



Escuela de Turismo, Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de grado para optar por el título de:

Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

***Análisis de la perspectiva y desarrollo turístico del corto, mediano y largo
plazo, Zona Noroeste; Caso: Montecristí, República Dominicana,
año 2020-2025.***

Sustentantes:

Franchesca Rodríguez Matrícula : 2015-2144

Lía Mora Matrícula : 2015-2681

Asesor:

Eldris Yranlli Báez Abreu

SANTO DOMINGO, D.N., REPÚBLICA DOMINICANA

31 de Julio del 2020



Escuela de Turismo, Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de grado para optar por el título de:

Lic. Administración Turística y Hotelera

***Análisis de la perspectiva y desarrollo turístico del corto, mediano y largo
plazo, Zona Noroeste; Caso: Montecristi, República Dominicana,
año 2020-2025***

Sustentantes:

Franchesca Rodríguez Matrícula : 2015-2144

Lía Mora Matrícula : 2015-2681

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de investigación son de la exclusiva responsabilidad de sus autoras.

Asesor:

Eldris Yranlli Báez Abreu

SANTO DOMINGO, D.N., REPÚBLICA DOMINICANA

31 de julio del 2020

***Análisis de la perspectiva y desarrollo
turístico del corto, mediano y largo plazo,
Zona Noroeste; Caso: Montecristi,
República Dominicana, año 2020-2025***

DEDICATORIA

A mi madre Elizabeth Rodríguez quien siempre ha estado ahí para apoyar mis estudios y velar porque tenga una educación ejemplar, su apoyo incondicional fue el principal combustible de la determinación con la cual pude concluir mi carrera feliz y satisfecha. Una madre que realmente me enseñó que siguiendo mi pasión la vida me premiará.

A mi padre Francis Rodríguez por siempre creer en mí y cuidarme en todo este trayecto, por buscarme donde sea que esté y darme sus conocimientos en momentos difíciles.

A mis tíos Mike y Maicol por formar parte de mi formación profesional, sus herramientas me permitieron llegar al final de esta jornada. A mi tía Sandra, quien estuvo siempre presente en mis estudios para que llegase a ser quien soy hoy.

A Dios por ser guía de mis acciones y cuidar de mis pasos.

-Franchesca Rodríguez.

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo de grado a mi abuelo, Freddy Orozco, que en paz descansa, que siempre estuvo conmigo dándome sus consejos de perseverancia, que me demostró que con trabajo duro y disciplina se puede llegar lejos. Me enseñó que las cosas no vienen gratis que hay que trabajar por ello.

A mis abuelas, Consuelo Estévez por darme alojamiento cuando fuimos a Santiago para ir a Montecristi a descubrir y Grecia Herrera, por estar conmigo en todo momento.

A Dios, que me ha permitido avanzar y progresar, y me ha cuidado y mantenido en salud durante estos momentos difíciles.

A mi madre, Alexandra Orozco, que sabía desde un inicio que esta carrera es para mí, y sabe que llegare, que me estuvo apoyando fuertemente todo el tiempo de mi carrera.

A mi padre, Francisco Mora, que siempre estuvo ahí para cualquier cosa que necesitase y siempre me dio una mano y estuvo pendiente a todo este desarrollo.

-Lía Mora.

AGRADECIMIENTOS

El desarrollo de esta investigación no solo fue un proceso de formación profesional, ha sido un proceso de desarrollo personal, aprendizaje de vida y la importancia del trabajo en equipo junto a las personas que nos dieron su apoyo en las distintas etapas de esta investigación.

Agradecemos, en primer lugar, a nuestra tutora de tesis y profesora Lic. Eldris Báez, gracias a su orientación teórica y metodológica que nos permitió plasmar, nuestros cuatro años de estudios en la Universidad Apec, en esta tesina los conocimientos adquiridos a través de los años. Le agradecemos por su motivación como maestra y disposición para darnos las mejores herramientas a cualquier hora.

Agradecemos a su vez a la escuela de Turismo de la Universidad APEC y a su personal, quienes nos facilitaron las informaciones necesarias a lo largo de la carrera.

Asimismo, agradecemos al profesor y Lic. Adalberto Adames, cuyas recomendaciones académicas y orientaciones nos sirvieron para la entrega del trabajo de grado y fueron la base para el mismo. Por su disposición, dedicación y compromiso que hacen de su labor tan valiosa y necesaria para nosotros los estudiantes.

Nuestros profundos agradecimientos al Lic. Francisco Mora -padre de Lía- quien nos permitió la vivencia de turistas en la provincia de Montecristi. A Milagros Peña,

quien nos asistió como guía por toda la provincia enseñándonos las bellezas de Montecristi.

Agradecemos también a las tres personas que entrevistamos en Montecristi, ellos tienen toda su vida en la provincia y han formado parte de su crecimiento turístico, quienes en la actualidad trabajan para su desarrollo: El Gobernador Marco Ventura, El Alcalde Jesús Jerez y la emprendedora turística Soraya Rodríguez quienes nos ofrecieron su visión sobre el turismo y los conflictos que acontecen en el territorio. La información que nos concedieron fue fundamental para obtener los resultados de esta investigación.

Agradecemos a las 385 personas que participaron y completaron nuestra encuesta para la región de Montecristi, brindándonos su tiempo para plasmar en este trabajo su perspectiva.

Finalmente, hacemos especial agradecimiento a nuestras familias. Ellos estuvieron presentes durante todo el proceso, saben lo importante que son para nosotras.

RESUMEN EJECUTIVO

ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA Y DESARROLLO TURÍSTICO DEL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO, ZONA NOROESTE; CASO: MONTECRISTI, AÑO 2020-2025.

La provincia de Montecristi cuenta con atractivos de primer orden como: El Parque Nacional de Montecristi donde se encuentra El Morro con manglares, lagunas costeras, playas, el Cayo Siete hermanos, considerado uno de los principales destinos del Caribe para la observación de aves -nativas y migratorias-, entre otros.

Esta variedad propicia alternativas para el desarrollo de distintos tipos de actividades turísticas como aventura, cultura, folklore, entre otros. Para nuestros fines, existe un factor muy importante y desencadenante, que consideramos necesario canalizar y planificar, éste es el inminente desarrollo promocional-publicitario de Montecristi.

El objetivo principal de este trabajo de investigación es el análisis de la perspectiva y desarrollo turístico del corto, mediano y largo plazo, zona noroeste; caso: Montecristi, año 2020-2025. Para lograr este objetivo se formularon propuestas para orientar, consolidar e integrar las actividades de organismos vinculados a la provincia de Montecristi -Propuesta "Ruta de Carnaval de La Vega a Montecristi".

Se ha concluido mediante los resultados de la encuesta que el mantenimiento de la calidad y esencia de los atractivos turísticos, el aumento en las facilidades y la mejora sustancial de la accesibilidad, así como el retorno de la rentabilidad a los

pobladores son los factores claves a cumplir. Estos acompañados de una adecuada promoción determinarían el posicionamiento y habilitarían el trabajar en una segunda etapa en la que el turista y las “propuestas turísticas”, que se apliquen, le dediquen más tiempo a su desarrollo turístico, buscando así el incremento del tiempo de estadía y el crecimiento económico al 40% de la actualidad.

Las estrategias de promoción, comercialización y producción se basan en alianzas con los establecimientos locales, de la mano con el Ministerio de Turismo, mediante una estrategia de promoción en redes sociales. Los acuerdos con las operadoras darían una comisión del 15%, para ello se estima una inversión aproximada de \$350.224,44 que incluye obras civiles, equipamiento y capital de trabajo para 3 meses de operación como inicio.

Consideramos que la implementación de nuestras propuestas sería exitosa ya que pretende cuantificar el progreso que tendría la provincia de Montecristi; la generación de empleos; mejora en la calidad de vida de sus habitantes; como en la percepción de un nuevo modo de vivir, basadas en herramientas de promoción adecuadas e idóneas, así como, la implementación de un plan de acción, cuyo fin es alcanzar el desarrollo turístico del polo número cinco, Montecristi.

INTRODUCCIÓN

La República Dominicana está experimentando un crecimiento económico para reducir el 30% de la pobreza actual. El objetivo del gobierno y la clase empresarial es convertir a la República Dominicana en un país de altos ingresos para el año 2030, donde mínimo para estar en la línea de desarrollo se requiere un ingreso de US\$12,055,000.00 -doce millones cincuenta y cinco mil de dólares. Este ingreso está sujeto a variables del tamaño de la población, el Producto Interno Bruto -PIB- y la deuda externa.

El ingreso per cápita anual que necesita el país según el Fondo Monetario Internacional¹ es de US\$23,165,00.00 -veintitrés millones ciento sesenta y cinco mil dólares. Según la página web del periódico Diario Libre el ingreso per cápita anual en el 2018 fue de US\$83,103,516.65 -ochenta y tres millones ciento tres mil quinientos dieciséis con sesenta y cinco centavos- donde el 51% lo representa la deuda externa con US\$21,655,000.4 -veintiún millones seiscientos cincuenta y cinco mil dólares con cuatro centavos (Puntes, 2018). Aún no se ha calculado la cifra exacta de ingresos per cápita anuales y aumentos de la deuda externa correspondientes a los años 2019 y 2020.

Para que el país sea tipificado dentro del nivel de un país desarrollado, siguiendo los datos anteriores, a la República Dominicana le estarían faltando cerca de

¹ Fondo Monetario Internacional: promueve la estabilidad financiera y la cooperación monetaria internacional. Asimismo, facilita el comercio internacional, promueve el empleo y un crecimiento económico sostenible y contribuye a reducir la pobreza en el mundo entero. Fondo Monetario Internacional.

US\$16,000,000.00 –dieciséis millones de dólares- per cápita anuales, monto que el Banco Mundial estima podría alcanzarse en el año 2035 (Cortiñas, 2018).

A la República Dominicana le tomo de 13 a 15 años subir la escala de ingresos medios, a ingresos medianos altos en la clasificación del principal organismo de financiamiento multilateral y los cálculos actuales de diferentes entidades, reflejan que se requerirán 18 años para lograr llegar a ser un país de ingresos altos.

Para lograr el objetivo de ser un país de ingresos altos, el Banco Mundial afirma que se necesita: “Mejorar el equilibrio fiscal, aumentar el capital humano, promover un mejor entorno empresarial, mejorar la gestión de los recursos naturales, mejorar la resiliencia a los desastres y riesgos relacionados al clima y aumentar la transparencia en la formulación de políticas y rendición de cuentas” (Banco Mundial, 2020).

El turismo, para un país pequeño como es la República Dominicana, el expresidente Danilo Medina destaca y denomina al turismo en un artículo de la página web del Diario Turístico de la República Dominicana -Arecoa- como: “La locomotora de la economía nacional” (S, 2012). Donde asegura la influencia directa que tiene el turismo en la economía.

El Diario Turístico de la República Dominicana (2019) publicó un artículo “El músculo del turismo como principal motor económico de RD” citando al periódico El Caribe donde se muestran aspectos económicos del turismo. En este se expone que el turismo genera el 8% del Producto Interno Bruto y casi el 9% del mercado

laboral formal e informal, consolidando la etiqueta de Locomotora de la Economía Nacional

Este artículo puede afirmar que el desarrollo turístico es inminente ya que de él depende la economía del país. Por lo que debería de mantenerse siempre en crecimiento y mantenimiento para asegurar un puesto frente a la competencia en el mercado internacional turístico.

El turismo comprende un conglomerado de servicios con el objetivo de satisfacer las necesidades del turista. Incluyen la venta, producción, distribución, comercialización, prestación y uso de bienes de empresas del mercado turístico (Servicios Turísticos, 2017).

Los servicios que comprenden el sector son los siguientes:

- Alojamiento -hoteles, villas.
- Alimentación -restaurantes y bares.
- Guías Turísticos -patrimonio natural y cultural.
- OPC -Organizador Profesional de Congresos.
- Intermediación -Agencias de Viajes.
- Transporte -Movilización de los turistas.

El manejo y promoción óptimo de estos servicios determinan el flujo de turistas en los distintos puntos turísticos de un país o región, donde las ofertas turísticas atractivas mantienen la demanda.

La República Dominicana consta de nueve polos turísticos, donde la provincia de Montecristi ocupa el puesto número cinco, mientras, su desarrollo económico brilla por su ausencia en comparación a otros polos turísticos como Punta Cana y Samaná. El ministerio de Turismo (2018) en su página se refiere a Montecristi como “La Joya del Noroeste”, en la misma se destacan los paisajes salvajes y cautivadores rebosantes de estructura ideal para el turismo de aventura. Así también, menciona la fertilidad de sus suelos para producir diversos alimentos agrícolas.

La provincia cuenta con una rica diversidad turística que abarca desde la historia - que data del año 1506-, hasta el disfrute de un turismo de aventura en sus cayos y playas. Pearce (1991, pág. 14) citado por Varisco (2008, pág. 61) en su trabajo de maestría de Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los destinos Sol y Playa, describió: “El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista”. El desarrollo turístico es mejorar las condiciones del destino para producir ingresos, añadiendo que favorece en la creación de empleos.

En este análisis de caso se presentan estrategias de promoción online y offline de productos turísticos; propuestas de rutas de productos agrícolas y festividades -ruta del banano y ruta del carnaval- que, de ser aplicadas, permitirían el desarrollo turístico de la provincia mediante la integración de la comunidad local, las empresas privadas y públicas. Así también, se plantearán las causas del estancamiento

turístico de Montecristi y los impactos positivos que ocasionaría el desarrollo turístico.

Consideramos, que este caso de estudio sobre el análisis de la perspectiva y desarrollo turístico a corto, mediano y largo plazo de la Zona Noroeste es de gran importancia, ya que conlleva abrir la puerta al mercado turístico de Montecristi como quinto polo turístico de la República Dominicana. Se evaluarán los recursos naturales y culturales que dispone la provincia para incentivar el desarrollo, flujo y demanda turística.

La presente investigación consta de siete capítulos:

Capítulo I: Planteamiento del Problema y Justificación del Estudio, se plantea la finalidad y aspectos del caso de estudio.

Capítulo II: Aspectos Metodológicos, se establece el tipo de investigación y las técnicas de recopilación de datos.

Capítulo III: Marco Teórico, conceptos y teorías que son necesarias para la comprensión del trabajo de investigación.

Capítulo IV: Destapando Montecristi, se destacan los recursos y características exclusivas de la provincia del caso de estudio.

Capítulo V: Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Montecristi al año 2020-2025, síntesis de los aspectos relacionados en el desarrollo de la provincia, el análisis FODA y las instituciones que interfieren.

Capítulo VI: Presentación y Análisis de Resultados, se presentan los resultados de los métodos de recopilación de información.

