

**UNIVERSIDAD APEC
UNAPEC**



Decanato de Turismo

**“Lanzamiento de la Costa Verde Como Destino
Turístico Diverso”**

Sustentado por:

Greilyn Valdez	2004-0335
Amalfis Almonte	2004-1917

Asesora:

Julia Abreu

Monografía para Optar por el Título de:

Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

**Santo Domingo, D.N
Agosto, 2010.**

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	vii
RESUMEN	xiii
INTRODUCCION	xvi
CAPITULO I: EL PLAN DE MARKETING	01
1.1 Planeación Estratégica del Marketing	02
1.2 Plan de Marketing	05
1.3 Estructura del Plan de Marketing	07
1.4 Tipos de Estrategias.....	13
CAPITULO II: PROVINCIA MARIA TRINIDAD SANCHEZ (COSTA VERDE).....	17
2.1 Provincia María Trinidad Sánchez	18
2.1.1 Municipio Nagua.....	21
2.1.2 Municipio Río San Juan.....	23
2.1.3 Municipio Cabrera	25
2.2 Costa Verde	27
2.3 Diferentes Atractivos (oferta turística) de la Costa Verde	27
2.3.1 Atractivos Naturales	28
2.3.2 Atractivos Religiosos	39
2.3.3 Atractivos Históricos – Culturales.....	41
2.3.5 Infraestructura Hotelera.....	47
2.3.4 Infraestructura Hotelera.....	49
2.3.6 Servicios Turísticos.....	50
2.4 Perspectivas Turísticas de La Zona Costa Verde.....	52
CAPITULO III: PLAN DE MARKETING PARA LE INCREMENTACION DEL TURISMO EN LA ZONA COSTA VERDE	53
3.1 Análisis Situacional y del Entorno	54
3.1.1 Análisis del Entorno Interno.....	54
3.1.2 Análisis del Entorno Externo	56
3.1.2.1 Competencia.....	56
3.1.2.2 Aspectos Sociales, Económicos, Políticos o Legales y Tecnológicos.....	66
3.1.3 Análisis del Entorno del Cliente.....	67
3.2 Análisis FODA de La Costa Verde	68
3.3 Objetivos e Instrumentación del Marketing	70
3.4 Evaluación y Control	73
CONCLUSIÓN	xix
RECOMENDACIONES	xxii
BIBLIOGRAFIA	xxvii
ANEXOS	

Dedicatorias



DEDICATORIA

A mi poderoso Dios:

Eres el ser más maravilloso que existe, a ti dedico este triunfo, por darme la fuerza y la valentía para seguir luchando para alcanzar mis objetivos, por escuchar mis peticiones y hacerme entender que “Todo tiene su tiempo y todo lo que se quiere debajo de la tierra tiene su hora”. A ti concedo la gloria y la honra.

A mis padres:

Víctor Valdez, papi te asigno este triunfo por que no es mío sino nuestro, gracias por confiar plenamente en mí, por brindarme ese apoyo incondicional, por que en los momentos que resbale no me dejaste caer, extendías tus manos y me sostenías, demostrándome una vez más tu amor por mí. No tengo como agradecerte tu gran sacrificio y preocupación para que hoy este cumpliendo nuestro logro.

María Luisa Gómez, mami has dedicado tu vida por mí, gracias por estar a mi lado siempre, porque a pesar de las adversidades hemos seguido juntas hacia delante, eres mi empuje para seguir luchando en la vida, te amo y este triunfo es para ti.

A mis abuelos:

Altagracia y Deodoro (Doro), por enseñarme el valor de la honradez y la humildad, por disciplinarme y educarme para hoy en día ser como soy. Gracias por la lección de vida que me han dejado.

Esthervina y Manuel Antonio (Tonito), mis abuelitos querido a pesar que ya no estén con nosotros a ustedes dedico este triunfo, por ser un ejemplo de dedicación y empeño, por enseñarme el gran valor que tiene la familia y demostrarme que la carga es menos pesada cuando no se lleva solo. Los amo y los amare por siempre, se que desde el cielo se siente orgulloso de mi.

A mí:

Por haber rebasado todos los obstáculos que encontré en el camino, por no rendirme siguiendo hacia delante, sin importar las circunstancias y no permitiendo que nada ni nadie robara mis sueños. Siempre he tenido la certeza de que los grandes retos hacen grandes hombres y hay que luchar con toda intensidad para alcanzar lo que deseas.

Me llena de gran satisfacción que gracias a mi esfuerzo y mi sacrificio hoy puedo decir LO LOGRE.

Greilyn Esther Valdez Gómez

DEDICATORIA

A mi Padre:

Sé que no existe forma alguna de agradecer toda tu vida de sacrificios, esfuerzos y amor, y dedicación, pero el objetivo alcanzado también es tuyo y que la fuerza que me ayudo a conseguirlos fue tu gran apoyo.

A mi Madre:

Porque gracias a su apoyo y consejos, he llegado a realizar una de mis grandes metas lo cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir.

A mis Hermanos:

Por su constante apoyo y siempre dispuestos a ayudarme.

A mis sobrinos Axel y Alexa:

Para que en un futuro sigan estos mismos pasos.

A mis Abuelos:

Por su dedicación a la familia.

A mis primos Raffy, Ray, Alfonso, Wilmer y Arletty:

Que la finalización de esta carrera los motive a seguir siempre adelante y en un mañana sean grandes profesionales.

A mi tía Griselda:

Por estar siempre dispuesta a ayudar.

A mis cuñadas Ana y Ghislaine:

Por formar parte de mi familia.

Para aquellos amigos que han compartido conmigo los “ires y venires” en el plano

Personal, compartimos muchos momentos y me siento feliz de haber encontrado en UNAPEC personas maravillosas, gracias chic@s, son los mejores:

Vilma Mora, Tony Vargas, Greilyn Valdez, Anysabel Roca, Bias Devers, Pedro Pimentel, Ana Mejía, Liliana Tolentino, Lisette Carolina Álvarez, Dahianna Ovalles, Sarah Luciano, Geisha Alonzo, Alberto Castro, Yessenia Calderón, Selvia Rodríguez, Arlin Santana, Alland Turenne, Daniel Filpo, Pamela Mejía y Johanny Torres.

Con mucho cariño,

Amalfis Almonte Polonia

Agradecimientos



AGRADECIMIENTO

En el proceso de mi formación académica fueron muchas las personas que contribuyeron a que hoy pueda cumplir una de mis metas, a ellos quiero expresar mi especial gratitud.

A Dios:

Gracias padre por estar conmigo en todo momento, por ser mi escudo y mi fortaleza. Eres el guía de mi vida y a ti primeramente quiero agradecer este éxito. “Dad gracias en todo, porque esta es la voluntad de Dios para con vosotros en Cristo Jesús” 1TS.5:18

A mis padres:

Víctor Valdez: Gracias por tu amor y tu apoyo invaluable por ser un ejemplo de lucha y dedicación, por apostar a mí y hacerme ver que cuando se quiere y se lucha todo es posible.

María Luisa Gómez: Gracias por animarme y apoyarme en cada proyecto que emprendo en mi vida, por esos valores que me infundiste para hoy ser la persona que soy.

A mis abuelos:

Altagracia, Deodoro, Esthervina, Manuel Antonio: Por ser ustedes la base de mi existencia y por dejarme ese gran ejemplo de honradez.

A mis hermanos:

Nairobi, Elaine, Misael, Angely, José, Violeta, Dyncie y Jake, por impulsarme de alguna manera a seguir, para poder ser un ejemplo para ustedes.

A mis tíos:

Henry, Deyanira y Bolívar, Por ser un ejemplo de empeño y dedicación en los estudios.

A mi familia:

Por poder contar con ustedes y por ser parte de mi.

A Milagros y Ángelo:

Por brindarme su apoyo y su cariño.

A Ramón, Karen y Laura:

Siempre han estado en los momentos más difíciles y por ser personas importantes en mi vida.

A mis amigos:

Carol, Sory, Anabel, Martha, por formar parte de mi vida, por escucharme, por animarme, por apoyarme, por convertirse en personas especiales y por enseñarme el valor de una verdadera amistad.

A UNAPEC y a todos los profesores:

Por ayudarme en mi formación académica.

A mis compañeros de estudios:

Dariana, Yamilet, Isyabel, Willer, Juan José, Ana, Daleisy, Amalfis, Yesenia, gracias por todos esos momentos compartidos.

A todos aquellos que de algún modo han contribuido en mi vida para poder cumplir esta meta.

Greilyn Esther Valdez Gómez.

AGRADECIMIENTO

A Dios:

Por darme el don de la vida en todo el trayecto de mi formación estudiantil, por haberme permitido llegar hasta donde estoy y por tener la dicha de tener a unos padres maravillosos.

A mi padre:

Gracias por estar siempre en todo momento, gracias por tu dedicación en mi formación, por tus valiosos consejos ya que sin ellos no hubiera sido posible la realización de esta carrera, eres lo mas importante en mi vida, sin ti no lo hubiera logrado. Te Quiero.

A mi madre:

Por sus consejos y preocupación para seguir con mis estudios y realizar todas mis metas trazadas.

A mis hermanos Adenauer y Arnaldo:

Porque fueron una inspiración de seguir hacia delante.

A la profesora Julia Abreu:

Por sus valiosa asesoría haciéndonos correcciones y sugerencias.

A mi amiga y compañera de trabajo Greilyn Valdez:

Gracias por toda tu dedicación y empeño en la realización de esta monografía, eres una excelente persona, espero que logres todos tus objetivos y cumplas todas tus metas.

A mi amigo Nassmul:

Siempre dispuesto a resolver, gracias por estar ahí cuando te necesité pero sobre todo gracias por tu amistad sin condiciones.

A mi amiga Vilma:

Gracias por tu apreciable ayuda en todo momento, te deseo el mayor de los éxitos.

A mis Amig@s:

Ana, Tony, Lisette Carolina, Pedro, Bias, Liliana, Alberto, Cecilia: Por su invaluable afecto y cariño, pero sobre todo por esos inolvidables momentos y viajes que juntos compartimos.

Con amor,

Amalfis Almonte Polonia

Resumen



RESUMEN

La finalidad de esta monografía es posicionar la Costa Verde en el mercado turístico actual como un destino turístico diverso y novedoso a través de una campaña promocional que implante un plan de marketing capaz de llenar las expectativas de los inversionistas locales y extranjeros para así poder captar los recursos necesarios a ser utilizados en el desarrollo de la zona.

La oferta turística de esta zona está dirigida a un público que opte por vivir nuevas experiencias como el ecoturismo y el turismo deportivo que son las nuevas tendencias en el mercado, así también conocer destinos que a pesar de contar con los atributos tradicionales, posea atractivos diversos capaces de motivarlos a visitar esos lugares y disfrutar de sus recursos no solo naturales sino también históricos-cultural y religiosos.

Para garantizar que el desarrollo de la Costa Verde sea factible y que cumpla con los estándares tanto en calidad de la oferta como en el aspecto legal se procederá a examinar los reglamentos requerido por las instituciones encargadas de los proyectos turísticos de dicha zona.

Es en este sentido que la zona costa verde propiciara un mayor flujo de turistas nacionales e internacionales lo que ayudara al crecimiento económico de la región.

Introducción



INTRODUCCION

El desarrollo turístico que ha experimentado la República Dominicana en los últimos años es una de las fuentes de mayor ingreso de divisas para el país. La diversificación y ampliación de los tipos de turismo tales como el de aventura, ecoturismo, el deportivo (golf), el alto standing y el turismo de negocios están generando demandas de mayores planificaciones e inversiones para el crecimiento de los mismos.

En la actualidad los turistas optan por visitar destinos que además de tener los atractivos tradicionales posean atractivos diversos y novedosos, como son los culturales, naturales, religiosos, deportivos entre otros más, para de esta manera tener nuevas alternativas a la hora de elegir un destino para viajar.

La República Dominicana posee varios destinos con estas características tal es el caso de la Costa Verde, Provincia María Trinidad Sánchez, esta zona comprendida por los municipios Nagua, Cabrera, Río San Juan posee todas las condiciones y elementos para convertirse en un destino turístico rentable capaz de posicionarse en un lugar importante en el mercado competitivo.

