signage, and specific web-based information.
  - Develop a data-based approach aimed at measuring how tourists perceive and relate to the Dominican Republic as a safe destination.
  - Awareness-raising among stakeholders directly or indirectly related to the tourism sector (taxis, online platforms, small local businesses, etc.).

**- Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data**

Currently, the Dominican Republic is at a very initial stage in terms of collecting and assessing tourism data. That being said, with the support of various organizations from the tourism sector and beyond, a vast array of statistical data is available, which will have to be adequately collected and assessed to remain useful and target-oriented. Hence, the main objective of this component was to revise the country's tourism intelligence strategy and focus on improving the overall measurement and monitoring capabilities of the tourism sector.

Currently, the main information is collected by the platform SIT – *Sistema de Inteligencia Turística* – and further complemented by reports and statistical data received from other stakeholders, both public and private and from the tourism sector and beyond. As the preliminary step that is to guide all further actions, the report proposes to utilise the open data sources of all relevant organizations to create a single and uniform database or source channel. Once established, it would then be crucial to clarify overarching objectives and needs, so as to ensure a targeted collection of statistical data: that is, what data would need to be collected, for what purpose, and through which available

channels. Also, technicalities, including the automatic download and tabulation of data, would need to be adequately assessed.

With the creation of SITUR – *Sistema de Información Turística de República Dominicana* – the Dominican Republic has already commenced developing its initial tourism intelligence strategy. However, a medium- to long-term vision capable of adapting to constant technological innovation (new sources of information and tools, artificial intelligence, etc.) and stimulating the participation of the private sector, which plays a key role in the acquisition and analysis of relevant data through advanced technical tools, is required. Establishing such a holistic approach will strengthen the crisis response of the Dominican Republic and improve its overall tourism competitiveness.

As to specific actions, the future evolution of the platform implies: (i) committing to deepened cooperation between the main stakeholders identified – the Central Bank of the Dominican Republic / *Banco Central de la República Dominicana (BCRD)*, the Civil Aviation Authority / *Junta de Aviación Civil*, the central Migration Directorate / *Dirección General de Migración (DGM)*, and the Ministry of Tourism of the Dominican Republic / *Ministerio de Turismo (MITUR)*; (ii) carrying out a diagnosis of areas for improvement based on updated objectives – for example, aggregation of existing and non-grouped data sources, and the clear insertion of data statistics from the Internet and social networks; (iii) clarifying the information sources / the data environment by assessing the information gathered or not by SIT and incorporating new technological trends that are currently not being assessed, such as artificial intelligence and certain information available on social networks; (iv) committing to the formalization of training planning policies in the area of tourism market intelligence, so as to raise the capacities and competencies of involved actors; and (v.) micro-segmenting tourism demand, based on a qualitative analysis of potential clients, including socio-economic and cultural profiling, which will allow for a more targeted analysis of traveller needs and interests, and thus a more competitive destination offer.

Overall, the predictive application of data is considered an efficient tool against external shocks, such as the COVID-19 pandemic. By promoting a horizontal tourism intelligence strategy involving all levels, both institutional and sectoral, a development path is proposed capable of ensuring a competitive future for the tourism sector of the Dominican Republic.

**Recommendations:**

- The main objective of a revised tourism intelligence strategy is to increase the competitiveness of the Dominican Republic by **expanding the sectoral analysis beyond numerical data, and improving measurement and monitoring capabilities** of the tourism sector. Specific recommendations include:
  - Define and expand the objectives of statistical analysis and display of results.
  - Consolidate a single and uniform tourism database.

- Deepen cooperation between the main institutions collecting and assessing available tourism data, and ensure participating and engagement of the private tourism sector.
- Improve technological tools to ensure transformation of data sets into knowledge, especially 'Machine Learning' and 'Deep Learning' processes.
- Focus on tourism intelligence trainings, so as to improve the skill-set and competencies of involved actors.
- Micro-segment tourism demand to ensure a more targeted and individualised analysis of ongoing needs and tourism trends.
- Develop usage profiles in line with the UNWTO Global Code of Ethics. The existence of visualization tools and open access must be integrated into the strategic processes of public and private stakeholders. Public-private cooperation in this sense should be improved through the implementation of cooperative mechanisms.
- Tourism Intelligence in the area of capacity building, granting those trained with a high degree of specialization.