Capítulo VII: Propuestas para el Desarrollo Turístico de Montecristi, considerando los recursos culturales y naturales de la provincia, se presentan soluciones a la escasez de demanda turística.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN EJECUTIVO	v
INTRODUCCIÓN	vii
TABLA DE CONTENIDOS	xiii

CAPÍTULO I.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN DEL

ESTUDIO.....	1
1. Tema de investigación	1
1.2. Objeto de estudio.....	1
1.3. Escala de desarrollo turístico	2
1.3.1. Target.	3
1.3.2. Oferta turística.	3
1.3.3. Promoción turística.	3
1.4. Justificación	4
2. Sistematización del problema	5
3.2. Objetivos Específicos.....	6
4. Impactos positivos y negativos	7

4.1. Impactos positivos	7
4.2. Impactos negativos	8
CAPÍTULO II.- ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	10
1. Tipo de Investigación	10
2. La población de estudio	10
3. La muestra	11
4. Método de investigación	11
5. Técnicas de investigación.....	12
6. Las fuentes de Información.....	14
CAPÍTULO III.- MARCO TEÓRICO.....	16
1.Polo turístico	16
1.2. Polos turísticos en República Dominicana.....	16
1.2.1. #1 Santo Domingo-Bayahibe.	17
1.2.2. #2, Puerto Plata-Atlántico.	17
1.2.3. #3, Macao-Punta Cana.	17
1.2.4. #4, Barahona-Enriquillo-Pedernales.	18
1.2.5. #5, Montecristi-Pepillo Salcedo.	18
1.2.6. #6, Samaná-Las Terrenas.	18

1.2.7. #7, Jarabacoa-Constanza.	19
1.2.8. #8, Baní.	19
1.2.9. #9, Nagua.	19
2. El turismo y sus elementos	20
2.1. Los 6 elementos del turismo.	20
2.1.2. Superestructura.	21
2.1.3. Infraestructura.	21
2.1.4. Servicios.	22
2.1.5. La demanda.	22
2.2. Marketing Offline y Online.....	23
2.2.1. Marketing Offline.	24
2.2.2. Marketing Online.	24
2.3. Principal fuente de ingresos.....	25
2.4. Tipos de turismo en República Dominicana.....	25
2.4.1. Turismo comunitario.	26
2.4.2. Turismo de Naturaleza.	27
2.4.4. Turismo Rural.	28
2.4.5. Turismo de Sol y Playa.	29
2.4.6. Turismo de salud.	29
2.4.7. Turismo de Aventura.	30

2.4.8. Turismo Gastronómico.	30
3. Áreas turísticas más desarrollados de República Dominicana.....	31
3.1. La actividad turística desde un punto medioambiental.	32
3.2. Beneficios del turismo responsable	32
3.3. Impacto en la economía y en la sociedad	33
4. Importancia del turismo en República Dominicana	34
4.1. Desarrollo local turístico.....	35
CAPÍTULO IV.- DESTAPANDO A MONTECRISTI.....	37
1. Antecedentes.....	38
1.1. Antecedentes históricos.....	38
1.2. Antecedentes turísticos.....	40
2. Características demográficas	40
2.1. Población	41
3. Aspectos físicos.....	41
3.1 Condiciones de vida.....	41
4. Actividad económica	42
4.1. Actividad turística.....	44
4.2. Actividad gastronómica.....	44
5. Características ambientales	45

5.1. Clima.....	46
5.2. Recursos naturales	46
6. Las Joyas de Montecristi.....	48
El Morro	48
Los Cayos Siete Hermanos	49
Punta Rucia	51
La Ensenada:	52
Parque Nacional Montecristi	52
El Reloj Público de Montecristi	53
6.1. Festividades.....	54
Día de San Fernando Rey, patrono de Montecristi	54
Fiestas patronales de Guayubín (Montecristi)	54
El carnaval	54

CAPÍTULO V. PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE MONTECRISTI AL AÑO 2020-2025.....55

1. Análisis FODA.....	55
2. Ganar o perder al explotar el polo turístico Montecristi.....	56
3. Incentivos para el desarrollo y crecimiento de Montecristi.....	58
4. Instituciones que regulan el turismo en Montecristi	59

Ministerio de Turismo	59
Asociación Dominicana de Operadores de Turismo Receptivo (Opetur) ...	59
Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes, Inc.	59
Organización Dominicana de Turismo Sostenible, ODTS	60
5. El talento del capital humano	60

CAPÍTULO VI: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS62

1. Presentación de los resultados	62
1.1. Fuente de información primaria: entrevistas en profundidad	62
1.2. Presentación resultados encuestas	66
1.2.1. Género:	66
1.2.2. Edad:	67
1.2.3. Ocupación:	68
1.2.4. ¿Ha visitado alguna vez o reside en Montecristi?	68
1.2.5. ¿Sabe usted que Montecristi es el Polo Turístico #5 de República Dominicana?	69
1.2.6. ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación considera usted que serían los mejores para promocionar Montecristi?	70
1.2.7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en Montecristi?	70

1.2.8. ¿Qué factores considera usted que impiden el desarrollo turístico de Montecristi?	71
1.2.10. ¿Cuáles de las siguientes atracciones turísticas le gustaría visitar?	73
1.2.11. ¿Considera usted que Montecristi tiene el potencial y los recursos turísticos para ser explotado turísticamente?	74
1.2.12. ¿Cuáles de las siguientes actividades considera usted que representa la mayor fuente de ingresos de Montecristi?	74
1.2.13. ¿Considera usted que el turismo sostenible puede mejorar las condiciones de vida de las personas que viven en las zonas turísticas? ...	75
1.2.14. ¿Cree usted que sería posible explotar de forma sostenible los recursos naturales de Montecristi para crear infraestructura adecuada para un turismo ecológico?	76
1.2.15. ¿Apoyaría usted un proyecto de turismo ecológico (Ecologde) en el parque nacional Montecristi?	76
1.2.16. ¿Considera usted que el desarrollo de Montecristi ayudará en la economía de la República Dominicana?	77
1.2.17. ¿Ha escuchado alguna vez una de estas festividades llevadas a cabo en Montecristi?	78
2. Análisis de resultados	78
<i>Perfil de los entrevistados</i>	81

2.1 Análisis resultados de las encuestas	82
CAPÍTULO VII: PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE MONTECRISTI	83
1. Propuesta metodológica para el desarrollo de Montecristi: “Paseo Artesanal”	83
2. Propuesta “Ruta de Carnaval de La Vega a Montecristi”	86
3. Propuesta: “Sabrosa Ruta del Banano”	91
4. Promoción del producto turístico online	94
4.1. Presupuesto de anuncios en los medios	99
4.1.1. Redes Sociales	100
4.1.2. Vloggers	101
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	112
1. Conclusiones.....	112
2. Recomendaciones.....	113
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS O APÉNDICES	137
Anexo #1: Anteproyecto.....	138
Anexo #2: Encuesta.....	190

Anexo #3: Entrevista.....	195
Anexo #4: Imágenes.....	197

CAPÍTULO I.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.

1. Tema de investigación

Análisis de la Perspectiva y Desarrollo Turístico del Corto, Mediano y Largo Plazo de la Zona Noroeste; Caso Montecristi, Año 2020-2025.

1.2. Objeto de estudio

El presente trabajo de investigación tiene como objeto de análisis el desarrollo turístico en un espacio que posee todas las condiciones para explotar su potencial, sin embargo, se presentan ciertos obstáculos que impiden el progreso de la provincia de Montecristi.

Este caso de estudio es relevante desde una perspectiva del empirismo², como práctica, en la cual adquirimos conocimientos tras la prueba del terreno y será demostrado con evidencias verificables y convincentes que harán de este análisis creíble, aplicable y duradero.

Es el desarrollo turístico de un espacio geográfico que reúne las características - ambientales, climáticas, culturales-, en el cual la sociedad no está siendo incluida

² Empirismo: Doctrina que afirma que cualquier tipo de conocimiento procede únicamente de la experiencia –interna o externa.

en su desarrollo. Por lo tanto, ha de integrarse a la población como parte del atractivo turístico para que ambas partes obtengan beneficios.

Montecristi está ubicada en la zona norte de la República Dominicana, posee un extraordinario potencial de bellos recursos naturales de incalculable valor científico. En esta provincia se presencian sus atractivos naturales en bandeja de plata, un fondo submarino perfecto para buceo, bosques para acampar, cayos, extensa flora y fauna.

En este territorio se puede evaluar un proyecto de desarrollo turístico que impulsaría a Montecristi en su evolución y popularidad dentro de los polos preferidos de República Dominicana.

1.3. Escala de desarrollo turístico

El desarrollo turístico que Montecristi ha experimentado a lo largo de los años ha sido a baja escala, caracterizado por un desplazamiento mínimo de turistas.

En el estudio de caso Turismo sostenible y conflicto por el uso de los recursos. Estudio de Caso: Patagonia chilena, Región de Aysén de Villanueva (2016, pág. 20) se define la escala de la siguiente manera: “La escala de desarrollo turístico precisa como se desenvuelve el turismo en un territorio en específico según las ofertas y demandas donde se involucran las condiciones geográficas, climáticas, flora, fauna y la sociedad que reside en el área”. A continuación, se presentan las tres escalas que están involucradas en el desarrollo turístico:

1.3.1. Target.

En esta etapa se define nuestro público objetivo, Borges (2019) se refiere a este público como las personas a las que nos estamos dirigiendo y sus gustos. El target de este caso de estudio son los turistas que buscan divertirse y tener contacto con la naturaleza, el mismo grupo de personas que disfrutan de conocer de la gastronomía, al igual que los hechos históricos y el intercambio cultural entre la población que reside en las áreas.

1.3.2. Oferta turística.

La página web Glosario Turístico (2018) explica: “La oferta turística es el conjunto de bienes, productos, servicios, recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar, estructuradas de manera tal, que estén disponibles en el mercado para uso o consumo de los turistas”. Una oferta atractiva tanto a nivel nacional como internacional lograría el posicionamiento del polo número cinco – Montecristi-. Para tales fines deberá solucionarse el problema de promoción turística y creación de productos turísticos que logren subir la escala de demanda del polo turístico.

1.3.3. Promoción turística.

La página web Entorno Turístico (2018) publicó el artículo: ¿Qué es y cuál es su importancia? Sobre la promoción turística en el que la define como: “un conjunto de actividades integradas por acciones y estrategias que cumplan la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como, el crecimiento y mejoría de la operación de la industria que lo aprovecha

con fines de explotación económica”. En esta última etapa se debe de determinar cuáles serían los mejores canales para promocionar el turismo en Montecristi.

1.4. Justificación

Montecristi destaca como una ciudad tranquila de ambiente relajante y personas humildes que conforman parte de su atractiva y exuberante belleza en medio de la naturaleza. Montecristi no destaca en las rutas turística, aunque posea las características para ser un destino favorito (Ministerio de Turismo, 2018). La provincia es la entrada al parque nacional Montecristi el cual representa un entretenimiento envuelto en una temperatura cálida todo el año.

La investigación se ha realizado por el interés de identificar la razón por la cual la provincia Montecristi, con tantos atractivos naturales, culturales e históricos, declarada como quinto polo turístico bajo el decreto No.16-93 en el año 1984, aún no ha prosperado turísticamente.

Así bien, los objetivos de esta investigación nacen por la incertidumbre producida por la falta del desarrollo turístico de la provincia Montecristi. Mediante el análisis y recopilación de datos en el campo del caso de estudio, se persigue caracterizar el impacto que tiene el desarrollo turístico tanto a nivel gubernamental como en la sociedad en la que este se desenvuelve, así como los recursos que dispone el estado para desarrollar un turismo a largo plazo que permita un crecimiento económico y social.

2. Sistematización del problema

Actualmente, Montecristi es una de las zonas más hermosas y con mayores recursos naturales de la zona noroeste, un gran potencial turístico, el cual espera por su desarrollo continuo principalmente en el sector turístico.

Este quinto polo turístico no solo adolece de la falta de inversión del estado para su desarrollo, porque existen problemas internos que obstaculizan el crecimiento de sus municipios -apagones, arrabalización de sus calles y el pobre compromiso del ayuntamiento con el proyecto turístico del municipio-. “Esto parece la boca de un lobo” dijo un visitante de Santiago de los Caballeros que reside en los Estados Unidos quien visitó la zona para conocer las bondades turísticas de Montecristi.

El progreso de Montecristi se ha visto estancado debido a que hay problemas de inversiones, en virtud de que el sector empresarial no se ha arriesgado a construir las alianzas necesarias y la realización de un buen marketing, promocionando a Montecristi como destino turístico por sus playas, monumentos históricos y exquisita gastronomía.

El capital humano es fundamental para alcanzar los objetivos y metas que se proponen al desarrollar turísticamente la provincia de Montecristi, con esto se implementara programas de capacitación a la comunidad que le permita desarrollarse, capacitarse y actualizarse, con la finalidad de ampliar sus conocimientos y poder adaptarse a diferentes situaciones del turismo a futuro.

3.Objetivos

3.1. Objetivo General

Identificar las perspectivas de desarrollo de la provincia de Montecristi como atractivo turístico y aprovechar de manera sostenible, logrando ingresos locales y nacionales que desarrollaran la economía de la población de Montecristi.

3.2. Objetivos Específicos

1. Incentivar el desarrollo y crecimiento del polo turístico Montecristi para atraer la atención de los turistas.
2. Desarrollar Montecristi turísticamente invirtiendo en la mejora de los monumentos y el acondicionamiento vial.
3. Presentar estrategias para identificar los factores de desarrollo económico para el beneficio de la población local, los promotores, comerciantes de servicios y productos turísticos.
4. Identificar los principales recursos y atractivos turísticos con los que cuenta la provincia, para colocarla como una de las zonas más visitadas del país.
5. Implementar estrategias que aumenten la tasa de empleo.

4. Impactos positivos y negativos

La actividad turística tiene impactos o efectos, producto de la huella del ser humano en un territorio y su población. Para este caso de estudio evaluaremos cuales serían los posibles impactos positivos y negativos que tendrá como consecuencia el desarrollo turístico de Montecristi.

4.1. Impactos positivos

Con los objetivos pautados produciríamos potentes cambios en el destino turístico como en la sociedad. Destacándose el desarrollo económico y la generación de empleos para los habitantes de la región. Esta, a su vez, impulsaría los atractivos turísticos para lograr inversión extranjera, la diversificación de la economía y la redistribución de la riqueza.

El desarrollo turístico de Montecristi estimulara al interés de la comunidad local en ser parte de su posicionamiento e involucrarse en la actividad turística, donde podrán enseñarles a los visitantes sobre su cultura, historia, tradiciones y a preservar los monumentos históricos.

La comunidad de Montecristi tendrá la posibilidad de crear oportunidades que la beneficiarán mediante la implementación de nuevas estrategias que crearán puestos de empleo e ingresos.

4.2. Impactos negativos

Así como el desarrollo turístico de Montecristi puede traer impactos positivos, puede traer graves consecuencias derivadas del volumen de visitantes, que normalmente se concentran en un corto periodo de tiempo.

Influenciado por el crecimiento de visitantes, los precios de los productos básicos y de los suministros -agua, luz, gas, entre otros- aumentarían, influyendo en el costo de vida de los ciudadanos locales. Podría generar una destrucción de tradiciones, al igual, que una pérdida de la identidad local. Asimismo, con motivos de recibir más turistas los dueños de establecimientos podrían verse forzados a realizar remodelaciones en las infraestructuras históricas perdiendo el valor de sus monumentos.

En cuanto a los recursos naturales, el desarrollo turístico, provocaría una degradación en su estructura. También generaría una sobreutilización de recursos hídricos, al igual, crearía una mayor cantidad de residuos y contaminación por la cantidad de turistas y el uso masivo de medios de transporte.

El desarrollo turístico podría provocar efectos nocivos en la vida diaria de las comunidades y sus habitantes, lo cual puede llevar al rechazo de su crecimiento. Entre los efectos encontramos: cambios en las estructuras de la sociedad local, destrucción de los establecimientos comerciales locales ya que serán reemplazados por comercios de bajo valor añadido, contaminación ambiental, privatización de espacios públicos para el uso de los turistas, entre otros.

En la actualidad, el turismo mundialmente está luchando contra la Pandemia -Covid-19- que ha afectado tanto la interacción humana, haciendo del convivir prácticamente imposible sin las medidas de prevención adecuadas. El impacto ha sido tan fuerte que llevara a una guerra de precios para captar a los turistas que han decidido tomar el riesgo de viajar (Garcia Lopez, 2020).

CAPÍTULO II.- ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. Tipo de Investigación

En la presente investigación se utilizó un método empírico-analítico basado en un esquema exploratorio, generado básicamente por las experiencias de cada individuo que aportó información. Como se observó el movimiento turístico en persona, se plantearán una serie de estrategias que permitan dar una adecuada solución a la problemática. El enfoque principal es encontrar la solución a la falta de desarrollo turístico para que los residentes de Montecristi puedan lucrar de la actividad turística y satisfacer sus necesidades -empleos y crecimiento local-.

El método utilizado aporta la investigación informaciones importantes producto de la experiencia, tanto de las sustentantes como de los individuos entrevistados y encuestados.

También se usa el estudio de hipótesis descriptiva y el proceso cualitativo, por el cual se reportará los resultados de los puntos de vista de los informantes y se podría pronosticar lo que sucedería al tomar en cuenta a todos los miembros de este grupo de la población.

2. La población de estudio

La población del proyecto de investigación la constituye los dominicanos que residen y/o visitan el polo turístico número cinco de la República Dominicana, Montecristi.

3. La muestra

La muestra está compuesta por 385 personas de diferentes grupos sociales que comprenden: primarios -familia y amigos- y secundarios– formales como trabajo, grupos deportivos, universidad-. Esta organización de grupos nos permitiría tener diferentes puntos de vista sobre el desarrollo turístico de Montecristi, al igual que, diferentes tipos de trabajos. El rango de edades va desde los 18 años hasta más de 35 años.