Posee un valor cultural inmenso que se complementa con su ubicación geográfica que es muy estratégica, así mismo la hermosura de sus playas, sus

áreas protegidas, parques nacionales y reservas científicas son de los atractivos lo cual la hace un destino más interesante. Estas atracciones sobresalientes podrían ser de gran interés para los promotores del turismo, que actúan como imanes de atracción y promoción para el país.

A pesar de esto la zona no está totalmente explotada turísticamente por lo cual se requiere de un manejo apropiado para implementar una correcta administración y conservación, que además de acondicionar la región de manera que se proyecte como un destino rentable para los turistas, se protejan y se conserven sus atractivos para beneficio de las futuras generaciones.

Finalmente diseñar un plan de marketing que exponga los principales atributos de La Costa Verde, es la manera más eficaz para cautivar a los inversionistas a financiar proyectos turísticos capaces de proyectar esta zona como un destino productivo.

CAPITULO I

El Plan de Marketing



CAPITULO I EL PLAN DE MARKETING

En este primer capítulo se presentan los puntos más relevantes de lo que es el plan de marketing y sus demás componentes, para de esta manera interrelacionarlo a nuestro tema de estudio.

1.1 Planeación Estratégica del Marketing.¹

La dirección del marketing debe desarrollar y mantener una adaptación adecuada entre los objetivos marcados y recursos disponibles, así como con los cambios que se producen en el mercado. Es necesario realizar un exhaustivo análisis de la situación de mercado y de la propia empresa para alcanzar los objetivos que se hayan fijado. El equipo de marketing de cualquier empresa es el encargado de ejecutar los planes a través de los cuales se obtiene los objetivos.

La planificación de una estrategia orientada al mercado requiere formularse una serie de cuestiones; definir la misión de la empresa, analizar la situación en la que se encuentra, establecer los objetivos del marketing, y determinar la estrategia de marketing, es decir, cómo se va ejecutar el plan. La estrategia del marketing que se aplique puede presentar muchas variantes, según si se tiene en cuenta el objetivo de crecimiento, la competencia o una ventaja competitiva.

¹ Ferrel O. C., Martine Michel D., Lucas Jr. Georges H. "Estrategias de Marketing". Internacional Thompson Editores, S. A. de CV. Mexico. 2002.

Por otro lado, la comunicación es un punto esencial, la forma cómo se dé a conocer la empresa al consumidor, al igual que lo es ofrecer un producto que satisfaga las necesidades del consumidor, un precio competente y que esté al alcance de todos en cualquier sitio. La comunicación de la empresa no sólo informa sobre las cualidades y prestaciones del producto, si no que trata de persuadir a los clientes para el consumo del producto, además de intentar crear la imagen de la marca y que ésta sea recordada.

Los ejecutivos de alto nivel de marketing fijan metas y estrategias a las actividades de mercado de una empresa. Esta planeación consta de cinco pasos:

1. Se realiza un análisis de la situación: en el que se examina a qué punto ha llegado el plan de marketing, qué resultados ha dado y sus perspectivas en el futuro.

2. Se trazan los objetivos del Marketing: Se determinan sus objetivos que han de guardar estrecha relación con las metas y estrategias globales de la compañía.

3. Se determina el posicionamiento y la ventaja diferencial: El

Posicionamiento designa la imagen de un producto en relación con productos de competencia y de otros que vende la misma empresa. La ventaja diferencial es cualquier característica de la organización o marca que el público considera conveniente y distinta de la competencia.

4. Se seleccionan los mercados, meta y se mide la demanda de mercado:

Un mercado meta es un mercado social u organizaciones a las cuales las empresas dirigen sus programas de marketing.

5. Se diseña una mezcla de marketing estratégico: Esta es la combinación de un producto, como se distribuye, como se promueve y su precio. Estos elementos van a satisfacer las necesidades del mercado meta y cumplir los objetivos del marketing. Tales elementos son: **Producto, Precio, Distribución y Promoción.**

1.2 Plan de Marketing²

Un plan de marketing es, un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto.

El Plan de Marketing tiene dos cometidos: Interno y Externo. El primero se entiende por proyecto; en este prima el aspecto técnico, trata de un plan sistemático para alcanzar unos fines.

El Plan de Marketing no está sujeto a ninguna reglamentación. Su redacción concienzuda obliga a un detallado análisis de los factores de todo tipo que inciden sobre el proyecto.

El Plan de Marketing, como se mencionó, tiene también un cometido externo: suele ser el memorando que se presenta para la captación de recursos financieros o ante los propietarios de la empresa para que decidan sobre la activación de un movimiento estratégico o el lanzamiento de un producto. En

² Stanton J. William, Etzael J. Michael, Walker Bruce J. "Fundamentos de Marketing" XIII Edición

este sentido, persigue convencerles, dando la imagen de una idea sólida, bien definida y perfilada según sus objetivos.

Un Plan de Marketing ha de reunir dos características fundamentales:

COMPLETITUD: Lo que interesa esta en el Plan.

BUENA ORGANIZACIÓN: Lo que interesa es fácil de encontrar.

El Plan para un Nuevo Producto o Servicio y el Plan Anual. El primero hace referencia al producto o servicio a introducir en el mercado y que aún no está en él; o cuando con un producto particular, ya en producción, intentamos hacer un cambio de enfoque o posicionamiento en el mercado.

En cuanto al Plan de Marketing Anual, se aplica a productos ya situados en el mercado. La revisión anual permite descubrir nuevos problemas, oportunidades y amenazas que se pasan por alto en el devenir cotidiano de una empresa.

1.3 Estructura del Plan de Marketing

Un plan de Marketing ha de estar bien organizado y estructurado para que sea fácil encontrar lo que se busca y no se omita información relevante.

El primer fin implica cierta redundancia. Debe haber varias cuestiones que sean tratadas en otros tantos apartados para que, de este modo, sea posible encontrarlas sin tener que adivinar el lugar de ubicación. El segundo exige que el Plan recoja todas las posibles cuestiones y alternativas de una manera exhaustiva; así, una organización completa ayuda a no olvidar nada importante.

A continuación, se describirá las partes de que consta un Plan de Marketing:

Sumario Ejecutivo

También llamado resumen global. Es el resumen del conjunto del Plan. Incluye la definición del producto que se pretende comercializar, detallando la ventaja diferencial que se posee sobre otros productos semejantes de la competencia y como se espera mantenerla; la inversión necesaria, tanto al comienzo como a través del tiempo y los resultados esperados, expresados en cifras de rendimiento de la inversión, ventas, beneficio, cuota de mercado, etc.

Índice del Plan

El índice es importante aunque el Plan conste de pocas páginas, pues es necesario que quien analice el Plan pueda encontrar inmediatamente lo que busca. Si no lo hace rápidamente, pensará que la información buscada no está recogida en absoluto.

Introducción

Permite explicar las características del proyecto para el que se realiza el Plan. Esta más centrada al producto que a su vertiente económica. El objeto de la introducción es describir el producto de modo tal que cualquier persona comprenda perfectamente lo que se propone. Debe dejar lo suficientemente claro en qué consiste el producto y qué se pretende hacer con él.

Análisis de la Situación

Suministra un conocimiento del entorno económico en el que se desenvuelve la empresa y la respuesta de los competidores. Permite, en una palabra, analizar objetivamente las circunstancias que pueden afectar el proyecto.

Este análisis se ha diferenciado en tres partes diferenciadas: las condiciones generales, las condiciones de la competencia y las condiciones de la propia empresa.

Análisis del Mercado Objetivo

Una vez considerado el entorno económico y los factores externos que en el futuro pueden afectar la marcha de la empresa, el paso siguiente consiste en analizar la situación y perspectivas del sector concreto en el que desarrollara el proyecto. Es importante resaltar los motivos por los que el mercado objetivo seleccionado esta mejor dispuesto a comprar el producto que otros mercados.

Para definir el mercado objetivo, se utilizan criterios demográficos, geográficos, psicológicos, y estilo de vida.

Problemas y Oportunidades

Los planes de marketing frecuentemente señalan como aprovechar las oportunidades, pero en sí, no aportan soluciones convincentes de los problemas, o incluso no los analizan. Un Plan debe resaltar los problemas y determinar la mejor forma de actuar ante ellos, ayudando de esta manera a poner en práctica el Plan.

Objetivos y Metas

Entendiendo que objetivos en el Plan de Marketing, son los que se proponen alcanzar con él, las metas son una descripción más precisa y explícita de estos objetivos. Estos últimos han de cumplir ciertos objetivos para ser útiles:

- a) Deben ser precisos.
- b) Deben tener un plazo de consecución.
- c) Deben ser factibles.
- d) Deben constituir un reto para las personas que participen en el Plan.

Por esto, es fundamental dedicar el tiempo necesario para saber qué es exactamente lo que se quiere lograr, donde se pretende llegar cuando puede conseguirse, planteándolo de un forma a la vez, ambiciosa y razonable.

Desarrollo de las Estrategias de Marketing

Una definición que aclara bastante el concepto de estrategia en un entorno empresarial es: "el modo en el que la empresa pretende ganar dinero a largo plazo", es decir, el conjunto de acciones que la empresa pone en práctica para asegurar una ventaja competitiva a largo plazo.

Desarrollo de las Tácticas de Marketing

Los métodos empleados para llevar a cabo las estrategias. Muestran el modo de ejecutar la estrategia definida en el punto anterior. Son descritas mediante el manejo de las variables de marketing, es decir, producto, precio, promoción y plaza.

Ejecución y Control

Hay que analizar todas las cifras relevantes del proyecto a través del tiempo, con objeto de facilitar la puesta en marcha, ejecución y control del proyecto:

- **El Potencial del Mercado:** Lo que el mercado puede absorber del producto y de productos semejantes del mismo sector.
- **El Potencial de Ventas:** Capacidad del mercado para absorber las ventas de la empresa, calculado a partir de cuotas de mercado actuales y extrapolaciones.
- **La Previsión de Ventas:** Parte del potencial de ventas que se puede cubrir con la producción de la empresa
- **La Gestión del Proyecto:** Empleando los métodos PERT (Técnica evaluación y revisión de programa) o CPM (Método de la ruta crítica)

- **El análisis del Punto de Equilibrio:** Número mínimo de unidades vendidas que le permiten a la empresa cubrir sus costos fijos.
- **Ratios Económico – Financieros:** Cálculo de balances, cuentas de pérdidas y ganancias, de previsión del flujo de efectivo y control del cuadro de mandos de la empresa.

Resumen

Aquí, se vuelven a apuntar las ventajas, costos y beneficios, y se hace constar con toda claridad, la ventaja diferencial que sobre los competidores ofrece nuestro producto o servicio.

Apéndices

Deben incluir toda la información relevante que no haya sido incluida en el Plan, pero que esté referenciada en el Plan. Conviene relacionar cada apéndice con la sección correspondiente.

1.4 Tipos de Estrategias³

Estrategias Nacionales, Regionales y Locales:

Es posible desarrollar planes de marketing diferentes para distintas zonas geográficas, e incluso en una zona se puede tener vigor a un plan nacional y otro regional o local. Esta estrategia generalmente se da cuando se quiere buscar nuevos mercados o aumentar el número de clientes.

Estrategias Competitivas:

Estas estrategias dependen de la situación; se puede intentar establecer el producto como diferente al de los competidores, o diferenciarlo del producto de un competidor específico, o se puede realizar una promoción especial cuando se espera la llegada de un competidor importante, etc.

Estrategias del Producto:

Se pueden estudiar usos alternativos del producto, o métodos para incentivar la fidelidad. Se deben buscar formas más eficientes de fabricar el producto y

³ Stanton J. William, Etzael J. Michael, Walker Bruce J. "Fundamentos de Marketing" XIII Edición

métodos para aumentar su rentabilidad. El envase es otro punto a tener en cuenta, un cambio en el envase puede ayudar a rejuvenecer el producto.

Estrategias del Mercado:

Realizar estudios para determinar el mercado al que va dirigido el producto para poder construir estrategias específicas. Podemos ampliar a un nuevo mercado, centrarnos en un mercado con gran potencial etc.

Estrategias de Precio:

Un factor a considerar es si se fijarán precios inferiores o superiores a los de la competencia; ambas estrategias pueden originar resultados satisfactorios. También se puede determinar si los precios serán iguales en distintas áreas geográficas.