**Key Actions in the area of Tourism Market Intelligence:**

- **Awareness:**
  - Definition of beneficiaries/key actors. Data awareness.
  - Exposure of objectives to interest groups, validation and consensus.
  - Identify data and define value for the tourism sector
  - Definition of training and awareness plans.
- **Analysis and Statistics:**
  - Data variable analysis.
  - Definition of 'Dashboard Global'.
  - Review of KPIs and preventive and reactive actions.
  - Statistical integration plan for structured and unstructured data.
- **Regulation and Cooperation:**
  - Regulation of access to open data and technical interoperability of data.
  - Define public-private governance model.
  - Define impact of opening of data to the private sector.
- **Centralization:**
  - Interministerial coordination plan for the single convergence of data and synergy definition (transport, security, industry, labour...).
- **Definition of a unified beneficiary contact point for the location request of data innovation:**
  - Definition of impacts and innovative product/business models based on data.
  - Catalog applications and technological resources.
  - Catalog consulting companies focused on data analysis.
- **Development**
  - Plans to encourage staff training in strategies based on data, primarily aimed at the development of tourism products and services.
  - Definition and incentives for the development of applications and technological resources based on IoT, Big Data, RRSS as well as structured data sources.

## Plan de Resiliencia Turística de República Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan talleres online gratuitos dirigidos a Mipymes turísticas.

### Madurar o envejecer: los nuevos retos de los destinos hoy

**14Feb**  
09:00-10:30h

- El reto de los **nuevos modelos de cogobernanza**. Las OGD.
- El reto de la **sostenibilidad**. Los ODS.
- El reto de **trabajar con datos**: los Destinos inteligentes.
- El reto de la **seguridad**, la gran olvidada.
- **Planificar para atender la vocación de los territorios y las comunidades.**

Expuesto por **Ginesa Martínez del Vas**

Doctora en Dirección y Planificación del Turismo, Licenciada en Historia del Arte y Licenciada en Historia Antigua y Arqueología, Vicedecana de Turismo de la Universidad Católica de Murcia y Directora de los Masters en Innovación y Marketing Turístico y en Dirección de Hoteles y Empresas de Restauración, Profesora e Investigadora, Miembro del Comité Científico de Destinos Inteligentes (OMT-SEGITUR).

Inscríbete aquí



40

## Plan de Resiliencia Turística de República Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan talleres online gratuitos dirigidos a Mipymes turísticas.

### Inmersión al desarrollo de negocio digital en turismo

**15Feb**  
09:00-10:30h

- Hoja de ruta para el desarrollo de negocio digital.
- Nuevas metodologías y técnicas de venta digital.
- Estrategia de **marketing omnicanal**.
- Implementar **sistemas de información y aplicaciones necesarias**.
- **Medir medición e interpretar los datos.**

Expuesto por **Tirso Maldonado**

Profesor de la Escuela de Organización Industrial, Facilitador para UNWTO Academy, la University of J. J. Ferrer y el Anderson, la International Hospitality School CETT-UB - Escuela de Turismo Barcelona.

Inscríbete aquí



41

## Plan de Resiliencia Turística de República Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan talleres online gratuitos dirigidos a Mipymes turísticas.

### Claves en la gestión de las empresas y la nueva realidad

**16Feb**  
09:00-10:30h

- **Nuevos horizontes** en la gestión.
- **Gestión de costos y productividad**
- El **talento humano**, hardware del negocio turístico.
- **Calidad y fidelización. Sistemas Integrales** de gestión.

Expuesto por **Victor Gorga**

Experto en gestión e innovación. Licenciado en Comunicación, Master en Marketing y Turismo, Profesor y Conferenciante. Ha sido director de programación y contratación en Grupo Marsans, Director de Marketing de Intercontinental Hotels, Director Regional de Intercontinental Hotels, Director General del Ritz Madrid, Director de Desarrollo de Godan Tuleo Worldwide y Presidente del Comité ISO de Calidad Turística y miembro de la Comisión de Turismo de la CEOE.

Inscríbete aquí



42

## Plan de Resiliencia Turística de República Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan talleres online gratuitos dirigidos a Mipymes turísticas.

### Productos que seducen

**17Feb**  
09:00-10:30h

- **Del recurso al producto.**
- El nuevo consumidor, los **nuevos valores**.
- **Experiencias** versus productos.
- La **conceptualización** de los productos.
- Gestionar las **experiencias** del viajero.
- Generación de **valor**.
- Mercadear la **experiencia**.

Expuesto por **Fernando Mandri**

Experto en Desarrollo Turístico Sostenible y Marketing Turístico con más de 20 años de trayectoria internacional. Conferenciante, Doctor Mandri Casua y Master en Turismo. Ha dirigido proyectos en 18 países, entre ellos Panamá, México, Ecuador, España y Chile. Miembro de ISTO y representante de México del Instituto de Turismo Responsable.

Inscríbete aquí



43