4. Método de investigación

El estudio se enfoca en tres modalidades descritas a continuación:

- **Empírico-Analítico:** es un mecanismo de estudio basado en la experiencia, que toma en cuenta todos los elementos presentes dentro de una investigación en relación con la causa y efecto de un tema en específico. La idea es encontrar los elementos principales detrás del tema que se está presentando para comprenderlo a profundidad. Por lo tanto, este método permitirá descomponer cada uno de los elementos que afectan el turismo de Montecristi.
- **Hipótesis descriptiva:** se caracteriza por ser un estudio observacional en los que los investigadores formulan declaraciones del caso de estudio, consiguiendo pronosticar hechos y resultados. Con los datos recopilados basados en la observación para el desarrollo de teorías, se persigue lograr

identificar los impactos positivos y negativos involucrados en el desarrollo turístico de la Zona Noroeste.

- **Sintético:** Se persigue el análisis de una forma metódica y concisa para conseguir una comprensión de cada situación y/o acontecimiento. Según los elementos distinguidos por el análisis tras el estudio del todo y ganar un conocimiento general del contenido, se pretende resumir las informaciones facilitadas por las redes sociales y personas altamente involucradas al caso de estudio. Valiéndonos de los elementos más importantes en aspectos de promoción, recursos naturales y culturales que integren a la comunidad de la provincia Montecristi.

5. Técnicas de investigación

Encuesta: Se estuvo distribuyendo durante 3 a 4 días alcanzando un total de 385 personas, de los cuales el 50% corresponden a turistas, el 25% dueños de locales o empresas en la zona y el 25% de empleados del sector turístico.

Entrevista: Se realizaron entrevistas a diferentes personalidades y entidades del sector turístico y del estado, entre ellas, el alcalde actual de Montecristi, Sr. Jesús Jerez; el Gobernador de la provincia, Sr. Marco Jorge Ventura; y a la emprendedora y dueña de la Empresa Soraya y Leonardo Tours, Sra. Soraya Rodríguez. Con sus conocimientos nos ayudaran a la formación de estrategias a utilizar para ser implementadas, cuyo fin es lograr el desarrollo turístico sostenible de los recursos naturales e históricos de Montecristi.

Antecedentes de los entrevistados:

- **Gobernador de Montecristi, Sr. Marco Jorge Ventura:**

Actualmente tiene dos años bajo el cargo de Gobernador de Montecristi; desempeñó el cargo de encargado de la División de Cooperación Internacional de la Dirección General de Desarrollo Fronterizo en el año 2018 y fue encargado de la ayudantía de Obras Públicas en el primer gobierno del expresidente Leonel Fernández 1996-2000.

- **Propietaria Sra. Soraya Rodríguez:**

Dueña de la empresa Soraya&Leonardo Tours con 20 años laborando en el mercado turístico donde ejerce como guía turística en la ciudad y canales fluviales de Montecristi. Ha recibido cursos y entrenamientos de Turismo Comunitario en Japón gracias a la Agencia Japonesa de Cooperación Internacional-año 2017- y del One Village One Product Movement –OVOP-, Un Pueblo Un Producto -año 2018-. También ha ofrecido el destino turístico Montecristi en ferias turísticas alrededor del país -como en la Bolsa Turística del Caribe y feria Mi país.

- **Alcalde de Montecristi, Sr. Jesús Jerez**

Es el alcalde actual de Montecristi en las elecciones del año 2020. Inició el proyecto de la construcción del Boulevard Entrada a Montecristi y empezó una alianza con el productor artístico internacional Camilo Then para el rescate cultural de Montecristi en el año en curso.

6. Las fuentes de Información

Las fuentes de información que se utilizaron en esta investigación consistieron en el sustento teórico y metodológico para un acceso y ampliación de conocimientos sobre el caso de estudio.

Se emplearon las siguientes fuentes:

- Fuentes documentales:
 - Diagnósticos bancarios

- Fuentes bibliográficas:
 - Libros
 - Monografías
 - Leyes y decretos

- Fuentes electrónicas:
 - Internet: Páginas web económicas, turísticas, históricas y culturales
 - Periódicos

Del mismo modo, dependiendo del tipo de información que proporcionan las fuentes, se utilizaron las siguientes:

- Fuentes primarias:
 - Bases de datos de páginas oficiales como Ministerio de Turismo de la República Dominicana -MITUR- y el Banco Mundial.
 - Libros
 - Manuales
 - Monografías

- Fuentes secundarias:
 - Documentos de archivos
 - Diccionarios de la lengua y especializados

La bibliografía ha sido obtenida de bibliotecas virtuales, páginas de internet y otros recursos electrónicos. La información obtenida se trabajó en formato APA utilizadas como guía en el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO III.- MARCO TEÓRICO

1.Polo turístico

Se define como un área o extensión territorial debidamente deslindado y fundamentalmente destinada a la actividad turística, por contar con gran variedad de atractivos naturales -playas, sol, montañas, ríos, lagos, bosques- y / o culturales -áreas y monumentos históricos, actividades folclóricas-.

La definición anterior es la base de este trabajo ya que buscamos darle el valor que se merece a los atractivos que tiene la provincia de Montecristi. “Los viajeros de hoy buscan acumular experiencias” –Arne Sorenson, CEO de Marriott.

1.2. Polos turísticos en República Dominicana

En el año 1968 a partir del decreto No.2536 fueron declaradas zonas o polos turísticos todos los encantos naturales de la República Dominicana que se componen por costas, litorales y montañas. Donde se proclama de alto interés nacional el desarrollo turístico.

Es extraordinario como en tan corto tiempo la República Dominicana se ha ubicado como uno de los principales destinos turísticos de América y El Caribe. El mayor atractivo sigue siendo sus playas, principalmente las playas de Bávaro-Punta Cana

y Playa Dorada en Puerto Plata, como sus lujosos resorts, la mayoría bajo el concepto All Inclusive.

1.2.1. #1 Santo Domingo-Bayahibe.

Fue el primer polo en desplegarse, dotado de atractivos naturales e históricos, creado mediante el decreto No. 3133 en el 1973 y comprende el territorio formado por Santo Domingo, La Caleta, Boca Chica, Juan Dolio, San Pedro de Macorís hasta el Río Higuamo y La Romana (Castros, 2016).

1.2.2. #2, Puerto Plata-Atlántico.

Se considera muy extraordinario por el ambiente que posee además de la suerte de nunca ser tocado por las tormentas que azotan el caribe, es creado bajo el decreto No. 2125 en el año 1972. Comprende todo el litoral norte de la República Dominicana, desde Punta Rucia el límite noroeste, la Isabela, Luperón, playa Cofresi, Long Beach, Puerto Plata, Cabarete, Sosua, Río San Juan hasta Cabrera en el extremo noreste.

1.2.3. #3, Macao-Punta Cana.

Es el polo más contiguo al atlántico y posee la mayor demanda playera de la isla, se creó bajo el decreto No. 1256 del 1986, iniciando desde el Parque Nacional de los Haitises hasta el Parque Nacional del Este, con más de 64 km de finas arenas blancas, tiene una gran selección de cadenas hoteleras.

1.2.4. #4, Barahona-Enriquillo-Pedernales.

Este polo se encuentra en rutas de crecimiento, y posee un lento desarrollo debido a que su composición es de reciente realización. Bajo el decreto No. 3327 en 1985, con el fin de proteger su flora y fauna en los años 70 y 80 se crearon 6 parques nacionales, algunos de ellos son: Isla Cabritos, el de la Sierra de Bahoruco y el de la Laguna de Rincón de Cabral. Su territorio comprende desde Barahona, pasando por Enriquillo hasta Pedernales.

1.2.5. #5, Montecristi-Pepillo Salcedo.

Considerado como un polo de celebridades de coraje e historia, tiene poco desarrollo turístico. Fue creado bajo el decreto No.16-93. Dentro de sus atractivos está el morro que es una montaña con forma de camello echado, como un viejo sabueso protegiendo el puerto de la ciudad de Montecristi. Se extiende desde la costa de Montecristi hasta Pepillo Salcedo.

1.2.6. #6, Samaná-Las Terrenas.

El polo está situado en la bahía de Samaná y las Terrenas, posee gran infraestructura y capacidad turística, aún inexplorada. Lo protege el decreto No. 91-94. Por encontrarse cerca de Macao-Punta Cana se ha ralentizado su desarrollo. La buena noticia es que no se detiene, existen muchos planes turísticos para su futuro solo a espera de ejecución. La frescura de sus playas, sus construcciones y el paisaje playero de la bahía hacen de este polo un verdadero paraíso.

1.2.7. #7, Jarabacoa-Constanza.

Polo en el cual se desenvuelve el ecoturismo, creado por los decretos Nos. 1157 y 2729 del 1977. Dispone de centros vacacionales equipados para ermitaños y excursionistas que se aventuran a explorar y caminar a pie o a caballo. Aunque no posee playas, contiene ríos rápidos en Jarabacoa, los cuales son sumamente llamativos para los amantes de los deportes extremos. Lo componen los municipios de Jarabacoa y Constanza (Castros, 2016).

1.2.8. #8, Baní.

Localizado a unos 58 km de Santo Domingo. Posee la bahía de las Calderas que es un área turística con capacidad de convertirse en un lugar que pueda encantar las necesidades del turismo de Sol y playa. Creado por decreto No. 177-05 del 1995. Las salinas también componen este polo que son yacimientos de sal producidas en terraza, donde se evapora en agua marina (Castros, 2016).

1.2.9. #9, Nagua.

Los municipios de Nagua y Cabrera de la Provincia de María Trinidad Sánchez, localizada en la Región Cibao Oriental, a unos 126 Km de la capital dominicana son los que componen este polo. Definido por el Decreto No. 199-99, de fecha 4 de mayo de 1999. Este territorio se presenta con un atrayente potencial para el desarrollo del turismo por sus termas, sus largas playas bordeadas por tupidos cocoteros, sus cuevas con ríos subterráneos, entre otro.

2. El turismo y sus elementos

El turismo es una actividad que desplaza a muchas personas de manera temporal y voluntaria con una pernoctación en el destino por al menos dos horas y superior. Puede ser de ocio, salud, histórico, sostenible, gastronómico, entre otros. En este se engloban las relaciones humanas y la prestación de servicios. Hoy la actividad turística incide sobre una serie de importantes ámbitos de la vida económica social, entre los que estarían:

- Alojamiento
- Infraestructura: terrestres aéreas y marítimas
- Costas, y dentro de estas, las playas, puertos comerciales y turísticos
- Espacio aéreo: aeropuertos
- Patrimonio histórico-artístico
- Contemplación y visita de la naturaleza
- Ordenación del territorio y urbanismo
- Medioambiente en general: contaminación y sostenibilidad

2.1. Los 6 elementos del turismo.

La página web Entorno turístico (2019) afirma que el turismo pertenece al sector terciario de la economía, el sector de servicios que interrelaciona seis diferentes elementos. Según el modelo de servicios turísticos presentado en la página web, los elementos son los siguientes:

2.1.1. Atractivos turísticos.

Los atractivos turísticos son lugares que atraen a los turistas por sus características tangible y/o intangibles. Estos atractivos van de acuerdo con sus necesidades e intereses que los hicieron desplazarse hacia el destino turístico.

Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, entre otros, y culturales como la gastronomía, el folclor, la historia y/o arquitectura de sus monumentos y sitios históricos.

2.1.2. Superestructura.

Estas son organizaciones públicas o privadas cuya función es representar a los servicios de los sectores relacionados a turismo. Estas tienen sus políticas e intereses propios. Las mismas desarrollan proyectos que promueven la inversión a sus beneficiarios. Algunas organizaciones del sector son:

- Asociación Dominicana de Operadores de Turismo Receptivo -OPETUR.
- Organización Dominicana de Turismo Sostenible -ODTS.
- Ministerio de Turismo -MITUR.
- Asociación de Hoteles, Restaurantes y Empresas Turísticas del Norte -ASONORTE.

2.1.3. Infraestructura.

Monte (2014) describe la infraestructura como: “La obra básica, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, entre otros.” Donde también

menciona que la misma tiene tres elementos: transporte, servicios y atractivos. El objetivo de esta es el asentamiento de humanos y resolver las necesidades internas -descanso, comodidades.

2.1.4. Servicios.

Los servicios turísticos pueden ser básicos directos -hoteles, restaurantes, bares- y complementarios indirectos como los bancos y casas de cambio (Entorno Turístico, 2019).

2.1.5. La demanda.

La demanda son los turistas, ellos mantienen los elementos turísticos invirtiendo su dinero en los destinos. Los turistas son los que consumen y utilizan los bienes y servicios que un destino tiene para ofrecer. Además, los turistas ayudan con la retroalimentación de su experiencia a la mejora de los productos y el servicio con el fin de satisfacer sus necesidades.

2.1.6. La comunidad receptora.

Son los residentes locales, los que están en la zona donde se prestan los servicios y en su mayoría son hasta considerados partes del atractivo turístico como recurso humano. Butler (1980) explica que la comunidad receptora provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda del visitante. Los servicios que en un principio eran para la comunidad local pasaron a ser aprovechados desde las necesidades fisiológicas -hospedaje y alimentación-, hasta médicos, recreativos y consumos. La comunidad local participa en la oferta de

servicios y están a cargo de la producción y gestión de estos como lo es en el turismo rural. La amabilidad y disposición de la comunidad es el principal factor que asegura el regreso de los turistas, esto puede definir el éxito o fracaso de un destino turístico y su ciclo de vida (Cordero, 2015, pág. 106).

2.2. Marketing Offline y Online

El marketing es un conjunto de estrategias, técnicas y practicas con el objetivo de agregar un valor a una marca, producto, bienes y servicios con el fin de atribuir una importancia un determinado público objetivo. Este hace uso de unos elementos que determinan e influyen en la forma que las estrategias son organizadas con el fin de que el público objetivo -los consumidores- inviertan su dinero y tiempo en lo que se ofrece (Mesquita, 2020).

Estos elementos son los que conforman el Marketing Mix, las llamadas cuatros P´s que se muestran a continuación:

- Precio: Lo que el cliente está dispuesto a pagar por el producto, bien o servicio ofrecido.
- Plaza: El local o establecimiento donde se comercializa el producto, bien o servicio.
- Producto: Esto es lo que se le ofrece al cliente y sus las características.
- Promoción: Son las estrategias y medios que se utilizarán para divulgar el producto, bien o servicio.

El marketing puede ser Offline -tradicional- y Online -Digital-. En este caso de estudio se presentarán propuesta de marketing digital, para fines de comprensión se describirán ambos.

2.2.1. Marketing Offline.

Llamado tradicional porque no usa el internet, se lleva a cabo “fuera de línea”. Se usan canales tradicionales como: Campañas, carteles, folletos, publicidad impresa, radio, televisión, telemarketing, entre otros (Vees Marketing & Technology, 2019).

2.2.2. Marketing Online.

El marketing digital o marketing online es la promoción en línea mediante plataformas y permite promocionar los productos o servicios en línea y pueden ofrecer en muchos casos asistencia (Cyberclick Academy, 2020).

Las empresas necesitan presencia en ambas plataformas y a esta necesidad han surgido nuevas estrategias, ambos tipos de marketing se han fusionado para que los consumidores puedan obtener la información que necesitan. Lo que hacen las empresas actualmente es crear sus páginas web, redes sociales de forma atractiva y entendible, para luego por canales tradicionales como la radio y televisión exhortar a sus consumidores a seguirlos por estos medios.

2.3. Principal fuente de ingresos

La principal actividad de la provincia es la agropecuaria donde se destaca la producción importante de guineo, arroz y plátano; además, es importante la producción de caprinos, ovinos y ganado vacuno. En la costa, es importante la pesca y la producción de sal (EcuRed contributors, 2019).

Exportación en crecimiento:

El periódico El Caribe publicó un artículo en la sección Viajes y Destinos titulado “Montecristi, somos una realidad que lo tiene todo: sol, playa, gastronomía e historia” en su página web donde se establece: “El cultivo del banano en Montecristi está localizado a ambos lados del cauce del río del Yaque del Norte desde el Distrito Municipal de Hatillo Palma hasta la del proyecto de La Cruz de Manzanillo, por su producción local coloca al país como primer exportador de banano orgánico del mundo con más de 1,200 productores de la Línea Noroeste” (2019). Gracias a la producción de banano, esto influirá a que los turistas tengan la curiosidad de descubrir sus orígenes viajando hasta la provincia.

2.4. Tipos de turismo en República Dominicana

¿Qué es lo que te gustaría hacer? Es una pregunta que en el 90% de los casos la respuesta es “viajar” y esto el viajar está íntimamente relacionado al placer y la calidad de vida. En cada viaje se adquieren tantos conocimientos sobre diferentes

culturas que hacen de las relaciones humanas más excitantes en un intercambio y desarrollo de valores morales, intelectuales y emocionales (Entorno Turístico, 2019).