Estrategias de Penetración, Distribución y Cobertura:

Esta estrategia se desarrolla de diferente forma según si se trata de una venta a detallistas, un producto de masas o una empresa con clientes industriales. Hay que determinar en qué zona deben redoblar los esfuerzos, y si se necesitan

nuevos almacenes, el medio de transporte, la cobertura deseada, la penetración adecuada en los mercados existentes y en los nuevos. Etc.

Estrategias del Personal de Ventas:

Hay que determinar si se debe incorporar una estructura de personal de ventas en el plan de marketing. En este caso habrá que calcular estimaciones de ventas; si fuese necesario deben de crearse lazos entre ventas y marketing.

Estrategias de Promoción:

Las personas tienen que conocer su producto, pues si no hace conocer su producto, nadie va a saber que existe y por lo tanto nadie va a comprarlo. Las promociones se realizan para cubrir necesidades concretas en un periodo de tiempo limitado. Hay muchas formas de promocionar su producto

Estrategias de Gastos:

Hay que decidir si se incrementarán o disminuirán las ventas de productos, almacenes, regiones geográficas, o se atraerán más consumidores. En muchos casos es imposible incrementar las ventas sin aumentar el presupuesto.

Estrategias de Anuncios:

Es necesario definir completamente el tipo de anuncios y comunicación que se pretende establecer, si la idea es obtener beneficios a corto o largo plazo, si se va a identificar por precio, alguna ventaja específica, exclusividad, etc.

Estrategias de Publicidad:

Se debe determinar si se va a realizar una campaña publicitaria, de que tipo, etc. Si es posible sustituir una promoción por una campaña publicitaria, o es posible adecuar una promoción para que genere publicidad.

Estrategias de investigación de mercado:

Mejorar el producto, sacar nuevos productos, evaluar el producto, ver que es lo que la gente quiere, es fundamental para una empresa para seguir siendo competitiva o llegar hacerlo, por lo tanto la investigación de mercado es el motor para asegurar el perpetuo éxito de la empresa.

CAPITULO II

Provincia María Trinidad Sánchez



CAPITULO II

PROVINCIA MARIA TRINIDAD SANCHEZ (COSTA VERDE)

El objetivo de este capítulo es describir la provincia María trinidad Sánchez (Costa Verde) y todos sus municipios para dar a conocer los diversos atractivos que esta posee no solo en el aspecto natural sino también en el cultural, religioso, histórico y deportivo.

Demostrar que esta zona debidamente explotada se puede convertir en un destino interesante para los turistas que optan por visitar lugares que además de tener los atractivos tradicionales posean atractivos diversos y novedosos.

2.1 Provincia María Trinidad Sánchez.

María Trinidad Sánchez es una de las 31 provincias de la República Dominicana, localizada en la costa norte del país. El municipio cabecera de la provincia es Nagua.



Esta fue creada en 1959 con el nombre de Julia Molina en honor a la madre del tirano Rafael Leónidas Trujillo. Luego de la muerte de Trujillo, se cambió el nombre en 1961 por el actual de María Trinidad Sánchez, fue nombrada así en

honor a la tía de Francisco del Rosario Sánchez que fue fusilada por razones políticas el 27 de febrero de 1845.

Antes de la creación de la provincia, su territorio formaba parte de la provincia Samaná; que anteriormente formaba parte de la provincia Duarte.

Se encuentra en el nordeste del país. Limita al sureste con la provincia Samaná, al sur y al oeste con la provincia Duarte y al noroeste con la provincia Espaillat. El Océano Atlántico se encuentre en el norte y este de la provincia.

La provincia María Trinidad Sánchez tiene una superficie total de 1.271,71 km². Está dividida en cuatro municipios. Los municipios y distritos municipales son:

- Nagua, municipio cabecera de la provincia
- Cabrera
- El Factor
- Río San Juan

Esta provincia es productora de arroz, café y cacao, es de una gran vocación turística por las hermosas playas que tiene en sus costas y los bellos paisajes naturales que tiene.

Posee más de 1,800 habitaciones hoteleras y lugares de interés como: Parque Nacional Cabo Francés Viejo, La Gran Laguna, Laguna Gri Gri, vía panorámica de Nagua-Cabrera o Nagua- Sánchez, Playa Grande, playa El Coletón, playa El Bretón, playa La Preciosa, playa El Diamante, playa Arroyo Salado, playa Matancita, Poza de Bojolo, 2 Campos de Golf (de 9 y 18 hoyos), entre otros.

La provincia María Trinidad Sánchez es montañosa en su mayor parte. Tiene dos zonas llanas. Son los valles de Nagua y Boba, nombre que llevan por los ríos Nagua y Boba, siendo estos los más caudalosos que encontramos en la provincia.

En el relieve costero encontramos los cabos Francés Viejo y Tres Amarras y las puntas Sabaneta, Matancitas, etc. Esta provincia también tiene ciénagas, esteros y lagunas. Las más importantes son: Ciénaga de los Yayales, pantanos del Gran Estero y laguna Gri-Grí.

María Trinidad Sánchez tiene un clima muy húmedo. Esta es la zona más lluviosa del país. Las temperaturas son altas casi todo el año. En invierno son moderadas. La temperatura media en enero es de 23° y en agosto de 27°.

2.1.1 Municipio Nagua



Nagua capital de la provincia María Trinidad Sánchez, es una ciudad muy joven y es una palabra aborígen taína. Para el año 1935 era una sección rural y su primer nombre fue Boca de Nagua. Según se informa en el año 1921 se

dispuso el traslado de la cabecera de la Comunidad de Matanzas a ese lugar. Sin embargo, en el 1928 se derogó esa disposición y se restableció la cabecera en la población de Matanzas.

Boca de Nagua fue bautizada con el nombre de Julia Molina, madre del tirano Trujillo en 1936, lo cual ratificado en el año 1945 cuando se le elevó a Distrito Municipal dependiente de la Comunidad de Matanzas. En e1947 se suprimió la Comunidad de Matanzas y se pasó a la de Julia Molina, a consecuencia de la destrucción de Matanzas por el maremoto del 4 de agosto de 1946. El nombre de Julia Molina le fue suprimido por el de Nagua en el año 1961, a la caída de la dictadura trujillista.

Localizado en el nordeste de la costa de la península de Samaná, Nagua queda en la carretera que lleva de Puerto Plata a la ciudad de Samaná. Nagua está situada debajo del nivel del mar, incitando muchos creer que la ciudad hace frente a una inundación inminente que podría destruir una parte substancial de la ciudad. De hecho, durante el reinado de Rafael Leónidas Trujillo (1930-1961), la ciudad vecina de Matanza (también debajo de nivel del mar) fue destruida por la inundación. Muchos residentes de Matanza eligieron restablecer en el área que ahora es Nagua. Matanza (conocida como "Matancita") ahora está a sur de la pequeña ciudad apenas de los límites de ciudad de Nagua.

Este municipio al estar junto al mar es una ciudad que se alimenta de pescados y mariscos, amén de que posee una gran cantidad de ganado vacuno y produce en sus tierras fértiles diversidad de productos para la alimentación de su población. No hay que olvidar que es una región que además de producir cocos en abundancia es una gran productora de arroz, cocos, verduras, tubérculos y cacao que suple a los mercados vecinos y de otros pueblos del interior del país.

2.1.2 Municipio Río San Juan

El municipio de Río San Juan, el más pequeño de la provincia María Trinidad Sánchez exhibe el único carnaval marino en República Dominicana y el mundo, cuyos artistas, inspirados en las especies del mar demuestran la autenticidad característica del mismo.



Los primeros pobladores de esta comarca fueron los indios Ciguayos, pertenecientes al cacicazgo de Maguá; en su idioma llamaban Cumití 1 al río, el cual tomó más tarde el nombre de Río San Juan. Con la desaparición de esa etnia indígena la comarca empezó a poblarse y para finales del siglo XVIII se establecieron aldeas y nuevos asentamientos rurales con lo que la población fue creciendo poco a poco. Ya para el primero de junio de 1944 la comunidad fue elevada a Distrito Municipal mediante decreto presidencial, para la época aún no había carreteras y tan solo existía un camino que conducía hasta Cabrera, por lo que todo negocio y actividad comercial era realizada vía marítima.

Río San Juan, lugar donde el turismo se encuentra prácticamente sin explotar, en esta zona se pueden encontrar playas vírgenes y una gran variedad de hoteles de primera calidad, está limitado al norte con el océano Atlántico, al Sur con la provincia Duarte, al Este con el municipio de Cabrera y al Oeste con el municipio de Gaspar Hernández.

En 1959 con el decreto que elevaba al municipio de Nagua como provincia con el nombre de María Trinidad Sánchez, Río San Juan, pasó a ser un municipio.

Tradicionalmente la producción económica del municipio de Río San Juan estuvo basada en la ganadería, la pesca y la agricultura. Luego en la década de los 80 con la implementación de la actividad turística produjo un gran desplazamiento de la población rural hacia la ciudad, la producción agropecuaria mermó considerablemente proyectándose la economía del municipio hacia el consumismo y no a la producción lo que permitió que se concentran las riquezas en las empresas turísticas y comerciales.

Río San Juan es popularmente conocido por su Laguna Gri Gri, una gran laguna de manglares donde se puede embarcar y navegar entre sus misteriosas cavernas y cuevas aparecidas por la erosión de los años. Se llama Gri Gri debido a los árboles que forman parte de su copiosa vegetación en la orilla.

2.1.3 Municipio Cabrera⁴



El municipio de Cabrera fue creado como Puesto Cantonal el 5 de julio de 1891; debe su nombre al héroe de la restauración de la república José Cabrera. Antes de su creación como municipio se conocía con el nombre de Sección de Tres Amarras, en honor al cabo orográfico de Tres Amarras. En dicho lugar, según la historia, durante el primer viaje el Almirante Cristóbal Colón, buscó refugio y debió reforzar las amarras de sus embarcaciones para no zozobrar. En 1834 era una sección del puesto militar de Matanzas, de la Común de San Francisco de Macorís, provincia La Vega; en 1907 paso a formar parte del distrito Pacificador (actual provincia Duarte); en 1947 fue parte de la provincia de Samaná y en 1959, cuando se crea la provincia María Trinidad Sánchez, termina siendo uno de sus municipios.

Cabrera está ubicada al este de Puerto Plata y al oeste de Samaná. Limita al oeste con el municipio de Río San Juan, al sur con Nagua al norte y al este tiene el Océano Atlántico. La extensión territorial de esta demarcación geográfica es de 276 km².

⁴ Cabral Taveras, Ana Luisa. “cabrera: Paraíso del Nordeste”. Editorial del Nordeste, año 1987, Rep. Dom.

Los principales rubros de producción lo constituyen la ganadería, la pesca, agricultura y el turismo. El turismo registra gran auge por la llegada constante de turistas extranjeros, los cuales en muchos casos hacen inversiones en el municipio y se quedan como residentes en la zona.

Cabrera forma parte junto con Nagua del Polo Turístico IX, según Decreto No. 199-99, de fecha 4 de mayo de 1999, lo que le genera adicionalmente un gran atractivo para las inversiones en este importante sector de la economía nacional.

Este municipio cuenta con importantes atractivos naturales como playa El Diamante, Arroyo Salado, Caletón Grande, playa El Bretón, La Preciosa, Laguna El Dudú entre otras; en el límite con Río San Juan esta Playa Grande. Frente a la costa atlántica. Posee, adicionalmente lugares como el Parque Nacional Cabo Francés Viejo.

Cabrera es una tierra de bellos paisajes naturales producto de que está situado sobre el “Promontorio de Cabrera” en la Cordillera Septentrional, el cual está configurado por “terrazas escalonadas de piedra caliza” que en algunos puntos registra alturas de hasta 400m con relación al nivel del mar.

2.2 Costa Verde

Las comunidades costeras de Nagua, Río Juan y Cabrera son conocidas como la Costa Verde por el exuberante verdor de su vegetación, sus cocoteros, manglares, sus playas y sus bellos paisajes.

El nombre de costa verde surgió en el famoso Carnaval de Río San Juan en febrero del 1997. La Asociación de Hoteles Costa Verde (ASHOCOVER), presidida por el Sr. Rafael López, nace con la idea de realizar un proyecto hotelero que abarcara toda la costa (esto nunca se pudo desarrollar y como resultado de esto la asociación se desintegro), de ahí el actual nombre Costa Verde, destacando que en la actualidad no existe ningún decreto que oficialice este nombre.