Al viajar la persona se desplaza de su lugar de origen y los distintos motivos que incitan ese viaje se relacionan como lo que comúnmente se conoce como “turismo”.

La República Dominicana es una isla que cuenta con gran variedad de recursos naturales e infraestructura -aeropuertos, medios de transporte, restaurantes y bares, playas, parque y montañas- y un sin número de servicios de calidad para el desplazamiento fácil y disfrute de los turistas. A continuación, una descripción de los tipos de turismo que se pueden realizar en la República Dominicana:

2.4.1. Turismo comunitario.

La página web Tourcert (2020) que reúne a expertos del turismo, la ciencia, el medio ambiente, el desarrollo y la política comprometidos con el turismo sostenible, publicó un artículo dedicado al turismo comunitario donde lo define de la siguiente manera: “es una forma de hacer turismo en la que los viajeros y turistas tienen la oportunidad de irse de vacaciones a regiones rurales para tener un contacto diferente con la población local y conocer sus vidas, cultura y tradiciones de una manera auténtica”.

Este turismo es de suma importancia para provincias cuyo atractivo recae principalmente en la naturaleza y no un turismo urbanizado. Su potencial ayuda a las comunidades más vulnerables a reducir la pobreza, proteger sus recursos naturales y establecer una relación intercultural con los turistas. Este tipo de turismo experiencial que basa su gestión de bienes y servicios en los residentes del destino

turístico se convierte en un catalizador de progreso y crecimiento generando ingresos para el desarrollo de la comunidad receptora que invierte el dinero en mejorar su condición de vida -salud, educación y alimentación- (Ayuda en Acción, 2017).

El turismo comunitario nace de la necesidad de los residentes de compartir su cultura y costumbres, protegiendo su patrimonio y obteniendo ingresos en el proceso.

2.4.2. Turismo de Naturaleza.

Para Antar Ecotono, (2004, p. 14) el turismo de naturaleza se describe como: “Aquél que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza” citado por Vila, Brea & Carril (2012, pág. 61). En este se pueden realizar actividades deportivas de diferente intensidad y riesgo donde se usan los recursos naturales de forma sostenible.

El turismo de naturaleza se relaciona con la sostenibilidad. El ser humano con el pasar de los años y los problemas medioambientales se ha vuelto más consciente de la importancia de dejar una huella ecológica, la cual es un indicador de sostenibilidad a nivel internacional.

La sostenibilidad engloba otro tipo de turismo que brinda conocimiento y conexión con la esencia de la naturaleza donde la OMT señala que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Aceranza, 2016).

2.4.3. Turismo Cultural.

El turismo cultural se define y caracteriza por la búsqueda de conocer, comprender y disfrutar de un conjunto de rasgos y elementos distintivos que caracterizan a una sociedad o grupo del destino turístico.

A la República Dominicana, si algo no le falta, es cultura e historia. La página web Acércate a RD (2015) destaca: “museos que relatan la historia a través de documentos y objetos correspondientes a cada momento histórico del país, como han ido evolucionando las costumbres y tradiciones del pueblo dominicano, así como también sus orígenes”.

¡No hay una sola provincia sin tradición! En nuestro diario vivir acogemos términos de nuestros ancestros indígenas, africanos y colonizadores que distinguen el dominicano en cualquier país.

2.4.4. Turismo Rural.

Este tipo de turismo es una actividad de oferta novedosa que tiende a restablecer las áreas agrícolas deprimidas económicamente gracias a la emigración hacia zonas urbanas. Este turismo equilibra la crisis creando empleos y diversificando los ingresos de los pobladores rurales (El Día, 2011).

El turismo rural también suele asociarse con el **Agroturismo**, ya que este se lleva a cabo en zonas no urbanizadas donde se puede cultivar y criar animales.

La República Dominicana tiene mucha tierra fértil ideal para el agroturismo, aquí se está rodeado de la calma que trae la naturaleza y el acercamiento a tareas

productivas que se realizan en los campos. En República Dominicana se producen alimentos de calidad que se consumen en todo el mundo y a los turistas le interesa ver en qué ambiente se producen semejantes alimentos, por eso se han realizado rutas de cacao, banano, entre otros.

2.4.5. Turismo de Sol y Playa.

Para escapar de un país frío y disfrutar del calor del sol y la playa, República Dominicana siempre es la primera opción por sus hermosas playas de arena blanca y pedregosas, dependiendo del gusto del turista. De aguas tranquilas para relajarse a movidas aguas para disfrutar del surf.

Este tipo de turismo es muy competitivo entre las empresas hoteleras y cada día se hace más difícil diversificar la oferta ya que muchos hoteles se encuentran en una misma costa teniendo que compartir playas. Por eso, los hoteles que se encuentran en esta categoría tienen que cumplir con características distintivas de buen clima, calidad de playas -donde los certificados otorgan prestigio-, servicios turísticos, seguridad, entre otros.

2.4.6. Turismo de salud.

Este tipo de turismo se encuentra actualmente en auge. La Enciclopedia Colaborativa en la Red cubana Enciclopedia EcuRed (2019) refiere del turismo de salud lo siguiente: “está enfocado a un grupo interesado que se desplaza para disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educativas, recreativas y a la vez cuidan su salud”. Los turistas interesados en este tipo de

turismo buscan de climas y ecosistemas benéficos para su salud que no tienen en su lugar de residencia, donde las instalaciones son óptimas y aptas para sus necesidades. Actualmente hay casas de recuperación, como, por ejemplo: “Ortega Medical Spa y Recovery House”, ubicada en Santiago (Hilario, 2019), en estas casas se sigue al pie de la letra las indicaciones del médico y se realizan citas médicas después del procedimiento.

2.4.7. Turismo de Aventura.

La red informativa de turismo y marketing gastronómico, Institucional Dominicana (2019) define: “El turismo de aventura corresponde a actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo”. Las actividades de aventura también pueden darse en el turismo sostenible, pero el turismo de aventura involucra rutas más desafiantes.

El turismo de aventura es excelente para explorar y vivir experiencias únicas, ofrece la oportunidad de gozar los recursos que dispone la naturaleza y aunque no es propiamente del turismo sostenible se pueden complementar ofreciendo también una conexión o unión con el entorno natural.

2.4.8. Turismo Gastronómico.

Este ofrece actividades culinarias y degustación en el destino turístico donde los amantes de la comida y expertos disfrutan de vivir una diversidad de sabores culinarios (Institucional Dominicana, 2019).

En este se visitan restaurantes, bares, cocinas. Además de degustar la comida se aprende a cocinar o conocen los platos típicos y tradicionales.

3. Áreas turísticas más desarrollados de República Dominicana

Para este punto del estudio se acudió a la Mercadóloga Yajaira Abreu quien es encargada de Medios de la empresa Target Consultores de Mercadeo, cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector turístico, con relación a las áreas turísticas más desarrolladas de República Dominicana y de acuerdo con su trayectoria, entiende que las áreas con más desarrollo turístico en el país son:

1. Punta Cana
2. Samaná- Las Terrenas
3. La Romana-Bayahibe
4. Santo Domingo- Juan Dolio
5. Puerto Plata
6. Barahona –el cual destaca que está en crecimiento-.

Como se observa, la provincia de Montecristi no figura entre las principales zonas de desarrollo, en otro punto de esta tesina se desplegarán los pro y contras de su desarrollo.

Siguiendo el modelo de la escala anterior, el Ministerio de Turismo -Mitur- reubica a los polos turísticos basados en los que más servicios turísticos ofrecen de la siguiente manera: el polo turístico Romana-Bayahibe en la posición número dos, Samaná-Las Terrenas en segundo lugar, Santo Domingo-Juan Dolio en tercer lugar y Puerto Plata en quinto lugar (Ministerio de Turismo, 2016).

3.1. La actividad turística desde un punto medioambiental.

El ámbito medioambiental es fundamental para esta investigación como parte de la actividad turística. En este se incluyen tanto el clima, el suelo y las fuentes hidráulicas -ríos, lagos y pantanos-. Normalmente cuando se busca un destino turístico en Internet las primeras fotos del resultado son paisajes naturales altamente envidiables a la vista, que crean una necesidad de estar en ese lugar.

Hemos de tomar el factor medioambiental muy en cuenta para determinar el tipo de turismo e infraestructura turística que se quiere construir a fines del disfrute y ocio del ser humano que no repercutan negativamente en la naturaleza (Villanueva, 2016).

3.2. Beneficios del turismo responsable

El desarrollo sostenible presenta un acercamiento de tres factores: económico, social y medioambiental, los cuales aportan un equilibrio y armonía de intereses. Brito (2016) menciona los siguientes beneficios:

- Asegura el desarrollo compatible con el mantenimiento de los procesos esenciales ecológicos y diversidad biológicas.
- Asegura que todo desarrollo incremente el nivel de vida de los habitantes, que sea compatible con los valores socioculturales.
- Mantiene y fortalece la identidad de las comunidades.

- Asegura que todo desarrollo sea económicamente eficiente y que los recursos naturales ambientales sean administrados racionalmente de tal manera que puedan ser utilizados por las generaciones futuras.

El turismo responsable asegura por lo tanto el desarrollo y crecimiento de un país, pero con una correcta administración es capaz de preservar el ambiente en el que se emplea.

3.3. Impacto en la economía y en la sociedad

En el Sección Actualidad del Periódico El Diario Libre el turismo, según el expresidente Danilo Medina (2010), se ha catalogado como la locomotora de la economía nacional dominicana, gracias a la movilidad que genera el sector en las demás ramas económicas encargadas de dar beneficios a la nación.

El turismo es un factor económico valioso, el cual podría impactar en la economía y desarrollo turístico de Montecristi, veamos el impacto en detalle:

- Origina numerosos empleos en hoteles, guías turísticas, restaurantes y áreas de servicios en general.
- Mayores ingresos para los habitantes, ya que los centros turísticos suelen pagar precios más altos que el promedio nacional.
- Los trabajos del sector turístico también significan educación adicional, ya que generalmente se requiere otras habilidades y se necesita un idioma extra.

- Mejora en servicios públicos. Dado que los visitantes están familiarizados con la comodidad, la expectativa y la demanda, el desarrollo de infraestructura como el tráfico, el transporte público, las comunicaciones, se verá influenciado positivamente en el desarrollo turístico.
- Como los visitantes pueden gozar de los productos que han llegado a conocer en vacaciones, esto puede generar exportaciones.
- Se impulsa la economía local, comprando alojamiento a dueños de hoteles locales.

Como es sabido, la calidad de la experiencia turística depende, no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de las infraestructuras y facilidades disponibles en la sociedad:

- Los empleos formados por el turismo exigen un mayor nivel de educación - idioma extranjero, habilidades de servicio al cliente-.
- La infraestructura respaldada por el turismo brinda un mejor nivel de vida a las personas que no participan directamente en ella. Estos establecimientos pueden incluir: aeropuertos, carreteras, agua potable, gestión de residuos, equipos de comunicación, televisión, radio, electricidad, entre otro.

4. Importancia del turismo en República Dominicana

El turismo es el corazón de República Dominicana, así como los árboles son el pulmón del planeta, dominicana sin turismo muere. El turismo representa nuestra

imagen al mundo y un mal manejo de relaciones públicas podría amenazar la fuente de ingresos del país (Importancia, 2018).

En el 2018, El periódico El Caribe publicó un artículo titulado, “El turismo de RD ocupa primeros lugares de la región en generación de ingresos”, donde dice que, en la actualidad, la República Dominicana constituye uno de los principales destinos turísticos de El Caribe, Centroamérica y Suramérica, en términos de generación de divisas, empleos y aportes al Producto Interno Bruto (Agramonte, 2018).

4.1. Desarrollo local turístico

La actividad turística ha estado ligada fuertemente con el concepto de desarrollo local al ser considerada como una herramienta favorecedora e incentivadora del proceso económico y social. Sin embargo, en muchos de los proyectos turísticos que se desarrollan los beneficios para la comunidad receptora son mínimos e inclusive nulos. Esta situación se presenta por la inadecuada gestión de modelos y proyectos turísticos, que se orientan en un desarrollo turístico que favorezca a la comunidad receptora (Prieto, 2017).

En general, hay tres factores que propician un óptimo desarrollo de los proyectos turísticos en un territorio: el control del destino mediante la colaboración del sector -público, privado y social- en la búsqueda de beneficios conjuntos, el respeto y aprovechamiento adecuado y responsable de los recursos naturales de la

zona e involucrar a la población local en el proceso de planeación y gestión de la actividad turística a desarrollar.

Si se siguen estos factores se garantiza que el turismo contribuye al desarrollo local como una herramienta. Asimismo, este puede de otra forma favorecer la economía de la región.

CAPÍTULO IV.- DESTAPANDO A MONTECRISTI

*¿Cómo olvidarte tierra
que escapas bajo los pies y
no cesas de estar?*

...

*Me toco el corazón y toco tierras
selvas conmovidas por el humo
Y la fiereza del hacha.*

*Huelo pan y cobijas sudorosas
el asiduo café de las mañanas:
hermano pardo de ánima delgada.*

*Toco las cementeras
donde la mano es una con la raíz*

*O con la muerte
Y mi canto huele a cuero
Y a boñigas resacas*

*Y a sol
Ya cambronales crecipientes.*

Manuel Rueda

Fragmento de "Visiones de la Tierra", 1994

1. Antecedentes

Montecristi

La ley declara en 1984 a la provincia de Montecristi como zona turística y años más tarde, en 1993 la coloca como el Quinto Polo Turístico. Una provincia de abundante potencial e innumerables recursos naturales de exuberante belleza. En Montecristi, el turismo podría tener un gran ascenso ya que casi no llueve, y contiene condiciones favorables para los visitantes que van a bañarse en sus aguas marinas (ACOM CARIBBEAN S.A., 2016).

1.1. Antecedentes históricos

Sus comienzos remontan a 1506 con una aldea de pescadores fundada por Nicolás de Ovando, siendo oficialmente fundada en 1533 repoblada por sesenta familias de las islas canarias y la población desde entonces siguió creciendo hasta ser registrada en 1588 como una de las parroquias que conformaban la isla.

Monte Cristi y Puerto Plata fueron destruidas por las Devastaciones de Osorio en 1606 ordenadas por la Corona española para atacar el comercio ilegal en la costa norte de la isla. Las poblaciones, con sus riquezas materiales, fueron trasladadas hacia el este de la isla para fundar Monte Plata. En 1751, luego de años de abandono, fue refundada la villa de Monte Cristi por orden del rey Fernando VI de Borbón, con la intención de aprovechar las ventajas de su ubicación con respecto

al comercio marítimo; la ciudad fue nombrada San Fernando de Monte Cristi en honor al rey Fernando VI.

Manzanillo

En el desplazamiento de estos pueblos las familias cooperaron en la fundación del benjamín³ de los pueblos dominicanos: Manzanillo, donde se encuentra uno de los puertos más equipados del país, siendo el 30 de mayo, despachado el primer racimo de guineo en el puerto de Manzanillo.

Manzanillo en la historia destaca como una de las ciudades con todas las comodidades modernas y un puerto que incentivaba al comercio. Aquí cada finca tenía su Mayoral y a veces su propio play para jugar béisbol. Las casas eran modernas por tener su propia agua corriente y luz eléctrica. La ciudad tenía un buen control de malaria, clubes y campos deportivos, campos de golf, piscina, playas y exhibiciones cinematográficas.

Grenada Company

En el libro, Reminiscencias de un bananero de Fernando de Lara Viñas (2010, pág. 34) afirma: "Montecristi fue la base de desarrollo de la Grenada Company fundada en 1506, en ella se radicaron los departamentos de Ingeniería, Personal Médico, Suministro de Materiales, Transportación, Contabilidad y otros".

³ Benjamín: se refiere a la derecha como símbolo de fuerza o virtud.

Esta compañía se encargaba del estudio del suelo para los cultivos y ayudaba de una forma especial en la política para esos tiempos debido a su ubicación cercana a la frontera haitiana.

1.2. Antecedentes turísticos

Desde los tiempos de Guacanagarix hasta los tiempos de Manolo Tavárez, se practicaba la observación astrológica aprovechando el cielo más despejado y claro. Luego con el pasar del tiempo se empezó a desarrollar la observación botánica, ya que posee una extensa flora endémica; la observación de aves, con una extensa fauna aviar, la pesca deportiva y comercial, por tener un banco pesquero con abundancia de pez espada, marlín, dorado, entre otros.

2. Características demográficas

- Superficie: 1,924.35 km².
- Región: Forma parte de la Región IV - Cibao Noroeste.
- Población: 2010: 57,897 hombres y 51,710 mujeres.
- Densidad: 57.7 habitantes/km².
- Montañas: En el norte de la provincia se ubica la zona occidental de la Cordillera Septentrional o Sierra de Monte Cristi.

- Hidrología: El distinguido río de la provincia es el Yaque del Norte, siendo sus afluentes principales, en esta provincia, Guayubín y Maguaca. Otros ríos son el Chacuey, Aminilla, Cana.

2.1. Población

Según el Sistema Interactivo de Consulta Censo –SICEN- (2010) la población de Montecristi cuenta con 109,607 habitantes. Teniendo en lo urbano una población total de 58,224 y una población rural de 51,383.

3. Aspectos físicos

Montecristi desde el punto de vista físico es una de las provincias más pobres de nuestro país la República Dominicana. Sin embargo, cuenta con una riqueza natural y una localización estratégica de relevante importancia, formando parte de un territorio muy amplio respecto a su formación geológica.

3.1 Condiciones de vida

Las condiciones de vida de Montecristi determinan altas tasas de crecimiento, pero una crítica pobreza. La migración campo-ciudad es uno de los factores principales de que las personas se aislen y no deseen apoyar su desarrollo, cuenta con una

productividad inferior a la del nivel nacional, ya que no cuenta con suficientes oportunidades de empleos y/o actividades en que la comunidad pueda integrarse y aportar.

En general, la condición de vida de la provincia necesita un procedimiento especial por parte de las autoridades encargadas de su desarrollo, pues es necesario mantener la población en el campo dándole las fuentes de trabajo necesarias para su subsistencia, además de las facilidades de educación y salud.

4. Actividad económica

Según Geo Enciclopedia (2019) la actividad económica es un proceso mediante el cual se crea o distribuye un servicio o un producto, con el fin de crear un valor económico. Es parte importante de la identidad de una población y contribuye fuertemente a la economía de ella.

Sector agrícola

El Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (2017, p. 26) creó un Plan de Desarrollo Económico Local de la provincia Montecristi donde destaca que el sector agrícola, encuentra su fortaleza con los cultivos de guineos, mangos y arroz - orgánicos y convencionales. Se puede ubicar la influencia del clúster de banano y de PROMANGO⁴, así como la localización de una Asociación de productores de

⁴ PROMANGO: El clúster del mango dominicano

Arroz -APRANO. Otros tipos de cultivo como plantas aromáticas, cacao, ají y pimientos son encontrados en menor proporción.

La provincia Montecristi tiene un reconocido liderazgo en la producción de bananos en el país, siendo uno de los principales renglones del clúster agropecuario.

Sector logístico

Según El Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (2018, p. 25), el sector logístico, se distingue por contar con el aeropuerto Osvaldo Virgil y el puerto “El Morro”. Ambos con fines turísticos, el primero busca posicionarse como un punto necesario y principal de las islas del Caribe para vuelos privados. El segundo establecerse como alternativa de llegada de cruceros de distintos puntos de las Antillas y exportación de productos agrícolas.

Sector turismo

El sector turismo toma un auge importante en la provincia y más con el Clúster Turístico y Cultural de Montecristi. Existen tres parques nacionales, Parque Nacional Montecristi, Parque Nacional Subacuático y el Morro de Montecristi. Reservas forestales y atractivos naturales como las Salinas de Montecristi, donde se unen la Naturaleza y la tradición.

Producción de sal

Se ha convertido en referente en la provincia, por su ubicación, ya que se encuentra cerca del nivel del mar. Esto permite que el agua entre y se asiente en las terrazas construidas para almacenar la sal del agua evaporada en las más de 300 salinas. Se produce de manera artesanal y es el principal productor a nivel nacional.

Montecristi proyecta pasar de las técnicas artesanales de producción y almacenamiento de sal, a la industrialización del producto. La producción de sal en las terrazas marinas de Montecristi se hace de manera artesanal; el clúster de sal perfila su industrialización mediante una refinería que diversifique e incremente la actividad salinera (Corcino, 2019).

4.1. Actividad turística

Según el Reglamento General de Turismo de La Rioja (2017, p. 3), se entiende por actividad turística como aquella destinada a proporcionar a los usuarios los servicios de alojamiento, intermediación, restauración, información, acompañamiento, ocio o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo. Son acciones encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo y ocio vacacional, distintos a su entorno habitual.

4.2. Actividad gastronómica

En el libro, Turismo Gastronómico Sostenible de Antonio Montecinos Torres (2016) se define como “actividades fundamentadas en el patrimonio cultural material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y/o complementaria”.

Ruta del Chivo

¡Muchas personas se desplazan mensualmente a Montecristi únicamente a comer Chivo Guisado!

Esta ruta hipnotiza al visitante en la tradición gastronómica más famosa de la región, que es el Chivo preparado en todos sus aspectos, con mucho orégano y picante. La variedad de platos es extensa, sin embargo, los más solicitados son el chivo guisado picante, o Chivo al horno (Montecristi Republica Dominicana, 2015).

Ruta Frutos del Mar

Proporciona al visitante una visión de la gastronomía en la provincia, y sugiere saborear los platos elaborados en base a los Frutos del Mar, con sabor criollo. Los platos tradicionales relacionados a los frutos del mar se localizan fácilmente en comedores típicos, restaurantes y hoteles de la ciudad que en su mayoría están ubicados en el área de Malecón.

5. Características ambientales

Las características ambientales abarcan todo lo que forma parte de la naturaleza; seres vivos, clima, recursos naturales, geología, flora y fauna, entre otros. Este compuesto por fenómenos biológicos, físicos y naturales que forman el desarrollo y existencia de la vida.

5.1. Clima

El clima de Montecristi es semiárido con una temperatura promedio de 26.5 °C y un promedio de precipitación anual de 700 mm.

Los huracanes y tormentas tropicales inciden poco en el área de Montecristi, sin embargo, sus lluvias pueden causar crecientes y desbordamientos en el Río Yaque del Norte afectando también su desembocadura. Durante el invierno en algunos años vienen frentes fríos desde Norteamérica, con temperaturas bajas y vientos fuertes. Además, es común el fenómeno del mar de fondo: corrientes frías que vienen bajando desde el Ártico por el fondo marino y emergen cuando chocan con la plataforma insular (Enciclopedia Dominicana SOS, 2018).

5.2. Recursos naturales

La provincia de Montecristi está repleta de lugares que muestran un impresionante potencial de recursos naturales de incalculable valor científico e impresionantes bellezas.

Para las personas que desean entrar en contacto inmediato con la naturaleza, las condiciones paradisíacas de la provincia en el aspecto marítimo son parte del atractivo principal, donde se aprecia la mejor custodiada y extensa barrera de arrecifes coralinos y la uniformidad de su propuesta submarina.

En Montecristi se pueden apreciar interminables manglares bajo nivel pluviométrico anual, los cayos Siete hermanos, hermosas playas, flora endémica, abundantes poblaciones de especies migratorias como las ballenas, delfines, manatíes, meros, tortugas, bubíes, entre otras, y un litoral óptimo para la pesca y deportes acuáticos (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2016).

Esparcidos por toda el área del proyecto se ubican pequeños lugares de gran atractivo natural; estos sitios se componen de centros de recreación de la población local, pero no existen en ellos las facilidades mínimas esenciales. En esta situación se encuentran pequeñas playas» balnearios, observatorios panorámicos, entre otros (Turismo en Montecristi, 2018).

6. Las Joyas de Montecristi

El Morro

El morro cuenta con hermosas vistas que envuelven en su hermosa naturaleza a quien lo visita. Aquí se pueden realizar distintos tipos de turismo como disfrutar de actividades acuáticas de buceo en sus transparentes aguas (Go Dominican Republic, 2020). Posee un ecosistema variado y un afloramiento de piedra caliza que se eleva 242 metros sobre el nivel del mar, rodeado de extensas áreas de manglares. Se suele desplazarse también por sus aguas en bote para observar las iguanas y numerosas especies de aves -garzas, gacetas, ostreros americanos y aves acuáticas, en especial migratorias.



Imagen No. 1 El Morro de Montecristi. Recuperado de:
<https://www.visitarepublicadominicana.org/playa-del-morro-montecristi>

La Casa De Museo De Máximo Gómez

Aquí se reúnen los hechos históricos del Patriota Máximo Gómez donde se reunió junto a José Martí y otros patriotas para redactar el Manifiesto de Montecristi en 1895. También es la casa donde se casó con Minerva Mirabal, y pasó su luna de mie (Diario Libre, 2013).



Imagen No. 1 Museo Máximo Gómez. Recuperado de:

<https://www.visitarepublicadominicana.org/casa-museo-maximo-gomez-y-jose-marti>

Los Cayos Siete Hermanos

Soraya Rodríguez, residente y emprendedora de negocios en Montecristi dice: “Visitar los Cayos los 7 Hermanos no se compara a nada en la República Dominicana, ya que son únicos en todo el sentido de la palabra, en ningún otro punto del país hay 7 islas juntas”.

Los Siete Cayos son hermanos por su similar vegetación integrada por escasos arbustos bajos y espinosos (Perdomo, Arias, León, & Wege, 2010). Sus nombres y características principales son los siguientes son:

- Cayo Torurú: Vegetación escasa conformada por dos estratos
- Cayo Monte Chico: Llano, y rodeado por áreas de playa y arrecifes de coral.
- Cayo Terrero o Tercero: se caracteriza por la presencia de un frondoso ejemplar de cactus cayuco.
- Cayo Monte Grande: Vegetación terrestre sin zonación definida, varios tipos de plantas entre ellas la uva de playa.
- Cayo Ratás: Mayor diversidad de flora, paisajes y fauna marítima.
- Cayo Muerto: escasa vegetación y playas cubiertas de una planta llamada saladilla
- Cayo Arenas: alta zona pesquera e investigación submarina de recreación y arqueológica. Entre sus actividades más populares están el avistamiento de aves migratorias.

En la imagen número 3 se visualiza Cayo Arena y su piscina natural donde se están recreando un grupo de turistas. Este cayo de coloridas aguas verdes y azules, son todo un manjar a la vista. Está ubicado en la Bahía La Isabela conocida por su playa de arena blanca y paisajes agrestes y áridos (Ceslu, 2019).



Imagen No. 2 Cayo Arena. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=RGLqp9LdABg>

Punta Rucia

La hermosa comunidad de pescadores al noroeste de la isla. Aquí se disfrutan kilómetros de playa virgen y hermosas puestas de sol. Pujols (2017) narra: “Sus aguas cristalinas, arrecifes de corales, tupidos manglares y una deslumbrante piscina natural son los atributos de un paraíso. Este lugar costero está ubicado entre dos parques nacionales: El Santuario de Mamíferos Marinos Estero Hondo y el



Imagen No. 3 Punta Rucia. Recuperado de: <https://puntarucialodge.com/>

Parque Nacional Submarino de Montecristi”. Este destino turístico promete encantar al turista con su belleza natural

La Ensenada:

Batista (2018) describe La Ensenada como una playa de baja profundidad ideal para toda la familia. Es uno de los destinos preferidos de los turistas por sus vistas y la tranquilidad de sus aguas.



Imagen No. 4 La Ensenada. Recuperado de:

<https://i.pinimg.com/originals/1f/72/bc/1f72bcb56f589b11b26a54c132a52122.jpg>

Parque Nacional Montecristi

Una zona natural que hace frontera con el país vecino Haití. Ideal para las excursiones, avistamiento de aves, Glamping y picnics. Aquí están la mayoría de los animales marinos como tortugas y manatíes (Luis, 2016).



Imagen No. 5 Parque Nacional Montecristi. Recuperado por:
<https://www.porconocer.com/republica-dominicana/parque-nacional-monte-cristi.html>

El Reloj Público de Montecristi

Este Reloj da acceso a sus visitantes hasta el Segundo Nivel donde se pueden ver el pueblo y las casas de diseño victoriano históricas de la época desde los años 1897. En su estructura de hierro con forma de champaña se encuentran placas que relatan la historia de su construcción, su constructor fue el relojero Jean Paul Garnier (Ortega, 2019).

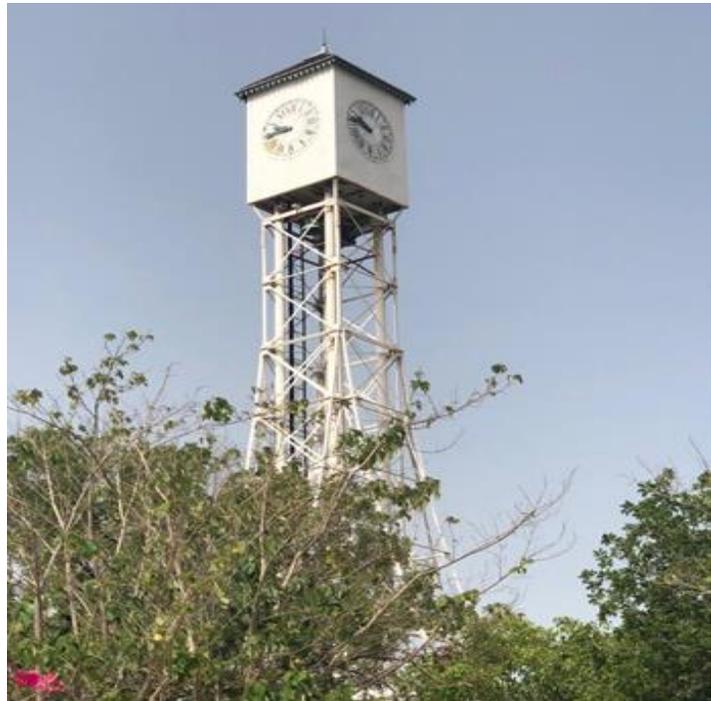


Imagen No. 6 Reloj Público. Imagen de elaboración Propia

6.1. Festividades

Día de San Fernando Rey, patrono de Montecristi

El 30 de mayo se celebra esta festividad donde se desarrollan diversos actos religiosos y recreativos. El primero incluye actos religiosos como novenas, misa solemne y procesión en honor al patrono. En el segundo se incluyen encuentros deportivos, reinadas, bailes, juegos populares y diversos actos culturales (Cemceso, 2006).

Fiestas patronales de Guayubín (Montecristi)

Las fiestas patronales de Guayubín se realizan cada año el 10 de agosto en honor a San Lorenzo. Actos religiosos como novenas, misas solemne y procesión en honor al patrono. También se hacen bailes, juegos populares. Todo un choque de religión y cultura. (Rey, 2020).

El carnaval

Se celebran en febrero cerca de las fechas de la Independencia Nacional y se viven en San Fernando en alegría colectiva. Se realizan reinados, desfiles de comparsas y juegos de toros.

CAPÍTULO V. PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE MONTECRISTI AL AÑO 2020-2025

1. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>Atractivos culturales y naturales declarados Patrimonio Nacional.</p> <p>Recursos con potencialidad turística – Naturales, Culturales e Históricos-.</p> <p>Existe una importante biodiversidad de flora y fauna.</p> <p>Una inmensa producción pecuaria dentro de toda la provincia.</p> <p>Mayor productor de banano orgánico internacionalmente.</p>	<p>La exportación y distribución de diferentes productos para el consumo humano de diferentes lugares del país.</p> <p>El interés de los ciudadanos en participar en actividades turísticas sustentables.</p> <p>Apoyo de instituciones externas relacionadas al turismo.</p> <p>Implementación y desarrollo de proyectos de conservación, gracias a la flora y fauna existente con apoyo del MARENA⁵.</p> <p>Intercambio de experiencias culturales entre turistas y gente propia de la comunidad.</p>

⁵MARENA: Ministerio de Medio Ambiental y Recursos Naturales.

Debilidades	Amenazas
Insuficiente capacidad de innovación y déficit de desarrollo tecnológico.	Falta de apoyo de entidades gubernamentales como la MITUR.
Deficiente promoción de los productos turísticos y falta de infraestructura.	Escasez de promoción turística a nivel nacional.
Proceso lento y complejo de las inversiones en el destino.	Competencia turística provincias vecinas - Puerto Plata, Jarabacoa-.
Falta de iniciativa para el diseño de nuevos productos turísticos.	Falta de profesionales capacitados. Migración campo-ciudad

2. Ganar o perder al explotar el polo turístico Montecristi

La provincia de Montecristi, a diferencia de la Costa Norte, Samaná y la Costa Oriental, el litoral de la línea noroeste, reúne características indispensables e inigualables para el desarrollo turístico como son los bajos niveles de precipitación, zonas primitivas y poco o nada perturbadas, playas hermosas sin el más mínimo nivel de contaminación, alternativas para los recorridos de senderos a pie o en vehículo, observación de aves nativas y migratorias, recorridos en botes, remos o con motores fuera de borda y sobre todo, la gran diversidad de ambientes que le brindan al visitante una parábola muy amplia de alternativas.