2.3 Diferentes Atractivos (oferta turística) de la Costa Verde.

La Costa Verde goza de atractivos muy interesantes para ser explotados y comercializados de una forma que se posicionen en el mercado competitivo del turismo.

Esta Zona de República Dominicana ha sido en los últimos tiempos una de las menos explotadas turísticamente convirtiéndose esta en uno de los destinos

menos atractivos para los turistas, por lo que no ha permitido su total desarrollo económico. A pesar de poseer de diversos atractivos importante para el turismo carece de infraestructura hotelera.

La Costa Verde tiene todas las condiciones y elementos para convertirse en un destino turístico, gracias a su valor cultural que es inmenso lo que se enriquece, con su ubicación geográfica que es muy estratégica, donde existe accesibilidad gracias a cercanos aeropuertos, autopistas y vía marítima en la que ya líneas de cruceros han iniciado sus operaciones en esta zona.

2.3.1 Atractivos Naturales

Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen.

La costa verde posee innumerables atractivos naturales capaces de satisfacer las necesidades de recreación y esparcimiento de sus visitantes.

❖ Parque Nacional La Gran Laguna o Laguna Perucho

Tiene una superficie marina de 5.0 kms² y una superficie terrestre de 10.4 kms². Está ubicado en la provincia de María Trinidad Sánchez, Nagua. Con una superficie de 15.4 kms² con los límites siguientes:



Mediante el Decreto no. 309-95 del 31 de Diciembre de 1995 se le dio categoría de Refugio de Fauna Silvestre y fue modificada a categoría de Parque Nacional por el Decreto 319-97 del 22 de julio de 1997.

La vegetación que predomina es de manglares con humedades (zonas de acumulación de agua).

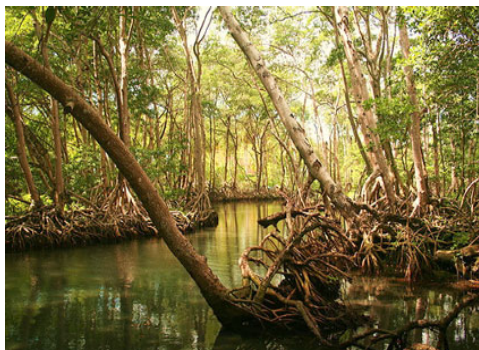
Las humedades son proporcionadas por los caños que circundan estos que son:

- Caño del Río Baquí y Caño Los Naranjos

Las playas que dan al Océano Atlántico son:

- Playa Gran Laguna y Playa de Boba

❖ La Laguna Gri Gri



La Laguna Gri-Grí se encuentra ubicada en el Municipio de Río San Juan. En el año 1958 era un manantial que conectaba un arroyo con el mar, pero en ese año se produjo un terremoto que convirtió la Laguna Gri-Gri en el punto turístico y atractivo que es hoy en día, sus manglares y la forma de la laguna son dignos de admiración.

El nombre de Gri-Grí fue dado por los habitantes de Río San Juan, debido a que en su alrededor predomina un árbol con el nombre Gri-Grí en extensas cantidades, por tanto se considero que era el nombre más adecuado.

En las aguas de esta laguna año tras año desde el 1997 se monta una tarima para celebrar el carnaval de este municipio, el cual es el único en el mundo en su género, ya que los artistas que diseñan los disfraces y mascararas se inspiran en las especies marinas, es todo un espectáculo.

❖ **Laguna Dudu**

Hay dos teorías sobre el nombre de la misma se dice que le llaman dudú por las dudas que existían sobre su real profundidad, una leyenda sin embargo cuenta, que en esta laguna y dentro de una cueva que está a



unos metros de la misma habitaba un taino a quien se le conocía con el nombre de Dudù.

Dudú es el único lugar del mundo en donde se puede hacer espeleobuceo desde un lago natural a otro lago natural. Posee profundidades que pueden alcanzar los 107 pies. En los alrededores del balneario encontramos una variedad de flora local que embellece el entorno del lugar.

❖ **Reserva Científica Dr. Miguel Canela Lázaro**



La Loma de Guaconejo comúnmente conocida, está ubicada en el extremo oriental de la Cordillera Septentrional. Se puede llegar a los bordes de la Reserva desde la carretera que conduce de San Francisco de Macorís a Nagua.

Debe su nombre a que en la zona abunda el guaconejo, un Árbol aromático cuyos aceites se utilizan en la fabricación de perfumes.

La razón de ser de la reserva, es proteger el caudal de los ríos Boba y Nagua, que abastecen de agua a las poblaciones y plantaciones de los municipios de Nagua y El Factor, en la zona del Bajo Yuna.

Fue declarada reserva científica por el decreto 233-96, el 3 de junio del año 1996, con el nombre original de reserva Miguel Canela Lázaro, el cual fue cambiado en la Ley de Medio Ambiente 64-00, del año 2000.

❖ **Balneario Arroyo Salado**

Arroyo salado es el nombre que recibe la playa más hermosa de todo el litoral del nordeste de la República Dominicana. Cuenta con más de 4 kilómetros de playa blanca y un río con más de 10 millas navegables, que presenta un



magnífico contacto con la naturaleza. Además de esto tiene varias cavernas subterráneas con innumerables recursos naturales de un incalculable valor.

❖ Playa de Los Muertos

En río San Juan, al lado del hotel Bahía Blanca. Tiene un camino medio escondido, que bordea los manglares de la laguna, la entrada está un poco en malas condiciones, pero una vez en la playa es linda.

❖ Balneario Agua Azul



Esta laguna como bien su nombre lo indica posee una agradable y fresca agua azul que tiene la virtud de, con solo apreciar su impresionante paisaje, liberar a sus visitantes del estresante ruido de la ciudad.

Las personas de los lugares aledaños son sus principales visitantes pero su fama se ha extendido de manera que de diferentes lugares del país llegan a cabrera a conocer esta laguna.

❖ Playa Grande

Playa Grande está situada entre las ciudades de Río San Juan y Cabrera. Esta hermosa playa, evaluada como una de las 10 playas más bellas del mundo, tiene una longitud de 1.5 millas de largo, lo que la convierte en una de las más largas de la costa norte del país.



Playa Grande posee una gran extensión de arena blanca bordeada de cocoteros, colinas, acantilados y 5 millas de acceso al Océano Atlántico. Aquí podemos apreciar una abundante vegetación y arroyos subterráneos de agua dulce, y la playa está rodeada de pequeños bosques y espacios abiertos.

❖ Playa Caletón



También conocida como "La Playita". Es una playa muy concurrida pero con un encanto muy especial al encontrarse cerca de los manglares de la laguna Gri Gri, al sudeste de Sosúa.

Todos los barcos que navegan por las misteriosas cavernas que hay en esta laguna se detienen para que los pasajeros puedan disfrutar de esta maravillosa playa.

❖ Playa De Los Minos

De lado la laguna del Gri-Grí encontrarás en el mismo Pueblo la playa ideal para Los niños donde la quietud, frescura y transparencia de sus aguas con blancas arenas.

❖ Playa Los Gringos

Se encuentra en el municipio de Nagua. Esta playa cuenta con un ambiente natural pleno el cual vale la pena disfrutar. La arena es bien fina, pero un tono más oscuro. La playa está bastante limpia, el agua es azul y cristalina.



Es bastante amplia y posee una leve inclinación.

❖ Playa diamante



Playa Diamante está ubicada en el municipio de Cabrera. Es una de las playas más hermosas de República Dominicana. La playa es una especie de pequeña bahía que se adentra a la costa, es una playa bajita y sin olas.

La arena de la playa es una arena muy fina, y a diferencia de muchas playas dominicanas, el espacio disponible de arena es bastante amplio.

Pequeños caudales de agua dulce descenden de la montaña y entran a la playa, dándole un matiz especial a la arena. En uno de los caudales se puede utilizarse como una pequeña piscinita para bañar a los niños.

❖ La piscina natural

La piscina natural, es un pequeño espacio que asemeja una hermosa piscina, por el color de sus aguas cristalinas, rodeada de cayos y manglares. Se encuentra próxima a la Laguna Gri Gri.

❖ Playa Bretón

Hacia el este, el promontorio de Cabrera y los pantanos y áreas playeras de Nagua, pero justo debajo del cabo, hacia el sureste, precedida por cocos y almendras se encuentra la playa El Bretón. Con sus aguas



intranquilas que chocan estrepitosamente contra las rocas desprendidas del farallón, testimonios de feroces batallas interminables que por siglos han librado el viento y el cabo.

❖ Playa Rogelio Magnate

En dirección a Cabarete, en el paraje llamado La Yagua. Como a 15 minutos de Rio San Juan. Recomendado para toda la familia. Hay restaurantes en la playa y se puede pasar un día fabuloso. La playa es de arena negra, aunque es muy hermoso de todas formas.

❖ Cuevas de las Golondrinas



Cueva de Las Golondrinas, llamada así por la cantidad de golondrinas que habitan en ella. Solo se puede ir por mar, y si el mar está en calma se puede entrar con el barco.

La Cueva de las Golondrinas se ha convertido en uno de los principales atractivos de la Laguna Gri Gri, donde cientos de dominicanos y extranjeros asisten diariamente a disfrutar de la belleza natural de la zona y del espectáculo que montan estas aves.

❖ Playa Preciosa

Es una playa bonita a unos 500 metros al este de la Playa Grande. Las olas aquí son tan fuertes que pocos se atreven a hacer surf. Para los que se lanzan es una buena forma de descargar adrenalina. Es un sitio ideal para relajarse y tomar el sol.

❖ **Playa La posita o Acapulco:**

Está ubicada en el municipio de Nagua, es de arena oscura y de gran oleaje, es muy concurrida por personas amantes al surfing. A pesar de estar cerca de las demás playas se distinguen por la braveza de sus aguas. Posee una extensa área de sol y pocas áreas de cocoteros.

2.3.2 Atractivos Religiosos

❖ **La Virgen De Guadalupe**

Este santuario fue creado por mexicanos que trabajaban en la construcción del Hotel Bahía Príncipe en honor a las miles personas que han muerto en este trayecto. Está ubicada en la carretera de Río San Juan.

❖ **Santuario De La Virgen De Piedra⁵**

La Virgen de la Piedra es una manifestación divina de la virgen, la cual fue encontrada en las rocas de unas cuevas en la carretera entre Nagua y Cabrera. Esta aparición data del año 1918, aproximadamente, luego de



⁵ Información Suministrada por el Padre Evelio (encargado de este Santuario)

que el señor Alfredo Torres, dirigiera una peregrinación de la virgen desde Cabrera hasta Nagua. La virgen que fue utilizada en esta peregrinación. Ese día cayo un aguacero que según se cuenta en la historia no duró más de tres horas y los peregrinos se guarecieron en unas cuevas donde más tarde encontrarían la aparición de la virgen de la piedra.

Años después, un escultor esculpió la imagen con yeso para aclarar la imagen y aunque muchos de los moradores y creyentes no estuvieron de acuerdo se creó una imagen de la virgen un poco más formada.



Esta piedra donde se conserva la aparición fue rodeada por tres paredes para convertirla en lo que hoy es una modesta capilla donde se celebran misas y donde personas de todas partes del país y hasta extranjeros visitan la imagen y dejan sus ofrendas en forma de agradecimiento por sus milagros cumplidos. Los visitantes dejan sus pertenencias personales como collares, anillos, fotos, flores, etc.

2.3.3 Atractivos Históricos – Culturales

❖ Carnavarengue⁶

Este festival que se realiza desde 1997. En el municipio de Río San Juan, exhibe el único carnaval marino en República Dominicana y el mundo, cuyos artistas, inspirados en las especies del mar demuestran la autenticidad característica



del mismo. El carnaval de Río San Juan se presenta en una tarima colocada sobre las aguas de la Laguna Gri-Gri que entre luces y el paisaje que le rodea forma un gran escenario para efectuar las presentaciones noche tras noche del 14 al 17 de febrero.

Carnavarengue es la firme expresión de cultura de Río San Juan, un encuentro con el mar, la ganadería, agricultura, donde al compás de la música, desfilan los diferentes tipos de disfraces y las comparsas llamadas “LOS CARNAMARES”, sus caretas son fabricadas por verdaderos artistas con moldes de barro, simulando las diferentes especies marinas que se la lucen en los alrededores de la Laguna Gri-Gri.