En el Decreto 16-93 se ampliaron los límites del parque nacional de Montecristi; para que este polo turístico no corra la misma suerte de los existentes en la costa norte y costa oriental , donde las lagunas han sido rellenadas para instalaciones deportivas y hoteles -Caso Bávaro y Cabarete-, los arrecifes de corales han sido dinamitados -Playa Dorada- o simplemente se han transformado la fisiografía del litoral con la construcción de espigones -Juan Dolió-, por ello, dicho Decreto es una ventaja de este polo para ayudar al desarrollo de las áreas ecológicas (Mitur, 1993).

Las lluvias son escasas por lo que hay un sol radiante casi todo el año y es un atractivo más para los turistas que andan en búsqueda de sol y playa.

Dentro de las desventajas que presenta este polo turístico, podemos citar las siguientes:

- Los hoteles existentes no son suficientes para albergar una cantidad de turistas significativa.
- No se cuenta con un adecuado sistema de agua potable.
- Las redes de tendido eléctrico son muy viejas por lo que es muy pobre el servicio que se ofrece.
- La poca creación de paquetes turísticos destinados a promover las áreas turísticas y ecológicas.

3. Incentivos para el desarrollo y crecimiento de Montecristi

Montecristi, al igual que otros destinos, posee muchos atractivos naturales, históricos y culturales, mas no han sido explotados turísticamente. Esta zona del noroeste de nuestro país posee una muy buena infraestructura aeronáutica, en espera de que sea reestructurada para el impulso del turismo.

En el año 2017 se escuchó, que la Dirección General de Desarrollo Fronterizo - DGDF- y el Instituto Dominicano de Aviación Civil -IDAC- llevaron a cabo los procedimientos necesarios para habilitar el Aeródromo Osvaldo Virgil, convirtiéndolo en Aeropuerto Internacional de Montecristi, el Clúster Ecoturístico de esa provincia también aportó su granito de arena.

“Al ser Montecristi el lugar territorial de nuestro país más cercano a territorio estadounidense es de suponer que el envío de los productos agrícolas que se cultivan en la zona, como el banano, primero en exportación a nivel mundial, aumentaría, ya que los vuelos acortarán el tiempo de llegada a su destino, preservando aún más su calidad”, indicó el director de la DGDF (Redacción, 2017).

Para el 2019 se finalizó lo que es la 2da parte del Parque Solar Montecristi con una capacidad de generar energía fotovoltaica de 103 MWh realizado por la empresa alemana F&S SOLAR.

Por lo tanto, esperamos crear nuevas oportunidades para todos los sectores, en este caso con el desarrollo de la carretera Puerto Plata-Montecristi, la obra vial de 85 kilómetros que unifica a las provincias de Puerto Plata y Montecristi, a través de una hilera de comunidades que incentivará el turismo en las regiones y abrirá las

puertas a la inversión y lanzará el desarrollo a gran escala de esta pujante actividad económica.

4. Instituciones que regulan el turismo en Montecristi

Ministerio de Turismo

El ministerio es la entidad catalizadora del Sector Turístico de la República Dominicana. Entre sus funciones están: Planeación, programación, organización, dirección, fomentación, coordinación y evaluación de las actividades de la industria turística del país, de conformidad con los objetivos, metas y políticas nacionales que determine el Poder Ejecutivo; Determinación y control de los Polos de desarrollo turístico en el país y orientar los proyectos a realizarse en estos (Ministerio de Turismo, 2018).

Asociación Dominicana de Operadores de Turismo Receptivo (Opetur)

Entidad que agrupa aquellos tours operadores que operan debidamente autorizados por el Ministerio de Turismo, y quienes tienen como objetivo común, brindar un servicio de calidad a los visitantes extranjeros que persiguen excelencia en los servicios (Livio, 2018).

Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes, Inc.

Desde su fundación el 18 de junio de 1962, la Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana, quien fuera conocida hasta el año 2010 como la

Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES), ha tenido como propósito ser la entidad cúpula en la República Dominicana de la industria turística, teniendo como propósito la representación de los distintos actores del sector turístico ante instancias locales e internacionales; promover el desarrollo de la industria turística; y procurar la acción cohesionada entre el Gobierno y el sector privado (Asonahores, 2019).

Organización Dominicana de Turismo Sostenible, ODTS

Organización cuyo objetivo general es convencer a la sociedad dominicana sobre nuestra realidad de ser un país netamente turístico, y más aún, reconocer que el modelo turístico asumido hasta la fecha se ha convertido en la más importante actividad económica nacional, no obstante, este turismo padecer de ciertas distorsiones e incapacidades para convertirse en sostenible y mantener su crecimiento económico en equilibrio con el desarrollo social y en armonía con el Eco Ambiente.

5. El talento del capital humano

Atraer y conservar individuos altamente especializados académicamente y con experiencia en el mercado, constituye actualmente el principal desafío de las empresas turísticas.

Los trabajadores que se necesitan para desarrollar el turismo en Montecristi deben reunir unas características muy particulares. Deben ser profesionales que estén orientados a la implementación de programas que incentiven un desarrollo turístico

sostenible en las zonas rurales, ya que Montecristi a diferencia de otros polos no posee edificios ni rascacielos. Que a su vez el porcentaje predominante -al menos un 50%- de empleados resida en la provincia, aunque no presente inconvenientes que pertenezcan a otros territorios del país.

Las decisiones de programas de formación en turismo atañen no sólo a las instituciones educativas, sino también a las expectativas de los profesionales que requieren ser formados y a las perspectivas de las empresas en cuanto a su demanda de capital humano.

El requisito de aproximar la educación turística a los requerimientos de las empresas reclama mirar al tejido productivo. Por ello debe existir una contribución entre las empresas y el poder público para, por un lado, poner en marcha proyectos concretos y por otro, adecuar la legislación a fin de facilitar estas relaciones a través de prácticas en empresas, contratos formativos, ofertas de formación continua y ocupacional, determinados convenios en materia de formación en turismo, entre otros.

Las actitudes para una calidad de servicio al cliente deben estar dentro de la filosofía de las empresas, entre ellas la tolerancia y la capacidad de adaptarse a los movimientos del mercado, a las necesidades y exigencias de los turistas. Por otro lado deben poseer capacidad de toma de decisiones e innovación, que no dependan de la empresa ni de los supervisores para realizar su trabajo o mejorar la prestación de servicios. Es decir, que estén abiertos a nuevas oportunidades de desarrollo y crecimiento dentro de la organización.

CAPÍTULO VI: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Presentación de los resultados

La encuesta es una técnica de investigación cuantitativa que tiene como finalidad la recogida de información procedente de una muestra de población representativa del resto, con objeto de extrapolar los resultados al total de la población (Union Europea, 2012).

El actual capítulo posee el objetivo de exponer detalladamente los resultados que se obtuvieron a través de la investigación realizada, y en base a estos se realizó una representación gráfica de los datos que permitirá presentar mejor y con más eficacia los resultados.

La muestra está compuesta por 385 personas pertenecientes a diferentes grupos sociales.

1.1. Fuente de información primaria: entrevistas en profundidad

Entrevistas en Montecristi

Creemos fundamental focalizar la atención en los actores locales, públicos y privados ligados al turismo de Montecristi. Recaudamos información de sujetos que

están involucrados directamente con la actividad turística de Montecristi y tienen voz y voto para realizar e influenciar en el desarrollo turístico de Montecristi.

Las respuestas y preguntas de esta entrevista son a partir de la percepción y visión de los entrevistados.

Se realizaron tres entrevistas, dos actores públicos con cargos gubernamentales y políticos; y uno actor representante de las Pymes turísticas-acrónimo en español de Pequeñas y Medianas Empresas- de Montecristi.

La primera parte de la entrevista es entorno a la opinión sobre las características turísticas de Montecristi, de esta manera podríamos obtener una información completa sobre los componentes del producto turístico de Montecristi al realizar preguntas descriptivas que abarcan aspectos económicos y sociales. A continuación, se presentan las respectivas preguntas:

- ¿Cuáles son las características demográficas que tiene Montecristi en la actualidad?
- ¿Qué impacto usted considera que el turismo hará en la economía y la sociedad de Montecristi?
- ¿Qué impacto usted considera que el turismo hará en la economía y la sociedad de Montecristi?
- ¿Se refiere usted a Cayo Arena?
- ¿Qué otro aporte artístico tiene Montecristi además del deportivo?

- Además del arroz y el banano, ¿qué otro alimento se produce más en Montecristi en comparación a otras provincias?
- ¿Cuáles son las características de la flora y fauna de Montecristi?
- Montecristi data de mucha historia y es un tipo de turismo que hoy en día atrae muchos mercados, ¿nos puede hablar un poco de eso?

La segunda parte conforma e involucra a la comunidad receptora para identificar el papel que ha jugado en los años y lo que opinan sobre el turismo actual en la provincia de Montecristi, además de las condiciones de vida de sus habitantes. Las preguntas planteadas fueron las siguientes:

- ¿Qué otro elemento usted cree que necesita Montecristi para su desarrollo?
- De acuerdo con la agricultura de Montecristi, ¿dónde usted ve potencial?
- ¿Cuáles son las condiciones de vida de Montecristi según su punto de vista?
- ¿Que tanto ha afectado la falta de infraestructura de hoteles a Montecristi?
- ¿Qué tiene Montecristi para ofrecer en su Artesanía?
- La comunidad de Montecristi, véase, los residentes, ¿cómo se integrarían en el desarrollo?

La tercera parte engloba al turismo sostenible y la responsabilidad que conlleva el mismo, basada en la situación actual y el impacto que tiene el turismo en el medioambiente para indicar las condiciones que tiene Montecristi para adecuarse a

un modelo turístico sostenible. Sobre el medio ambiente y los recursos naturales de la provincia. Las preguntas elaboradas fueron concretas y concisas en este ámbito:

- ¿Qué otros recursos naturales realzan la belleza de Montecristi?
- ¿Cuáles son las características de la flora y fauna de Montecristi?
- ¿De qué forma se puede integrar el turismo sostenible en la provincia?

Por otra parte, se realizaron preguntas de interés sobre las facilidades de transportes en la provincia y desplazamiento. De este modo se realizaron las siguientes preguntas:

- Si el turismo en Montecristi despegara y los turistas desearan desplazarse por la ciudad por su cuenta, ¿hay medios de transportes que lleguen al destino?
- ¿El aeropuerto Osvaldo Virgil es solo de uso interno?
- ¿Qué actividades turísticas se pueden hacer en Montecristi?
- Cómo es un aeropuerto pequeño, ¿cuál sería la capacidad de personas que podría albergar los aviones?
- ¿Qué identificaría a Montecristi para que se llevaran los turistas como Souvenir?
- ¿Qué puede ofrecer la provincia de Montecristi a los turistas?
- ¿Hay alguna caseta de MITUR donde se le pueda dar guía a los turistas?

En relación con las dificultades del destino para posicionarse, se realizaron preguntas orientadas al conocimiento y experiencia de los entrevistados. Era de interés la opinión sobre el impacto que causaría un desarrollo turístico en la provincia y lo que le hace para lograrlo. Por lo tanto, se elaboraron las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se puede impulsar el turismo en Montecristi?
- ¿Qué rol juegan las instituciones públicas y privadas en el turismo de Montecristi?
- ¿Montecristi tiene puertos?
- ¿Qué considera usted que impide el desarrollo turístico de Montecristi?
- ¿Qué organizaciones públicas ayudan al Montecristi en su desarrollo turístico?

1.2. Presentación resultados encuestas

Encuesta: Desarrollo Turístico de Montecristi 2020-2025

1.2.1. Género:

De acuerdo con los resultados que muestra la encuesta, el 62.6% de los encuestados fueron mujeres, siendo el 37.4% restante hombres.

Gráfica 1 Resultado encuestas: Género

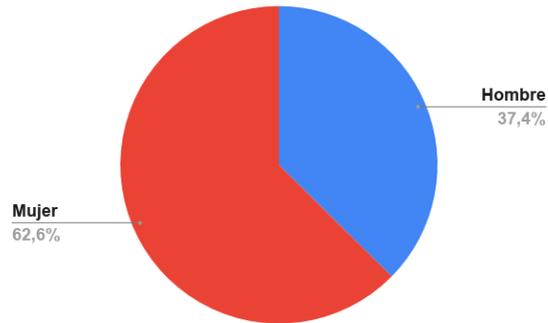


Imagen No. 7 Resultado encuestas: Género.
Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.2. Edad:

La edad media de los encuestados muestreados es inferior a los 25 años mientras que un tercio tiene más de 35 años y menos de la cuarta parte entre 26 y 35 años.

Gráfica 2 Resultado encuestas: Edad

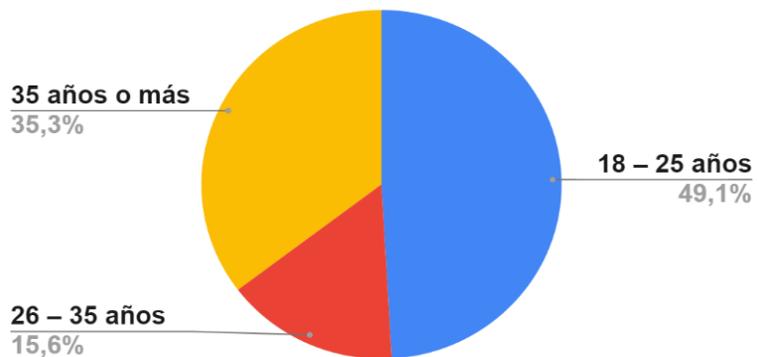


Imagen No. 8 Resultado encuestas: Edad. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.3. Ocupación:

En términos de ocupación, se determina que el 44.9% está trabajando actualmente, mientras que el 30.9% aún siguen estudiando, seguido de que el 14.9% son emprendedores, dueños de negocios quedando solo el 5.7% desempleado.



Imagen No. 9 Resultado encuestas: Ocupación. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.4. ¿Ha visitado alguna vez o reside en Montecristi?

Tenemos al 48.1% de los encuestados que aún no conoce los maravillosos atractivos naturales, culturales e históricos que componen la provincia de Montecristi, aun así, el 43.9% lo ha visitado y conoce su potencial turístico, al igual, que el 5.7% que reside en la provincia, sumando al 2.3% que nacieron allá.

Gráfica 4 Resultado encuestas: Visita o Reside

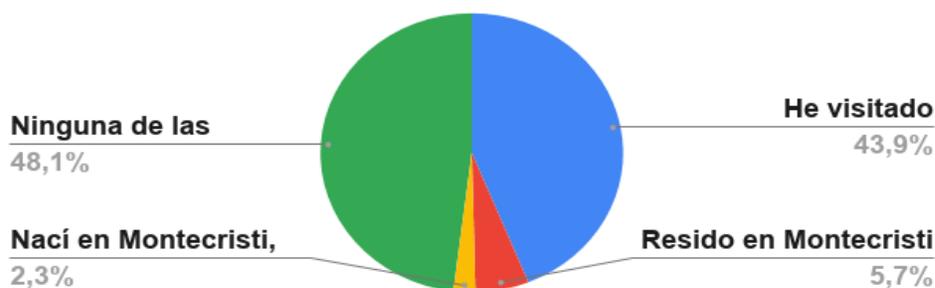


Imagen No. 10 Resultado encuestas: Visita o Reside. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.5. ¿Sabe usted que Montecristi es el Polo Turístico #5 de República Dominicana?

Podemos ver que el 66.0% de la muestra tiene el conocimiento de que Montecristi es el 5to Polo turístico de la República Dominicana, que mediante las promociones turísticas en los diferentes medios de comunicación lograremos que el 34.0% faltante lo conozca.

Gráfica 5 Resultado encuestas: Conocimientos del polo turístico

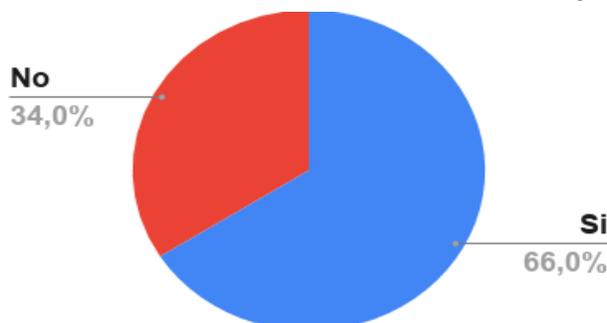


Imagen No. 11 Resultado encuestas: Conocimientos del polo turístico. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.6. ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación considera usted que serían los mejores para promocionar Montecristi?

Debido al avance tecnológico, en la actualidad el mejor medio de comunicación para la promoción turística son las redes sociales, lo cual el 42.8% de los encuestados consideraron que sería el mejor medio para promocionar Montecristi, aun así, el 22.6% prefiere que sea por la televisión, mientras que el 13.7% sugiere que sea más visible haciéndolo en vallas, aunque el 20.9% se mantienen fieles a lo antiguo y votaron por la radio y el periódico.

Gráfica 6 Resultado encuestas: Medios de Comunicación

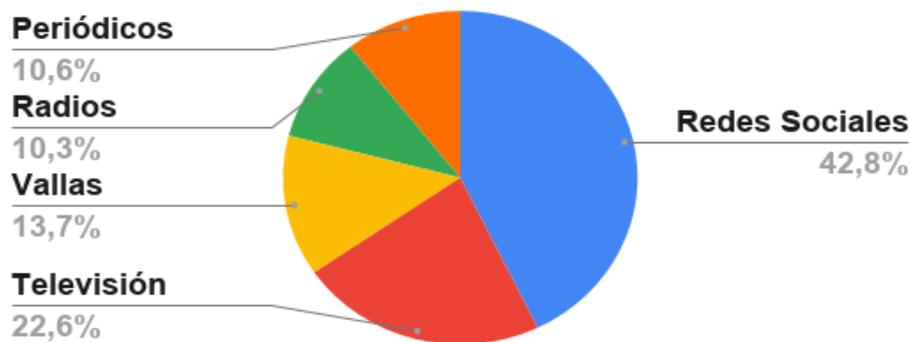


Imagen No. 12 Resultado encuestas: Medios de Comunicación. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en Montecristi?

Observamos Ya que Montecristi consta con bellas playas y lugares de descanso, el 47.3% de los encuestados realizarían el Turismo de descanso en conjunto con el de Sol y Playa, aprovechando de la elevación de 206m del Morro, el 18.1% disfrutarían del Turismo de Aventura, mientras que el 31.9% gozaría de un amplio Turismo gastronómico y aprendería la cultura de la provincia, quedando el 2.7% para relajarse en el ambiente natural de Montecristi con el turismo de salud.

Gráfica 7 Resultado encuestas: Tipos de Turismo

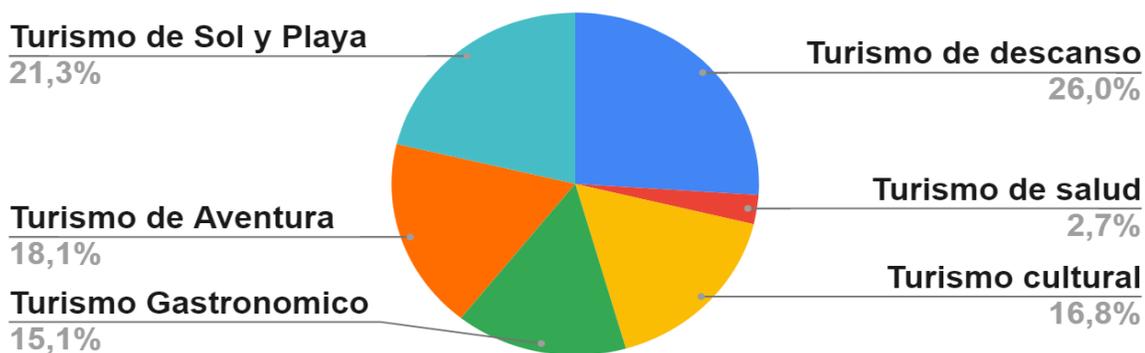


Imagen No. 13 Resultado encuestas: Tipos de Turismo. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.8. ¿Qué factores considera usted que impiden el desarrollo turístico de Montecristi?

Según el 58.7% de la muestra, detalla que el principal factor que impide que Montecristi se desarrolle es la falta de promoción del destino, siguiendo al 37.5% que comenta sobre la baja economía que conlleva al deterioro del acceso vial.

Gráfica 8 Resultado encuestas: Factores que impiden el desarrollo

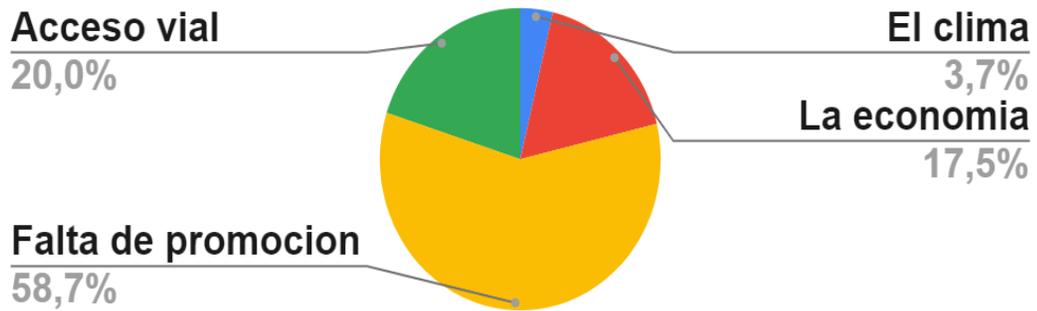


Imagen No. 14 Resultado encuestas: Factores que impiden el desarrollo. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.9. ¿Cuáles de las siguientes atracciones turísticas usted conoce?

Sabemos que El Morro -incluyendo la playa- y Cayo Arena son los atractivos turísticos más conocidos de Montecristi según el 42.3%, pero Punta Rucia, El Reloj público y la Ensenada tienen su reconocimiento por parte del 29.8% de la muestra.

Gráfica 9 Resultado encuestas: Atractivos turísticos conocidos

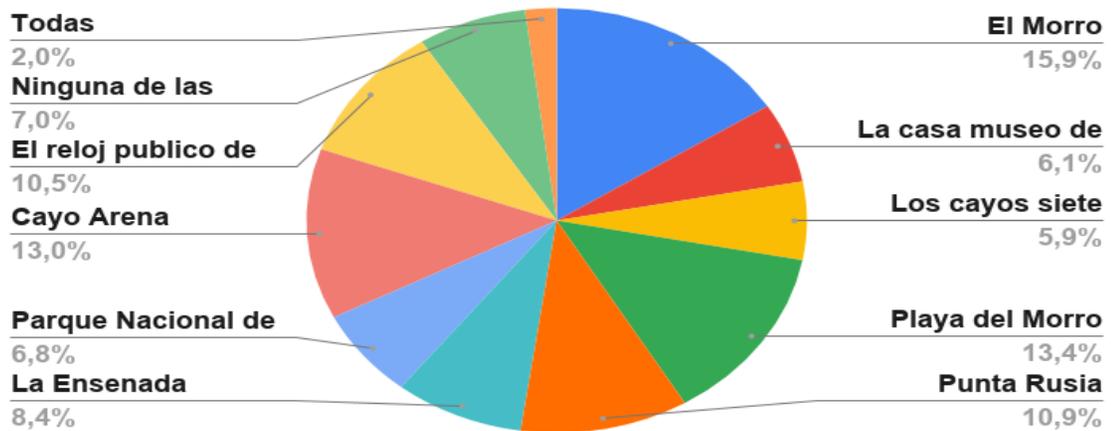


Imagen No. 15 Resultado encuestas: Atractivos turísticos conocidos. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.10. ¿Cuáles de las siguientes atracciones turísticas le gustaría visitar?

Es evidente que la mayor parte de los encuestados desean disfrutar y visitar la diversidad de atractivos turísticos con los que cuenta Montecristi, incentivaremos a ese 1.5% a querer visitar y explorar el potencial turístico que contiene esta provincia.

Gráfica 10 Resultado encuestas: Interés en los Atractivos Turístico

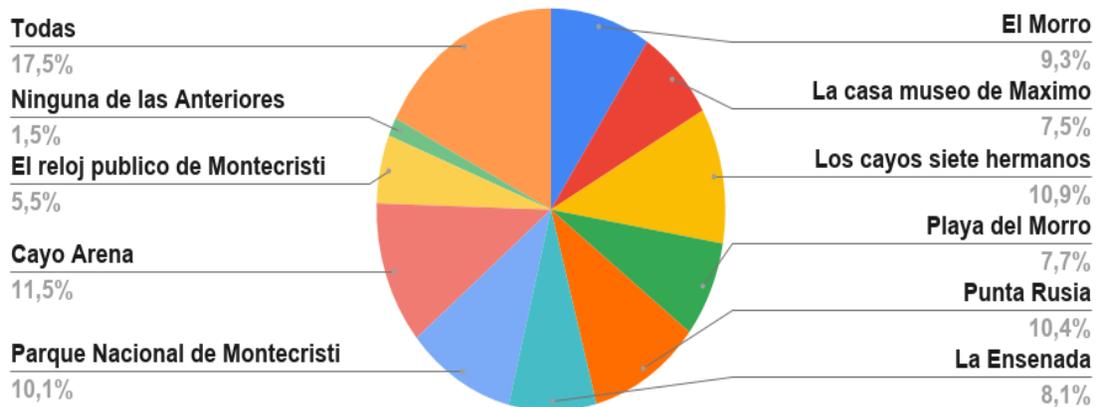


Imagen No. 16 Resultado encuestas; Interés en los Atractivos Turístico. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.11. ¿Considera usted que Montecristi tiene el potencial y los recursos turísticos para ser explotado turísticamente?

Montecristi tiene el potencial y los recursos turísticos necesarios para ser aprovechados considerado por el 76.4% de los encuestados, pero todavía el 22.6% tiene dudas sobre este potencial.

Gráfica 11 Resultado encuestas: Potencial y recursos turísticos

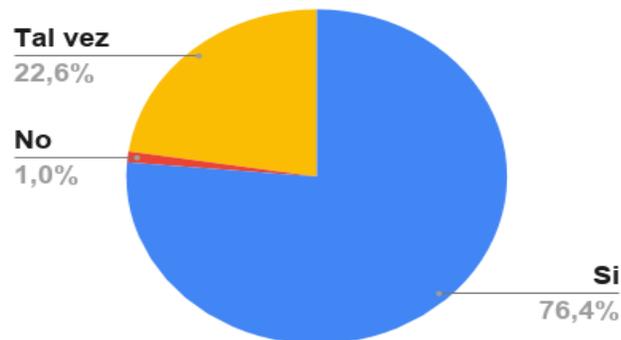


Imagen No. 17 Resultado encuestas: Potencial y recursos turísticos. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.12. ¿Cuáles de las siguientes actividades considera usted que representa la mayor fuente de ingresos de Montecristi?

Los grandes bancos de peces que tiene Montecristi dentro de sus medios de economía hacen que la pesca sea la mayor fuente de ingresos según el 35.1% de la muestra, La Sal, el banano y el arroz son productos que se importan a otras regiones del país, creando así fuentes de ingresos según el 51.2%, quedando la ganadería como último, pero no menos importante fuente de ingresos.

Gráfica 12 Resultado encuestas: Fuente de ingresos.

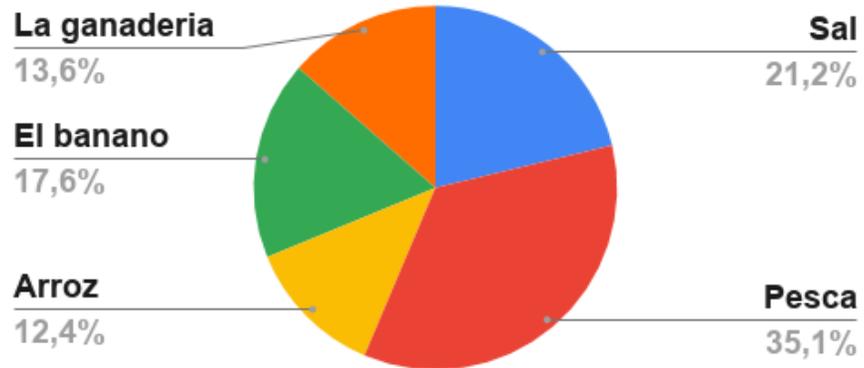


Imagen No. 18 Resultado encuestas: Fuente de ingresos. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.13. ¿Considera usted que el turismo sostenible puede mejorar las condiciones de vida de las personas que viven en las zonas turísticas?

Las condiciones de vida de Montecristi son críticas, teniendo un turismo sostenible y debidamente cuidado optimizaría estas condiciones permitiendo que la comunidad viva mejor, manifiesta el 92.0% de los encuestados.

Gráfica 13 Resultado encuestas: Turismo sostenible

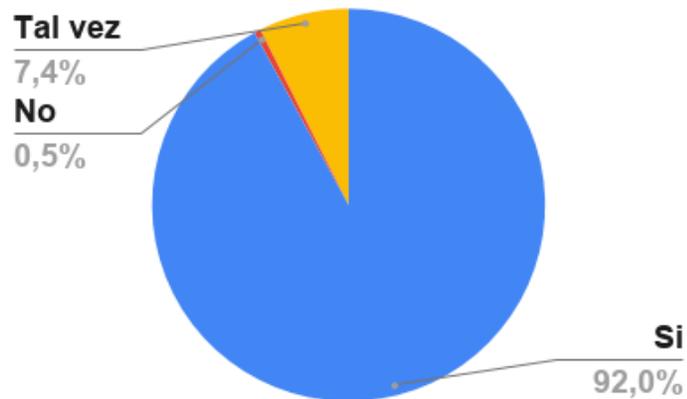


Imagen No. 19 Resultado encuestas: Resultado encuestas: Turismo sostenible. Fuente de ingresos. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.14. ¿Cree usted que sería posible explotar de forma sostenible los recursos naturales de Montecristi para crear infraestructura adecuada para un turismo ecológico?

Aprovechando los recursos naturales que contiene la provincia, el 77.9% de la muestra consideraría que crear infraestructura adecuada para el turismo ecológico ayudaría a impulsar a Montecristi en el ámbito turístico.

Gráfica 14 Resultado encuestas: Posibilidad de explotación de los recursos naturales.

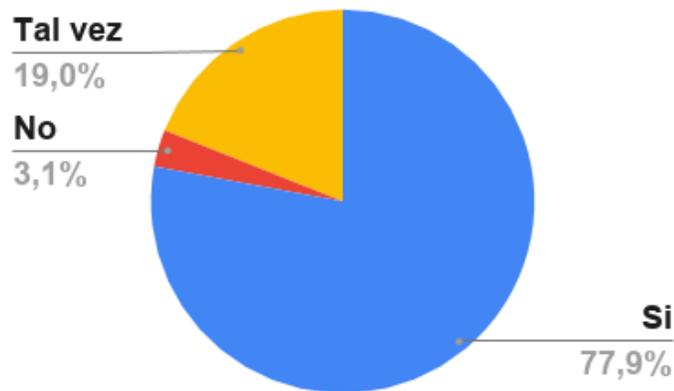


Imagen No. 20 Resultado encuestas: Posibilidad de explotación de los recursos naturales. Fuente de ingresos.

1.2.15. ¿Apoyaría usted un proyecto de turismo ecológico (Ecologde) en el parque nacional Montecristi?

El proyecto de un Ecologde tendría un gran impacto para el crecimiento turístico y al mismo tiempo atraería turistas a esta experiencia con la naturaleza según el 72.7% de los encuestados.

Gráfica 15 Resultado encuestas: Proyecto turismo ecológico

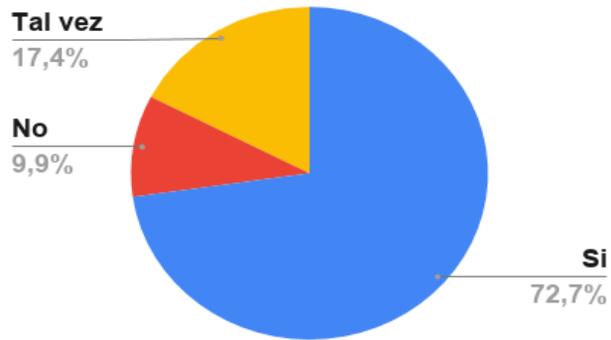


Imagen No. 21 Resultado encuestas: Proyecto turismo ecológico. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.16. ¿Considera usted que el desarrollo de Montecristi ayudará en la economía de la República Dominicana?

El turismo es una de las actividades económicas más importantes del país, ya que genera grandes ingresos y propuestas de empleos, con Montecristi desarrollado según el 92.7% de los encuestados, impulsaría a la República Dominicana aún más en el ámbito económico.