⁶ Información suministrada por Teonilda Gómez (enc. Carnavarengue Río San Juan)

Parece como si las especies del mar salieran del océano, pues en el colorido y diseño de los trajes, sobresalen mangas como aletas de peces gigantes, centollos, cangrejos, pulpos, medusas, langostas y monstruos marinos que solo existen en el océano de la imaginación, dando vida al más creativo y resplandeciente carnaval de la costa norte.

La gastronomía de Carnavarengue se distingue por los platos de gallina criolla, chambre campesino, pollo asado, pescado con coco, moro de habichuelas rojas, chivo al vino, así como dulce con coco, entre otras variedades.

❖ Fiestas Patronales



Una de las tradiciones más relevantes en Cabrera lo constituyen la celebración de las fiestas patronales de la Virgen de Las Mercedes, el 24 de septiembre de cada año y la celebración del “día de los Cabrereños Ausentes”, en el último fin de semana del mes de julio.

Nagua empieza a celebrar sus Fiestas Patronales en 1935, Puede afirmarse que las Fiestas Patronales se iniciaron popularmente con sencillez, ya que las mismas se circunscribían a un novenario que con



fiestas de atabales, plegarias y cánticos a nuestra Patrona, Madre Espiritual del pueblo dominicano, la Santísima Virgen de la Altagracia, celebraba en casa de la Sra. Ostalia Taveras Reyes (doña Negra).

En 1973. La primera Reyna de las Fiestas Patronales fue Doña Negra Reyes, la cual contaba en ese entonces con 78 años de edad.

El municipio de Río San Juan se destaca por celebrar todos los años las fiestas patronales de su patrón San Juan Bautista del 15 al 24 de junio. En esta fiesta participa la Iglesia Católica y la Subsecretaría de Turismo desarrollando actividades religiosas y populares como son: Desfile de Reinas, presentaciones artísticas, corrida de caballos, actividades deportivas, entre otras.

❖ **Parque María de los Ángeles Martínez de Trujillo**

Fue el primer parque de recreo de Boca de Nagua fue inaugurado en el 1945 con el nombre de "María de los Ángeles Martínez de Trujillo" en honor a la esposa de Trujillo, que es el mismo que hoy conocemos con el nombre de "Juan Pablo Duarte" o Parque Central.

❖ Parque Nacional Cabo Francés Viejo



El parque nacional creado el 2 de mayo de 1974 es, desde el 2009, el Monumento Natural Cabo Francés Viejo. Mide apenas 1.5 kilómetros cuadrados, es uno de los enclaves favoritos de fotógrafos y viajeros que encuentran en un solo

lugar todos los paisajes del trópico: playas, acantilados, ensenadas, aves, flores, románticos caminos vecinales bordeados de flamboyanes y húmedos bosques.

El origen del nombre del cabo y de la playa proviene de un señor llamado Frances que vivió en la zona en el siglo XVII y francés era el nombre de un barco que encalló en estas aguas. El nombre del barco, dicen, era Bretón, y por eso la playa y la comunidad adoptaron ese nombre.⁷

❖ Maremoto de Matanzas:

Un poderoso tsunami azotó a la República Dominicana el día 4 de agosto del 1946. El fenómeno natural tenía olas de más de 10 metros de altura, donde produjo enormes daños, en algunos lugares bajos el mar llegó hasta mil 500 metros tierra adentro.

⁷ Información suministrada por Miguel Gil (guarda parques del área protegida)

El poblado de Matanzas que se encontraba repletos de turistas que disfrutaban de sus playas y sus fiestas, quedó prácticamente sepultada y se estiman en 500 las muertes ocurridas en este pueblo. La retirada del mar en Puerto Plata fue tan grande que se podía caminar debajo de la estructura del muelle. Estos movimientos telúricos provocaron los cambios en la estructura del litoral cabreño, donde hubo varios desprendimientos de rocas.

❖ **Aldea artesanal:**

Dicha escuela fue un proyecto planteado por el Director de Cultura de Altos de Chavon, el Arqueólogo Ángel Caba Fuente, cuenta con los auspicios de la Organización de Estados Americanos (OEA) y avalado por la



secretaría de Turismos. En ella se pretende formular los primeros 150 artesanos del municipio. Esta escuela es dirigida por el Pintor Persio Checo.

Un hermoso pabellón diseñado con elementos propios de la zona como el acordeón, cocoteros, expresión de laboriosidad y desarrollo turístico, donde se exhiben artesanía con miniaturas del carnaval marino de Río San Juan, hermosas esculturas talladas en madera del famoso artesano Frank Coronado,

galería de fotos típicas de la región, galería de biografías de más de 30 escritores y artistas de la provincia, libros de los escritores Rev. P. Nelson Francisco Pérez Jiménez, Persio Checo, Juan Colon, entre otros.

Este centro cultural tan importante para la región rio San Juan remodelo sus instalaciones en septiembre del 2009 para dar una mejor presentación a sus visitantes.

❖ Gastronomía



La Gastronomía de esta zona es muy diversa, ya que existen gran variedad de platos, destacándose como los más comunes, el pescado con coco, arroz con coco, moro de guandules y habichuelas con coco. También se puede disfrutar de otras delicias preparadas en las laderas de las playas como son los pescados fritos y diversidad de mariscos.

2.3.5 Infraestructura Hotelera

La costa verde a pesar de los valiosos atractivos turísticos que posee, carece de Infraestructura Hotelera. En esta zona existen pocos hoteles totalmente acondicionados para el disfrute y el confort de los huéspedes, predominando los hoteles de tres estrellas, aparta-hoteles y casas de hospedajes, de los que mencionaremos los más destacados.

❖ Río San Juan

Hotel Bahía Príncipe: Rodeado de exuberante vegetación tropical se encuentra en primera línea de mar con unas vistas espectaculares sobre la inmensa playa de aguas cristalinas.

El hotel cuenta con 941 habitaciones, once bares: seis en la playa, cuatro en el área del hotel y piscinas, y uno exclusivo para los clientes del Club Hacienda Príncipe.

- Hotel The Palace Playa Grande
- Hotel Caliente Caribe
- Hotel Sea and Golf
- Hotel Balaji Palace

- Hotel Los Gringos
- Hotel Santa Clara
- Hotel Río San Juan
- Hotel Bahía Blanca
- Aparta-Hotel San José
- Villa Lazy Heart
- Villa Cabo Fino

Nagua

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| ➤ Hotel Restaurante Sol De Oro | ➤ Hotel La Casona |
| ➤ Hotel Río Piedra | ➤ Hotel Oasis |
| ➤ Hotel Bella Vista | ➤ Hotel Naguari |
| ➤ Hotel Sinaí | ➤ Hotel Julisa |
| ➤ Hotel Dorado Mar | ➤ Aparta-Hotel Breze |
| ➤ Hotel Sweet Dreams. | ➤ Aparta-Hotel Central |
| ➤ Hotel Brisas del Mar | |
| ➤ Hotel María Trinidad Sánchez | ❖ Cabrera |
| ➤ Hotel Mi Bahía | ➤ Hotel La Catalina. |
| ➤ Hotel Los Cuatros Vientos | ➤ Aparta-Hotel Mar Bravío. |
| ➤ Hotel Cambri | ➤ Casa De Huéspedes Don Fello. |
| ➤ Hotel Gran Madrid | ➤ Aparta-Hotel Frances Viejo |

2.3.4 Infraestructura Hotelera⁸

❖ Casa Club de Golf Playa Grande:

El campo de golf Playa Grande es considerado uno de los más hermosos en el Caribe. Diseñado por el Arquitecto Robert Trent Jones e inaugurado en 1997, está construido en un solar de 150 hectáreas. Está ubicado en río San Juan.



Diez de los 18 hoyos se juegan al lado de precipicios y por bahías pequeñas y cañadas espectaculares. La brisa del Atlántico es otro de los desafíos para los jugadores.

⁸ www.bahiaprincipe.com

2.3.6 Servicios Turísticos⁹

❖ Restaurantes

Río San Juan

- Restaurante Le Café de Paris
- Restaurante Sol y Arena
- Restaurante Mangle
- Restaurante La Casona
- Restaurante Replan
- Restaurante Teresa

Cabrera

- Restaurante Virginia.
- Restaurante Flor De Loto.

Nagua

- Restaurante Chen
- Restaurante Fernández

⁹ www.bahiaprincipe.com

❖ **Rent-Car**

- Cabrera Rent-Car. Ubicado en Cabrera.

❖ **Agencias de Viajes**

- Agencia De Viajes Beltrán Tours. Ubicada en Nagua.
- Agencia De Viajes Eduardo Baldera. Ubicada en Nagua.
- Agencia De Viajes A&J Viajes. Ubicada en Rio San Juan.

❖ **Tour Operador**

- Tour-Operador Brianda Tours. Ubicado en Rio San Juan
- Tour-Operador Fishing Tours. Ubicado en Rio San Juan

❖ **Vía de comunicación**

Como vía de comunicación terrestre existe una carretera que comunica al municipio con el Cibao Central y la Región Nordeste del país.

❖ **Transportes**

- Bus Caribe Tour
- Taxi
- Bus Turístico Safari

❖ **Discotecas y bares**

- Alba bar, Nagua
- Disco Laguna 2000, río San Juan

2.4 Perspectivas Turísticas de La Zona Costa Verde.

El Turismo se proyecta como la principal fuente de economía en la costa verde haciendo a un lado las demás fuentes de ingresos como son la ganadería, ya que sus espacios están siendo utilizados en la construcción de hoteles y diferentes proyectos turísticos que están en desarrollo. Una alternativa para el desarrollo turístico de la zona costa verde es la activación del turismo en la misma para así manejar parte del flujo de turistas que visitan la República Dominicana.

CAPITULO III

Plan de Marketing para la Implementación



CAPITULO III: PLAN DE MARKETING PARA LE INCREMENTACION DEL TURISMO EN LA ZONA COSTA VERDE.

3.1 Análisis situacional y del entorno.

El análisis situacional o de entorno permite conocer a profundidad una situación e identificar los factores, que inciden en ella. Este se compone por tres análisis específicos, como son: análisis del entorno interno, análisis del entorno externo y análisis del cliente.

3.1.1 Análisis del Entorno Interno

La costa verde la cual abarca los municipios Nagua, Río San Juan y Cabrera, posee innumerables recursos no solo naturales si no también históricos-culturales, religiosos y deportivo, los cuales no han sido explotados ha su totalidad por esto no han generado ingresos significativos a su economía.

Río San Juan es el municipio de más actividad turística gracias a la laguna gri gri que es una zona protegida declarada por la UNESCO, el Campo De Golf Playa Grande, que es visitado por turistas locales y extranjeros de un alto nivel socio-

económico y el Hotel Bahía Príncipe. En los demás municipios no es tan notoria la concurrencia turística.

La oferta hotelera de la Costa Verde es muy limitada, solo cuenta con apartahoteles, casa de huéspedes, habitaciones en alquiler, etc. Esto hace que los turistas no se sientan tan cómodos en su estadía.

Otra contrariedad que causa molestia a los turistas es el problema de la energía eléctrica. A excepción del Hotel Bahía Príncipe todas las infraestructuras hoteleras carecen de generadores eléctricos lo que hace de esto un servicio precario. El servicio de agua potable es regular, solo los municipios Cabrera y Nagua cuentan con acueductos que suministran este servicio correctamente.

La tecnología está un poco atrasada en la zona, algunas oficinas gubernamentales no cuentan con los soportes técnicos que se necesitan esto crea deficiencia al personal a la hora de brindar un servicio.

3.1.2 Análisis del entorno Externo

Este análisis considera los puntos más relevantes como son: la Competencia directa e indirecta, aspectos sociales, económicos, políticos o legales y tecnológicos.

3.1.2.1 Competencia

Es importante tener un conocimiento amplio acerca de toda nuestra competencia, para poder fijar posturas promocionales superiores al momento de mercadear nuestro servicio.

Los dos tipos de influencia más destacados en este caso son:

Competencia Directa: Es la que ofrece un servicio igual o casi igual al mismo mercado y al mismo cliente.

Competencia Indirecta: Es la que ofrece un servicio igual o casi igual a un mercado diferente.

❖ Directa

Para realizar el análisis de la competencia directa nos enfocamos en las provincias más cercanas pertenecientes a la parte norte y nordeste de la República Dominicana, ya que estas cuentan con un mayor flujo de turistas debido a su potencial. Entre los atractivos que poseen estas provincias podemos mencionar: Los aeropuertos Internacionales, los complejos hoteleros y parques de diversiones. Además cuenta con un campo de Golf, reservas científicas y parques nacionales.

❖ Samaná

La Península de Samaná se adentra al noreste del país en el océano Atlántico rodeada de playas de fina arena blanca siendo uno de los lugares clave para observar las ballenas en el mar. Aquí se encuentra uno de los principales parques



nacionales del país: Parque Nacional de los Haitises, La penetración de esta península en el mar hace muy fácil el observar a las ballenas que llegan a esta zona huyendo de las frías aguas del Atlántico Norte en los meses de invierno. Se pueden apreciar nadando muy cerca de la costa.

Los complejos turísticos son escasos en Samaná. Uno de los más atractivos es El Portillo Beach Club, situado en la localidad de El Portillo a pocos kilómetros de Las Terrenas, que cuenta con una pequeña pista de hierba para avionetas y un gran surtido de instalaciones deportivas. Los aeropuertos son muy pequeños y las flotas de grandes aviones no pueden operar en estos aeropuertos. Únicamente aviones pequeños y avionetas de vuelos domésticos a la península de Samaná, son las que pueden operar en estos aeropuertos.

Destaca su Malecón o paseo marítimo donde se encuentran algunos hoteles como el Tropical Lodge. Desde el Malecón parten la mayoría de los barcos y excursiones por la bahía de Samaná. Gran parte de las embarcaciones hacen una parada en la isla de Cayo Levantado, la más famosa de la bahía.

La zona de mayor afluencia turística en los últimos años es Las Galeras, situada al noreste de la península de Samaná es un auténtico paraíso y lugar para el descanso. Sus playas más conocidas son las de Rincón, Playa Colorado y Playa Madame.

❖ Puerto plata

Puerto Plata es la ciudad más grande de la costa norte de La República Dominicana. Fundada en 1502 es uno de los puntos turísticos más importantes del país. Decenas de hoteles se alinean a lo largo de toda su costa y recibe muchos de los miles de turistas



que llegan al país. Una de las razones de ser un destino muy conocido y visitado es por poseer El Aeropuerto Internacional Gregorio Luperón localizado entre Puerto Plata y Sosúa.

Similar a la capital Santo Domingo, Puerto Plata tiene un Malecón o paseo marítimo de más de 6 kilómetros de longitud. En uno de sus extremos se encuentra el fuerte y la fortaleza de San Felipe, una de las primeras en América y mejor conservadas en el día de hoy. La ciudad cuenta con uno de los museos más importantes del mundo de Ámbar: El Museo de Ámbar de Puerto Plata.

Famosa por su ron, y más concretamente por la fábrica de Ron Brugal que se ubica en esta ciudad. La fábrica de Ron Brugal es una de las más antiguas del país. Además la ciudad posee un Corcovado similar al de Río de Janeiro. La estatua de Jesucristo de 16 metros de altura se encuentra en lo alto del Pico

Isabel Torres en el Parque Nacional Pico Isabel Torres. Se puede subir hasta la cima en teleférico y desde allí contemplar una fabulosa panorámica de toda la bahía de Puerto Plata.

Otros de los atractivos que posee esta provincia son: los parques de atracciones como Ocean World que es el parque temático mas nuevo del país, Fun City Action Park un centro de diversiones para toda la familia ubicado a 3 kilómetros del complejo playa dorada.

Puerto Plata es una ciudad muy limpia y más ordenada que otras ciudades del país. En el centro de la urbe se encuentra la catedral de San Felipe Apóstol de estilo "art deco". Junto a ella el parque de la Independencia, un bonito y lindo parque orgullo de todos los habitantes de esta ciudad.

❖ **Sosua**

Hace 15 años Sosúa era un pueblo pesquero pequeño y muy tranquilo. Poco a poco con la construcción de los complejos hoteleros ha ido creciendo hasta convertirse en uno de los puntos más turísticos de la isla. Pese a que hay un gran número de hoteles sigue siendo



un lugar tranquilo y cada complejo es muy independiente del otro. La mayoría de los turistas que recibe Puerto Plata son europeos y muchos han quedado cautivados por la maravilla del lugar que han decidido quedarse y gestionar sus propios negocios.

La costa de Sosúa la bordea un gran arrecife de coral por lo que el submarinismo, snorkel y el buceo son las actividades más comunes aquí. La ciudad está dividida por en dos barrios bien diferenciados por una extensa bahía de arena blanca por un lado Los Charamicos y por el otro El Batey.

La noche es animadísima y hay muchísimas discotecas y bares en la zona. Una de los festivales más populares en Sosúa es el de Jazz, un festival anual que se celebra todos los meses de octubre reuniendo a grandes artistas caribeños y estadounidenses.

❖ Cabarete

Cabarete se encuentra a unos 15 minutos de carretera al Este de Sosúa, en la Costa Norte de la República Dominicana. Este pueblito playero, localizado entre una bahía y una laguna, goza de gran popularidad entre la juventud y los jóvenes



de corazón. Su ambiente es una colorida y casual mezcla de folklore nacional, turismo internacional, el deporte del Windsurf y el turismo de aventura.

Sus atractivos incluyen el paisaje de sus montañas, sus dos lagunas (Cabarete y Punta Goleta), sus cavernas próximas y su caserío de descendientes de negros libertos traídos de los Estados Unidos en el siglo pasado. Desde el punto de vista geomorfológico está enclavada en la llanura costera de Yásica.

Conocida internacionalmente por sus excepcionales condiciones para el Windsurf. En sus aguas se han celebrado varios campeonatos del torneo Copa Mundial de la Asociación de Windsurfing, así como tiene lugar cada año la copa mundial amateur, el Cabarete Race Week. Existen varias escuelas de Windsurf activas durante todo el año.

Cabarete se destaca por su oferta de turismo deportivo y de aventuras. Existen muchas excursiones organizadas para recorrer los campos tierra adentro, pasear en bicicletas de monte, u observar las aves en la Laguna de Cabarete.

❖ Competencia Indirecta

En el análisis de la competencia indirecta nos enfocamos en la zona costera este de la República Dominicana, ya que esta zona es uno de los destinos turísticos más populares tanto a nivel internacional como nacional. Posee una amplia oferta habitacional, un complejo de ocio y recreo llamado casa de campo, aeropuertos, campo de golf, parque temático, centros culturales como Altos De Chavón (que es un centro de esparcimiento y un importante escenario donde se presentan los más grandes artistas) al mismo tiempo es poseedora de dos islas adyacentes, La Isla Catalina y La Isla Saona lo cual hacen de este destino uno de los más visitados en todo el país.

❖ Punta Cana, Bavaro y Macao

Punta Cana se compone de las áreas de Cap Cana (Juanillo), Cabeza de Toro, Bavaro, El Cortecito, Arena Gorda, Macao y Uvero Alto. Hoy en día, Punta Cana se ha convertido en una de las mejores opciones para esos que buscan las playas perfectas y descanso.



Cuenta con uno de los Aeropuertos más importantes del país, el Aeropuerto Internacional de Punta Cana. Es el que tiene más tráfico aéreo de República Dominicana con una alta tasa de crecimiento debido a los turistas que se interesan más por esta zona. Para el año 2009 movilizó 3.8 millones de pasajeros, para este 2010 pronostica movilizar 4.5 millones.

Toda la costa de Punta Cana está repleta de hoteles todos incluidos, donde se puede aventurar fuera de los complejos turísticos para descubrir un mundo magnífico de cuevas, manglares, playas desiertas con cocoteros en las provincias próximas de Hato Mayor, del Seibo.

Una de sus principales atracciones es Manatí Park Bavaro es un divertido parque temático especial para toda la familia. Es un increíble paraje con deliciosos jardines rebosantes de orquídeas y plantas tropicales.

La Marina de Punta Cana puede servir más de medio centenar lanchas y veleros a la vez, la pesca es buena en esta costa, especialmente en el verano cuando se celebran varios torneos nacionales e internacionales de pesca de altura.

Posee campos de golf reconocidos a nivel mundial como son Punta Cana Golf Course, Campo de Golf Punta Cana Resort, Campo de Golf Punta Espada.

Fundada por los españoles a utilizar como puerto comercial de exportación. La empresa estadounidense "Gulf & Western" ha tenido que ver mucho con la actividad comercial y financiera de la ciudad ya que invirtió en 1920 en la industria azucarera de la zona siendo hoy día la mayor refinería de azúcar del país: La Central de La Romana.

Durante los años 70 esta misma empresa norteamericana construyó a pocos kilómetros de distancia de La Romana un complejo de ocio y recreo para millonarios: Casa de Campo. Hoy en día es el complejo más completo y lujoso de todo el Caribe. Cuenta con lujosos terrenos y villas, playas privadas, campos de golf, aeropuerto, helipuerto, playas privadas, puerto deportivo, polo y un largo etcétera de actividades y "facilities".

En Lo más alto de una montaña existe un enclave llamado Altos de Chavón. Esta pequeña localidad es una imitación a un pueblo mediterráneo español o italiano de casas construidas en piedra caliza. Es refugio de muchos artistas internacionales y desde el pueblo hay unas vistas fantásticas del río Chavón. Además de todo esto Altos de Chavón cuenta con un espectacular anfiteatro de piedra, al más estilo romano, con aforo para 4.000 personas.

A tan sólo 20 minutos de La Romana se encuentra Bayahibe, una pequeña población de pescadores, donde se encuentra una de las playas más bonitas del

este: la playa de Bayahibe. La playa Dominicus es otra de las más populares en la zona. Desde ambas y también desde el puerto de La Romana zarpan barcos, catamaranes y lanchas hacia Isla Saona e Isla Catalina. La isla Saona es más grande en superficie que la Catalina y se encuentra dentro del Parque Nacional del Este. Isla Saona es una belleza, mejor dicho un paraíso donde se puede disfrutar de sus hermosas playas, ver los manglares, practicar buceo y otros deportes acuáticos. La Isla Catalina es una propiedad privada italiana. Sus playas son también únicas. Es un gran centro de práctica de buceo y submarinismo.

3.1.2.2 Aspectos sociales, económicos, políticos o Legales y tecnológicos.

La Costa Verde está habitada por personas de distintos estratos sociales, tales como comerciantes, terratenientes, pequeños productores, vendedores ambulantes, pescadores y otros característicos de una zona en proceso de desarrollo.

En el aspecto económico podemos decir, que su base de sustentación es lo agrícola y dentro de este renglón debemos citar los principales: el coco, que en estos momentos se encuentra en el primer lugar en matas sembradas, el arroz y el cacao, además un especial ganado en los municipios de Cabrera y Río San

Juan. Cabe destacar que esta zona es de una gran vocación turística por la gran cantidad de playas que tiene en sus costas y los bellos paisajes naturales que posee, aunque no ha sido explotado en su totalidad.

En cuanto al aspecto tecnológico, esta zona no está totalmente avanzada ya que la mayoría de sus habitantes circundan en las regiones rurales. Debido a la falta de tecnología esta localidad carece de infraestructura turística moderna. En el aspecto político o legal se aplican pocas restricciones en la construcción de hoteles y complejos turísticos lo que facilita a los empresarios a invertir en esta zona.

3.1.3 Análisis del Entorno del Cliente.

La oferta turística de esta zona está dirigida a un público que opte por vivir nuevas experiencias como el ecoturismo y el turismo deportivo que son las nuevas tendencias en el mercado, así también conocer destinos que a pesar de contar con los atributos tradicionales, posea atractivos diversos capaces de motivarlos a visitar esos lugares y disfrutar de sus recursos no solo naturales sino también históricos-cultural y religiosos.

Para captar este tipo de clientes se requiere que la zona posea infraestructuras hoteleras modernas y de alto estándares de calidad, mas centros turísticos adecuados y mejor manejo de informaciones sobre el valor de sus atractivos.

3.2 Análisis FODA De La Costa Verde

Fortalezas:

- ❖ Importantes Reservas Científicas, Parques Nacionales y áreas Protegidas.
- ❖ Zonas adecuadas para el turismo de aventura, de observación y de deporte
- ❖ Campo de Golf con 18 hoyos
- ❖ La Cueva de Las Golondrinas: visitada por miles de turistas cada año.
- ❖ Gran diversidad de playas.
- ❖ Productora de coco, arroz y cacao
- ❖ Atractivos Religiosos, como la virgen de piedra
- ❖ Atractivos Culturales: El carnaval de Río San Juan
- ❖ Su diversa vegetación.
- ❖ Clima Tropical.
- ❖ Excelente condición para el turismo ecológico.
- ❖ Recursos Humanos con experiencias empíricas

Oportunidades

- ❖ Motivación de inversionistas extranjeros y nacionales a financiar nuevos proyectos en esta zona.
- ❖ Arranque de nuevos servicios turísticos (Agencias de Viajes, Restaurantes, Rent-Car).
- ❖ Aumento del flujo de turistas tanto extranjero como nacional apoyándose en sus atractivos culturales-históricos, religiosos y naturales.
- ❖ Mejoramiento de la imagen de la zona.
- ❖ Posicionamiento en el mercado actual.
- ❖ Fuente de nuevos empleos.
- ❖ Recursos humanos calificados.
- ❖ Integración de la población en el sector turístico de la zona.

Debilidades

- ❖ Contaminación ambiental.
- ❖ Falta de señalización en rutas y lugares turísticos.
- ❖ Vías públicas en mal estado.
- ❖ Precariedad en el servicio de energía eléctrica y agua potable.
- ❖ Falta de recursos para el desarrollo de proyectos turísticos.
- ❖ Mal servicio en las oficinas gubernamentales.

- ❖ Falta de valorización de los recursos naturales.
- ❖ Falta de interés de los inversionistas extranjeros.
- ❖ Insuficiencia en el servicio sanitario.
- ❖ Falta de infraestructura hotelera.
- ❖ Falta de un aeropuerto en la zona.
- ❖ Poca Publicidad sobre los atractivos de la zona

Amenazas

- ❖ Falta de motivación del gobierno en la protección de esta zona.
- ❖ Falta de promoción
- ❖ Falta de política para la conservación de los recursos naturales

3.3 Objetivos e Instrumentación del Marketing

Objetivo:

Posicionar la Costa Verde en el mercado turístico actual como un destino diverso y novedoso a través de una campaña promocional que implante un plan de marketing capaz de llenar las expectativas de los inversionistas locales y extranjeros para así poder captar los recursos necesarios a ser utilizados en el desarrollo de la zona.

Es en este sentido que la zona costa verde propiciara un mayor flujo de turistas nacionales e internacionales lo que ayudara al crecimiento económico de la región.

Estrategia:

Implantación de una campaña promocional por un periodo de 9 meses, iniciando en el mes de agosto 2010 y finalizando en mayo 2011.

Tácticas:

Enviaremos cartas de solicitud de cooperación a las entidades dedicadas al desarrollo del turismo en el país, como son El Ministerio De Turismo República Dominicana (MITUR), La Asociación Nacional De Hoteles Y Restaurantes (ASONAHORES), así como también el Ministerio De Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio De Cultura, a los fines de contar con el amparo de las mismas en el periodo de la campaña promocional.

Crearemos campañas publicitarias junto a empresas comerciales para que patrocinen vallas y eventos en donde se destaque la cultura de la región, entre estas entidades podemos citar las siguientes: Orange Dominicana, Cervecería Nacional, Grupo Ramos, Brugal & Compañía, entre otras.

Asimismo con el objetivo de promover la Costa verde, se organizaran Viajes de Familiarización (Fram Trip), en el que participen personalidades de los distintos medios de comunicación, agentes de viajes y Tour operadores. En dicho trayecto se le mostrara los lugares más significativos de la zona, destacando así la belleza, facilidades y potenciales de la misma.

Para dar a conocer este destino realizaremos una campaña publicitaria vía Internet, ya que esta es la más moderna y efectiva en el mercado turístico actual, realizando un envío masivo de información, por medio de banner, ventanas emergentes, redes sociales, correos electrónicos, y videos.

En este sentido diseñaremos una página Web que llevara por nombre www.redcostaverde.com.do en esta los usuarios podrán investigar todas las informaciones de interés de la zona, las ubicaciones y la descripción de los establecimientos turísticos como son: Rent-Car, Agencias de Viajes, Casa de Cambios, Paradas de Autobuses, Gift Shop, Hoteles, Bares y Restaurantes. Además podrán apreciar fotos y videos de los atractivos turísticos de mayor importancia de la región, destacando sus hermosas playas, lagunas, parques nacionales, lugares de interés histórico-cultural y religioso.

También se utilizara este Web site como boletín informativo donde se darán a conocer las diferentes actividades más importantes realizadas quincenalmente.

3.4 Evaluación y Control

Para garantizar que el desarrollo de la Costa Verde sea factible y que cumpla con lo standards tanto en calidad de la oferta como en el aspecto legal se procederá a examinar los reglamentos requerido por las instituciones encargadas de los proyectos turísticos de dicha zona.

Una de estas instituciones es El Ministerio de Medio Ambiente, el cual se encarga de garantizar que el desarrollo de los proyectos turístico implementados en esta zona sean factible, no poniendo en riesgos los recursos naturales y tomando las medidas necesarias para la preservación de estos.

Además contaremos con la fiscalización del Ministerio de Turismo, el cual analizara la zona para determinar si es apta para llevar a cabo un plan de desarrollo turístico en dicha región, tomando en cuenta la cantidad y calidad de la oferta habitacional que esta posee.

Por último la Asociación Nacional de Hoteles Y Restaurantes, estará a cargo de medir los indicadores de rentabilidad, registrando las entradas y salidas de turistas nacionales y extranjeros, así como el motivo de viaje y la duración de su estadía. Lo cual favorecerá a tener un control de las estadísticas del flujo de los visitantes hacia esa zona.

Conclusión



CONCLUSIÓN

La Costa Verde posee todas las condiciones necesarias para convertirse en un destino turístico rentable, gracias a la hermosura de sus playas, sus áreas protegidas, parques nacionales y reservas científicas. Además, esta zona goza de incalculables riquezas culturales lo cual la hace un destino más interesante.

En cuanto al turismo deportivo se refiere, existen playas con grandes oleajes adecuadas para la práctica de deportes como el surfing y el kiteboarding y un campo de golf acondicionado para ser un atractivo capaz de captar un turista que prefiera visitar destinos con una modalidad diferente a los destinos tradicionales.

Con respecto al turismo histórico-cultural y religiosos podemos señalar que en esta región se exhiben importantes manifestaciones culturales, entre la que podemos citar el carnava rengue de Río San Juan una presentación extraordinaria a la cual muchas persona se interesan por visitar ya que es el único carnaval marino en el Caribe.

A pesar de los atractivos que esta zona posee su desarrollo turístico ha sido muy lento. Existen causas fundamentales por la que este destino no se ha explotado en su totalidad.

La falta de estructuras hoteleras adecuadas y los escasos servicios turísticos provocan que los viajeros al momento de viajar, no elijan esta región como un destino factible, además no se han promovido correctamente los encantos de que goza la zona.

Por otro lado el mal estado de las vías de acceso y la falta de señalización de las carreteras dificultan la llegada a esta provincia, asimismo el servicio de agua potable y los servicios sanitarios son inadecuados.

Para poder proyectar la costa verde como un destino capaz de competir en el mercado turístico actual en la República Dominicana y en el Extranjero es necesario que instituciones gubernamentales y privadas realicen una fuerte inyección de recursos monetarios, diseñando un plan de reconstrucción y acondicionamiento de las áreas turísticas que se encuentran en estado de deterioro y no están adecuadas para comercializarse frente a otros destinos.

Por lo que consideramos que es necesario el diseño de una campaña promocional que implante un plan de marketing que le dé a conocer a los futuros inversionistas tanto locales como extranjeros todas las riquezas naturales y culturales de la que se beneficia la región, para que de esta manera se motiven a invertir para la explotación de este destino.

Recomendaciones



RECOMENDACIONES

- ❖ La creación de una escuela de turismo, que aporte las informaciones necesarias para poder capacitar a las personas que estén motivadas a contribuir al desarrollo del turismo en esta zona.
- ❖ La Creación de establecimientos hoteleros que se adapten a la región y con alta calidad de servicios para acceder a un mercado de alto standig.
- ❖ Diseñar Guía Turísticas con las informaciones generales acerca de la descripción y la ubicación de los lugares de interés de la provincia.
- ❖ Promover en el exterior el Carnavarengue de Río San Juan, para captar a un nuevo público que se incentiva por el turismo cultural.
- ❖ Construir un puerto en la costa de nagua, diseñado con los servicios necesarios para recibir cruceros y de esta manera aumentar el flujo de visitantes en la zona.
- ❖ Diseñar un plan de mejora de los servicios público de esta región tales como: el acueducto que se encuentra en un estado de precariedad debido

a la falta de mantenimiento y El suministro de energía eléctrica que es muy precario.

- ❖ Reforzamiento de los recursos financieros orientados a la inversión en actividades relacionadas con el turismo en esta zona
- ❖ Reconstruir, mantener y señalar las vías de acceso que conducen a los lugares de interés turísticos.
- ❖ Construir modernas infraestructuras hoteleras que puedan competir con la competencia que existe en el mercado del turismo actual.
- ❖ Concientizar a la población a proteger los recursos naturales.
- ❖ Incrementar la cantidad de rutas de autobuses para acceder a la provincia.
- ❖ Creación de una comisión de los ayuntamientos municipales, que se encargue de higienizar las zonas turísticas.
- ❖ Promover la costa verde como destino turístico en el exterior.

- ❖ Promover la práctica de surfing en las playas de las costas, para impulsar el turismo deportivo en la zona.
- ❖ Construcción de modernas infraestructura turística, como restaurantes, agencias de viajes y gift shop, en zonas aledañas a los lugares de disfrutes como la laguna gri gri, las playas y los parques nacionales.
- ❖ Habilitar oficinas que ofrezca las informaciones generales de la zona.
- ❖ Incrementar la cantidad de rutas de autobuses para acceder a la provincia.
- ❖ Elaboración de un programa de capacitación en el manejo de recursos costeros y marinos.
- ❖ Diseñar excursiones a los parques nacionales para incentivar el turismo ecológico.
- ❖ Creación de un marco favorable a la actividad empresarial relacionada con la industria turística.

- ❖ Creación de un control de Higiene en la laguna Gri Gri para no permitir que las Aguas negras y desperdicios de basura lleguen hasta allí
- ❖ Redes de enlace con el exterior para la difusión/promoción de la República Dominicana como destino turístico.
- ❖ Construcción de lugares de ocio como bares, casinos y discotecas, para el entretenimiento de los visitantes.
- ❖ Cuidar las instalaciones de las playas y parques.

Bibliografika



BIBLIOGRAFÍA

Libros

1. Cabral Taveras, Ana Luisa. **“Cabrera Paraíso Del Nordeste”**. Editorial del Nordeste, año 1987, Republica Dominicana.
2. Ferrel O.C., Martline Michel D., Lucas Jr. Georges H. **“Estrategias De Marketing”**. Internacional Thompson Editores, S.A. de Cv. México. 2000.
3. Staton J., William, Etzael J. Michael, Walker Bruce J. **“Fundametos de Marketing”**. XIII Edicion.
4. Rosario Tejada, María Carolina. **“Plan de marketing para el desarrollo turístico de la Zona Costa Verde”**. Monografía año de publicación 2006. UNAPEC.
5. Noguera, Javier; González A., Liliana. **“Guía turística de Republica Dominicana”**. Revista Editora Corripio CxA. Edición 2008.
6. Ortiz de Suerví, Miguelina. **“Republica Dominicana Vacación Planner”**. Revista, Editora Lissette Fernández. 7ma. Edición 2009.

Internet

1. www.bahiaprincipe.com
2. www.riosanjuan.com
3. www.rincondominicano.com
4. www.costaverderd.com
5. www.reddominicana.com

Entrevistas

1. Licda. Oxmara Mesina (habitante de Cabrera)
2. Padre Evelio (Encargado del Santuario La Virgen de piedra)
3. Miguel Gil (Guarda Parque del Cabo Francés Viejo)
4. Teonilda Gómez (Directora Carnavarengue Río San Juan)
5. Licda. Sugel de Jesús (Directora de Viajes Ministerio de Turismo)

Anexos



**UNIVERSIDAD APEC
UNAPEC**



DECANATO DE TURISMO

**“Lanzamiento de La Costa Verde Como Destino
Turístico Diverso”**

Sustentante:

Greilyn Valdez	2004-0335
Amalfis Almonte	2004-1917

Asesora:

Julia Abreu

Anteproyecto de la Monografía para Optar por el Título de:
Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**Santo Domingo, D.N
Agosto, 2010**

1. TEMA:

“LANZAMIENTO DE LA COSTA VERDE COMO DESTINOS TURISTICO DIVERSO”

1.1 DEFINICION DEL TEMA.

El desarrollo turístico que ha experimentado la República Dominicana en los últimos años es una de las fuentes de mayor ingreso de divisas para el país. La diversificación y ampliación de los tipos de turismo tales como el de aventura, ecoturismo, el de deportivo (golf), el alto standing y el turismo de negocios están generando demandas de mayores planificaciones e inversiones para el crecimiento de los mismos.

En la actualidad los turistas optan por visitar destinos que además de tener los atractivos tradicionales posean atractivos diversos y novedosos, como son los culturales, naturales, religiosos , deportivos entre otros más para de esta manera tener nuevas alternativas a la hora de elegir un destino para viajar.

Un destino que posea este conglomerado de atractivos y sea bien explotado se coloca en un lugar muy importante en el mercado competido.

La República Dominicana posee varios destinos con estas características tal es el caso de la Costa Verde, Provincia María Trinidad Sánchez, Esta zona

comprendida por los municipios Nagua, Cabrera, Río San Juan y El Factor goza de atractivos muy interesantes para ser explotado y comercializado de una manera que se posicione en el mercado competitivo del turismo

La inquietud para investigar y desarrollar esta problemática surge de obtener la información de el porqué esta zona no está siendo debidamente explotada turísticamente.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Nuestro trabajo de grado tratara sobre La Costa Verde en la República Dominicana, el cual ha sido en los últimos tiempos una de las zonas turísticas menos explotadas del país convirtiéndose esta en uno de los destinos menos atractivos para los turistas, por lo que no ha permitido su desarrollo económico.

Se desea entender la falta de interés del sector turístico para proyectar de manera positiva el turismo en esta zona. De igual manera promocionar la zona, para que el turista se interese de visitar lo que aun no conoce.

El problema hace énfasis en la falta de análisis y criterios promocionales que son factores importantes en la determinación de oportunidades de promoción.

La República Dominicana ha sido considerada como un importantes destinos turísticos del Caribe gracias a sus hermosas playas, su gastronomía, atractivos culturales, vida nocturna de ciudad, etc. La Costa Verde tiene todas las condiciones y elementos para convertirse en un destino turístico, gracias a su valor cultural que es inmenso lo que se enriquece, con su ubicación geográfica que es muy estratégica, donde hay accesibilidad gracias a cercanos aeropuertos, autopistas y vía marítima en la que ya líneas de cruceros han iniciado sus operaciones en esta zona.

El lugar cuenta con atracciones sobresalientes que podrían ser de gran interés para los promotores del turismo, que actúan como imanes de atracción y promoción para el país.

Estos atractivos son tesoros en el sentido más amplio y requieren de una correcta conservación y administración que los proteja para beneficio de las futuras generaciones, además de hacerlos accesibles al público en general con propósitos educacionales y de esparcimiento. Encontrar el equilibrio apropiado entre estos atractivos constituye una de las tareas más importantes que enfrentan aquellas personas o grupos responsabilizados con su conservación y administración.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

3.1 GENERAL

Implantar un plan de marketing capaz de posicionar la Zona Costa Verde como destino turístico.

3.2 ESPECIFICOS

- Factores que no motivan la visitas del mercado internacional.
- Plantear posibles pautas a seguir para mejorar la promoción de esta zona.
- Determinar las oportunidades de promoción de La Costa Verde.
- Proyectar la Zona Costa Verde como destino turístico.

4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.

El estudio se proyecta hacia una de las regiones menor atención. Estas es: La Costa Verde, esto debido al desinterés por parte de las autoridades y de la población.

La inclinación por la investigación de esta zona surge porque en el mismo se ha notado poco interés de las autoridades turísticas nacionales por su desarrollo, queremos indagar sobre este segmento del turismo tan poco aprovechado pero que al mismo tiempo tiene numerosas exclusividades que ofrecer ante al público en nacional e internacional. Una vez conocer las causas del por qué se da esta particular situación poder entonces plantear una o varias posibles soluciones.

La problemática turística en la región se basa en la poca innovación de personas vinculadas al turismo, la falta de supervisión y evaluación en la metodología de servicio en el campo. A nivel de costos seria un gasto continuo muy elevado preparar esta zona para convertirla en un destino.

El turismo en la República Dominicana es una de las principales fuentes de empleos. A pesar de que la zona no es de mayor concurrencia, si se convierte en un destino turístico daría un gran aporte con la creación de empleos. Como se encuentra en vías de desarrollo, y posee un lento crecimiento debido a que

su infraestructura es de reciente realización el turismo realizado allí es diferente al practicado en la zona Este.

Llamaría la atención de inversionistas del sector y otros sectores al saber que existe un buen servicio lo que provocara a estos a invertir en infraestructuras y esto ayudara en su reconstrucción.

Los beneficiados de este proyecto serian los residentes ya que sería desarrollo sostenible para ellos y para los presentes y futuros inversionistas del sector. Haría aportes económicos como fuentes de empleos y capacitación de profesionales en áreas específicas.

5. TIPOS DE INVESTIGACION.

En acorde con la meta y los objetivos de nuestra investigación utilizaremos una metodología analítica y exploratorio del tema a desarrollar.

Analítica porque se profundizara en el desarrollo del turismo y se evidenciara en estrategias promocionales que posicionen La Costa Verde como destino turístico.

Será de tipo Exploratorio, porque su objetivo es normalmente examinar un tema o problema de investigación poco estudiado.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO CONCEPTUAL.

Resort

Establecimiento que proporciona hospedaje y servicios de alimentos y bebidas junto con instalaciones recreativas.

Aparta-hotel

Han sido diseñados para estadías largas. Ofreciendo suite o habitaciones con servicio de recepción, Bell boys, seguridad y alimentos y bebidas aunque este es limitado.

Hoteles de ciudad

Ubicados en la ciudad, alojan al huésped de negocios y/o al turista que desea visitar la ciudad, estos brindan servicios adicionales, a parte de los ya tradicionales.

Infraestructura

Conjunto de obras y servicios que sirven de base para promover el desarrollo socioeconómico en sentido general, las cuales se utilizan con el fin de catalizar alguna actividad en particular.

Destino turístico

País, región o ciudad hacia donde se dirigen los visitantes”.

"Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades del turista"

Oferta

Conjunto de bienes y servicios de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que están disponibles en el mercado para ser usado.

Área turística

Espacio integrado por una o más zonas turísticas con diez o más atractivos próximos y un centro turístico principal.

Alojamiento

Se entiende por alojamiento todo servicio que permita al viajero acomodación y techo, dentro de ciertas condiciones de seguridad y confort, mediante el pago de un precio; algunas veces se completa este servicio con el de alimentación y otros.

Infraestructuras turísticas

En esta categoría se localizan todas aquellas inversiones de activo fijo que se emplean como instrumentos y cuyo ejercicio es el de permitir, facilitar o apoyar mediante bienes y servicios, la función de producción específica de las empresas propiamente turísticas.

Mercado turístico

Lugar de origen, punto o zona de salida de las corrientes turísticas.

Potencial

Fuerza o potencia de la que puede disponer un lugar, el cual le permite su explotación a mediano o largo plazo.

Recreación

Es cualquier uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre y cuando ese uso se realice en una actitud placentera: siendo por lo tanto el turismo una forma particular de recreación.

Sectores

Zona destinada a una actividad determinada.

Turismo

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al " turismo". El turismo comprende las actividades de personas que viajan (y pertenecen en) lugares fuera de su medio normal por motivos de ocio, negocio u otros propósitos.

Turismo de Playa

Es aquel orientado al disfrute de los recursos naturales, esencialmente de playas y sol conjuntamente con actividades recreativas.

6.2 MARCO ESPACIAL Y TEMPORAL.

La investigación y desarrollo está comprendida en el periodo Mayo-Agosto 2010 porque se ha demostrado por diferentes razones, la necesidad de lanzar esta zona como destino turístico, pero la misma no cuenta con los elementos promocionales adecuados; por lo tanto, este estudio hará grandes aportes.

La Costa Verde es considerada un destino excelente para vacacionar, la palpitante vida nocturna de la ciudad, su agitado ritmo de diversión, su diversa gastronomía, la variedad de deportes, las atracción de el sol tropical, todo esto último mencionado la hacen una opción de primera a la hora de elegir unas excelentes vacaciones.

El periodo seleccionado Mayo – Agosto 2010 sería el tiempo que nos tomaría realizar las investigaciones pertinentes para poder desarrollar nuestro plan de trabajo, y porque creemos que en este lapso de tiempo es más que suficiente para elaborar una buena propuesta.

7. METODOS, PROCEDIMIENTOS Y TECNICAS.

Internet

Se consultaran páginas de Web que están asociadas con esta zona.

Periódicos

Se consultaran artículos de periódicos nacionales en referencias al tema a tratar.

Libros

Se consultaran libros de investigación como fuente principal para la recolección de datos.

8. TABLA DE CONTENIDO.

Dedicatoria

Agradecimiento

Introducción

CAPITULO I: EL PLAN DE MARKETING.

1.1 Planeación estratégica del marketing.

1.2 Plan de marketing.

1.3 Estructura del plan de marketing.

1.4 Tipos de estrategias.

CAPITULO II: PROVINCIA MARIA TRINIDAD SANCHEZ (ZONA COSTA VERDE).

2.1 Provincia María Trinidad Sánchez.

2.1.1 Municipio Nagua.

2.1.2 Municipio Río San Juan.

2.1.3 Municipio Cabrera.

2.2 Zona Costa Verde.

2.3 Diferentes atractivos (oferta turística) de la Zona Costa Verde.

2.3.1 Atractivos Naturales.

2.3.2 Atractivos Religiosos.

2.3.3 Atractivos Históricos-Culturales.

2.3.4 Infraestructura Hotelera.

2.3.5 Servicios Turísticos.

CAPITULO III: PLAN DE MARKETING PARA LA INCREMENTACION DEL TURISMO EN LA ZONA COSTA VERDE.

3.1 Análisis situacional y del entorno.

3.1.1 Análisis del entorno interno.

3.1.2 Análisis del entorno externo.

3.1.2.1 Competencia.

3.1.3 Análisis del entorno del cliente.

3.2 Análisis FODA.

3.3 Objetos e instrumentación del marketing.

3.4 Evaluación y control.

Conclusión

Recomendaciones

9. FUENTES DE INFORMACION.

Cabral Taveras, Ana Luisa (1987). Cabrera, Paraíso Del Nordeste. Santo Domingo.

Licda. Oxmara Mesina

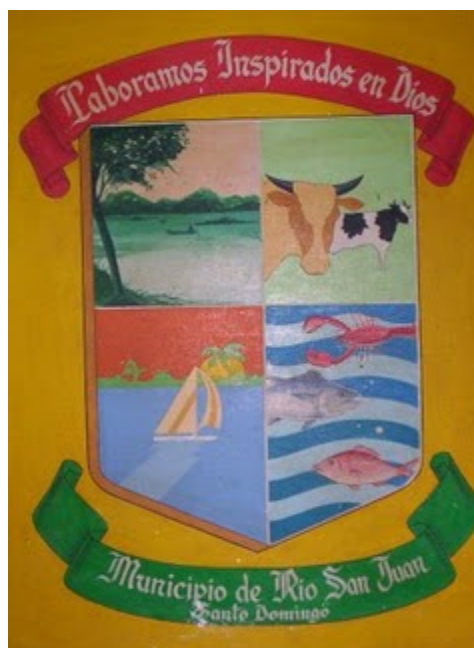
www.bahiaprincipe.com

www.riosanjuan.com

www.rincondominicano.com



Escudo Provincia Nagua



Escudo Provincia Rio San Juan



Carnavarengu Rio San Juan



Provincia María Trinidad Sanchez



Surfing Playa de Nagua



Laguna Gri Gri



Nagua





Playa de Nagua



Hotel Sinai