Gráfica 16 Resultado encuestas: Desarrollo económico Montecristi

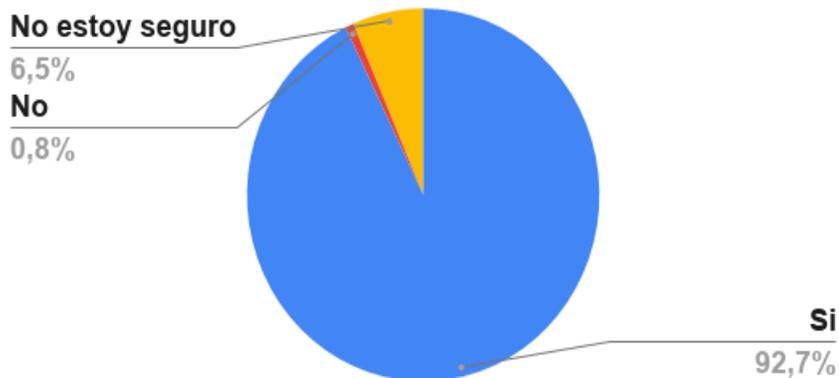


Imagen No. 22 Resultado encuestas: Desarrollo económico Montecristi. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

1.2.17. ¿Ha escuchado alguna vez una de estas festividades llevadas a cabo en Montecristi?

Se demostró que las festividades de Montecristi no son conocidas por el 54.4% de la muestra, las más conocidas según el 32.7% son las Fiestas patronales de Guayubín y el Día de San Fernando, con más promoción sobre estas festividades haremos que los demás las conozcan.

Gráfica 17 Resultado encuestas: Festividades Montecristi

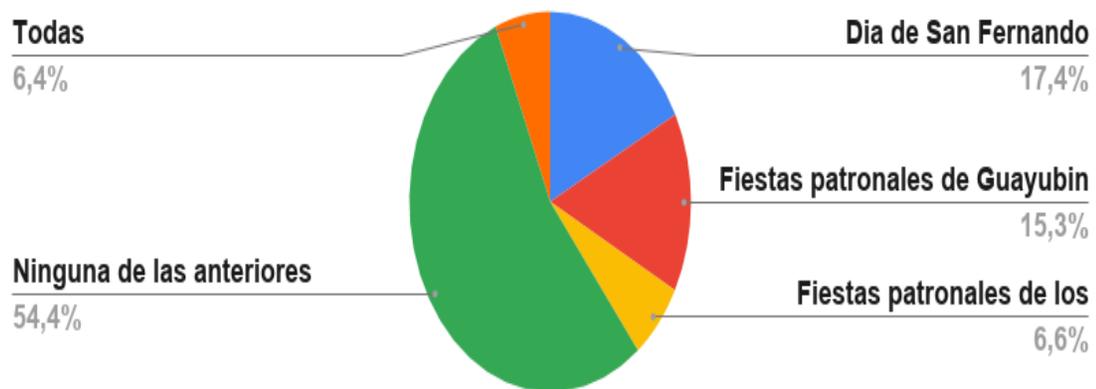


Imagen No. 23 Resultado encuestas: Festividades Montecristi. Fuente: Aplicadas a personas directas e indirectas al turismo.

2. Análisis de resultados

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta tesina, se hizo un desglose con la información obtenida mediante las entrevistas y encuestas realizadas. El análisis de datos de esta investigación es de tipo descriptivo y de correlación en donde se analizan cada una de las preguntas.

2.1 Análisis de las entrevistas

En los siguientes cuadros se refleja de forma cuantitativa la temática de las preguntas a los entrevistados(a) según su perfil.

Cuadro 1. Subtemas variables de la entrevista

Temáticas/componentes					
Industria Turística	%	Comunidad local	%	Medio Ambiente	%
Historia de turística de Montecristi	10.34%	Historia profesional del entrevistado	6.90%	Opinión sobre la contribución del turismo sostenible	6.90%
Imagen turística	10.34%	Opinión de la situación actual	6.90%	Opinión sobre implementación de infraestructura	3.45%
Producto turístico	17.24%	Integración en actividades turísticas	10.34%	Opinión sobre estrategias sostenibles para Montecristi	6.90%
Sub-total	27.68%	Opinión política	6.90%	Sub-total	17.24%
		Opinión sobre el turismo comunitario y sus beneficios	17.24%		
		Visión del desarrollo turística	10.34%		
		Sub-total	51.72%		

Imagen No. 24 Tabla de temáticas/componentes Fuente: Elaboración propia

El cuadro refleja de forma cuantitativa las preguntas efectuadas a los entrevistados(a), las cuales se iban formulando según su perfil. En la gráfica se refleja con mayor frecuencia en las entrevistas la sección de la comunidad local, con un 51.72% de las preguntas. Aunque esto no significa, en ningún caso, que la información recopilada sobre la comunidad haya abordado con mayor profundidad el resto de los puntos mencionados. Hay que destacar que estos datos representan que los entrevistados estaban capacitados para argumentar su visión y responder las preguntas de ámbitos turísticos ya que además de que viven en el territorio, son parte del sector y contribuyen en su desarrollo.

De acuerdo las respuestas obtenidas durante las entrevistas se determinan que la clave del desarrollo turístico de Montecristi es la comunidad local. Esto se debe a que los habitantes de Montecristi son los que se encargan de la producción de los productos agrícolas; como la sal y el banano que son únicos y parte del atractivo turístico. Para Montecristi es una necesidad que la comunidad se identifique como parte del producto y atractivo turístico, pues de ella dependerá la producción, gestión de bienes y servicios para incrementar la demanda turística. La actitud que tome la comunidad de Montecristi para desarrollar el turismo puede ser el punto de partida para destacarse entre los demás polos turísticos y ser uno de los más visitados del Caribe por un tipo de turismo cultural y rural.

Asimismo, se destaca que debido a la condición de vida de la comunidad de Montecristi es crítica por la falta de proyectos turísticos que alcancen su última fase

para la fijación de empleos, dando como resultado el desplazamiento de personas a zonas urbanizadas.

Por último, entendemos que la provincia de Montecristi posee una historia turística y deportiva que debería de llegar a los turistas nacionales. Asimismo, debe de obtener el reconocimiento de sus productos agrícolas para atraer turistas naturalistas interesados en la agricultura. Esto favorecería a la comunidad ya que ambas partes se beneficiarían de la producción, recolección y aprendizaje sobre los alimentos.

Perfil de los entrevistados

Cuatro 2 Entrevistados del sector público

Cargo	Entrevistas
Autoridad local (Alcalde Política)	1
Gobierno (Gobernador civil de Montecristi)	1
Empresa turística (Propietaria empresa turística)	1
Total	3

Imagen No. 25 Tabla del perfil de los entrevistados. Elaboración

En el Cuadro 2 se puede observar que las personas entrevistadas forman parte del sector público. El 66.66% de los entrevistados corresponden a instituciones públicas y del estado. Por otra parte. El 33.33% de los entrevistados está a cargo de empresas turísticas.

2.1 Análisis resultados de las encuestas

Dentro de los resultados obtenidos podemos identificar que el 95% de las personas están de acuerdo con promocionar Montecristi para ser impulsado turísticamente, y que las personas pueden disfrutar de sus recursos naturales, gastronomía, festividades, bellezas históricas entre otros.

También se destaca que las condiciones de vida de la comunidad de Montecristi mejorarían gracias al proyecto de un turismo comunitario, mediante el cual se desarrollara un turismo sostenible y ecológico, que, a su misma vez, impulsaría la economía de Montecristi por la creación de empleos.

A Montecristi le falta la promoción e infraestructura, ya que sus atractivos turísticos son conocidos por lo bien protegidos que se encuentran, sobre la infraestructura nos encontraremos con la creación de un Ecogede para recibir ese tipo de turista que le encanta estar en conexión con la naturaleza.

Una comprometida enseñanza a la comunidad de Montecristi sobre su valor turístico y natural ayudara a que ellos estén preparados para la diversidad de turistas que visitarían la provincia.

Por último, determinamos que los servicios deben están en perfectas condiciones y preparados para cumplir con las demandas de los visitantes.

CAPÍTULO VII: PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE MONTECRISTI

1. Propuesta metodológica para el desarrollo de Montecristi: “Paseo Artesanal”

Es necesario explicar ¿Por qué la provincia que abre sus puertas a visitantes para ofrecerle días de descanso y conexión a la naturaleza al lado de una cálida playa de arena blanca necesita una propuesta metodológica? Una propuesta metodológica es una propuesta alternativa de enseñanza-aprendizaje, mediante la implementación de cuatro aspectos estratégicos de la educación, cada una de estos representa las bases de la metodología: integración de las teorías de aprendizaje, didáctica de las ciencias, exploración con fichas de trabajo y aplicación en prototipos (Montealbán, 2015).

Se pretende fomentar, difundir y promocionar la artesanía tradicional de la provincia de Montecristi. En las cuales se destacan la artesanía en Caracoles, -imitaciones de aves en caracoles, pulseras y adornos, La artesanía en Piel, -Caretas de carnaval en miniatura, entre otras. -Creaciones autóctonas⁶, elaboradas con materia prima que brinda la naturaleza-. Como es la alfarería, al igual que los sombreros de playa, bolsos, lámparas, cafeteras, mini-casitas decorativas, mini sillas, mini-mecedoras, bandejas y llaveros, entre otros artículos que identifican la provincia. Así como las artesanías contemporáneas y la dulcería criolla. Esto atraerá más

⁶ Autóctonas: Que es propio de la población nacida de ese lugar.

turistas interesados en el aspecto cultural de la provincia y contribuirá con el proceso productivo al ingresar más recursos para el desarrollo turístico de la provincia y para la sostenibilidad de los lugareños.

Actualmente no se cuenta con un lugar debidamente organizado para atender la demanda de los servicios turísticos, artesanales, gastronómicos y culturales, que respondan a la necesidad del desarrollo turístico comunal.

Por tanto, incentivar este oficio artesanal rescata nuestra identidad nacional y encarece nuestras tradiciones como dominicanos, y motiva a los turistas a llevarse un recuerdo artesanal o gastronómico del Paseo Turístico Artesanal.

El paseo turístico artesanal será un sitio permanente de exposición y venta para la promoción y difusión de las creaciones de los artesanos el cual estará abierto todas las épocas del año para aprovechar el paso de los viajeros, turistas y visitantes que transitan por la costa norte del país, dando a conocer las piezas a precios de fabricación y sobre todo con elementos de identidad cultural que identifican a los grandes creadores populares que tiene este municipio.

Detrás de cada pieza hay muchas horas de entrega, pero sobre todo de pasión por el arte. De igual forma, más que un sitio de venta sería también la posibilidad de encuentro entre los propios artesanos y los turistas. Así, la comunidad tendría la oportunidad de recomendar lugares turísticos y también conversar con los turistas y visitantes acerca de la cultura e historia de Montecristi. Ubicado en el parque central de la provincia donde se encuentra el Reloj Público.

El impacto que se obtendrá al establecer este proyecto es el desarrollo de la historia y el turismo local, también el fortalecimiento del área artesanal, porque es una iniciativa turística haciendo memorable la participación y protagónica de los habitantes de esta localidad, reconociendo el gran potencial histórico para el desarrollo turístico.

Objetivos

1. Unificar la imagen de la cultura local y artesanal, para que se preserve la historia local y los turistas puedan disfrutar de ella.
2. Brindar a los artesanos una opción para ofrecer sus creaciones en un lugar digno y con estilo colonial.
3. Aprovechar los recursos turísticos existentes en la provincia.
4. Proyectar nuestra diversidad cultural.
5. Conformar un atractivo turístico de visitar en la provincia de Montecristi.

En conclusión, permitirá beneficiar a toda la población de Montecristi, tanto a los artesanos como a los miembros de la comunidad. Les permitirá exponer y vender sus productos sin necesidad de trasladarse a otras regiones. De igual forma, otorgara a los visitantes y turistas el beneficio de acceder con mayor facilidad a determinados artículos elaborados en la población y a las actividades turísticas locales, por otro lado, la misma brindaría una mayor grandeza a la comunidad dando a conocer la historia y la localidad con sus bondades y beneficios.

2. Propuesta “Ruta de Carnaval de La Vega a Montecristi”

Montecristi y La Vega podrían llegar a ser color del carnaval dominicano.

El Carnaval de Montecristi se realiza en la comunidad de San Fernando que está a 47 minutos de La Vega como se muestra en la siguiente imagen:



Imagen No. 26 Mapa de distancia. Elaboración propia.

Considerando la cercanía de estos dos sectores y la reputación del Carnaval Vegano, si se hace una fusión de ambos se obtendría una explosión de colores, cultura y sonido.

Por eso proponemos hacer una fusión de ambos realizando la ruta: “De La Vega a Montecristi, El Carnaval”. Este carnaval lograría sacar a relucir lo mejor de carnavales en una competencia sana que sea atractiva al público. Los turistas disfrutarían y conocerían lo que las dos tienen para ofrecer.

Para esta ruta se requiere la organización y distribución organizada de las actividades principales de los carnavales que se estarían realizando en una duración de cuatro semanas iniciando el primer domingo de febrero y culminando el último domingo del mes en curso. La distribución de los eventos principales durante las cuatro semanas se organizó de la siguiente manera:

- Primera semana: En la Vega, se organizará un recorrido al Museo del Carnaval Vegano y luego se desfilarán los diferentes disfraces de Montecristi como la provincia invitada. En este proceso se hará el espectáculo de latigazos característicos de los Toros de Montecristi. El cierre de la semana será con el cantante dominicano Toño Rosario.
- Segunda semana: En San Fernando Montecristi con el espectáculo de los Diablos Cojuelos como el símbolo icónico del carnaval dominicano. Se realizará el certamen del reinado donde las reinas adultas seleccionadas de sus provincias desfilaran sus mejores vestidos para que una de las dos sea seleccionada como Miss Carnaval. Este mismo procedimiento aplica para la Reina Infantil y el Rey de Carnaval. En la noche será el concierto de Mozart La Para y un Dj dominicano.
- Tercera semana: En La Vega, esta semana es la más famosa por desplazar mayor cantidad de personas, se harán tours y sesiones fotográficas con los disfrazados completos de ambas provincias. Esta semana cierra Chiquito Team Band.
- La cuarta y última semana, se premiará a la mejor comparsa del año. Desfilaran nuevamente Miss Carnaval, la Reina Infantil y el Rey del Carnaval

en carrocerías decoradas. Esta última semana se cierra con el concierto de los artistas Omega, Miley Quesada y Juan Luis Guerra con fuegos artificiales.

A continuación, se presenta la publicidad del evento que se publicarían en las redes sociales con el hashtag “#CARNAVALFUSIÓN” a fines de crear tendencia y atraer al público nacional e internacional:

#CARNAVALFUSIÓN  

LA VEGA - SAN FERNANDO



¡DE LA VEGA A MONTECRISTI, EL CARNAVAL!



FUSIÓN DE COLOR
Del 7 al Domingo 28 de Febrero 2021

Imagen No. 27 Publicidad ruta del carnaval de La Vega a Montecristi.
Elaboración propia



Imagen No. 28 Imagen de Publicidad Ruta del Carnaval de La Vega a Montecristi.
Elaboración propia

Un poco de historia del carnaval vegano y montecristeño:

El Carnaval Vegano:

El carnaval Vegano inició en el año 1520, cuando los residentes se disfrazaban como musulmanes y cristianos, pero no es hasta el año 1947 que se hace una tradición en el pueblo de La Vega. Las caretas son muy elaboradas y en algunos casos tienen mandíbulas móviles, el pantalón es ancho y ajustado a los tobillos. En

el 2005 se realiza la primera transmisión internacional del Carnaval Vegano por el canal Televisión Dominicana (Acosta E. , 2020).

Carnaval de Montecristi:

Una de las fiestas más coloridas de Montecristi. El carnaval se reproduce un enfrentamiento simbólico entre dos grupos: Los Civiles y Los Toros. El protagonismo lo tienen Los Toros y la lucha con el bando contrario se da con látigos. Los Civiles portan estos látigos y hacen caer y caer los golpes sobre los Toros que llevan puestos una careta. La intención es asustarlos o romper esa careta o hacerlos caer al suelo y corren con la ventaja de que los toros no pueden darles latigazos a los Civiles por sobre los hombros. La máscara que llevan los Toros es la de un lechón. Los Civiles no están disfrazados y por eso mismo cuando reciben latigazos se lastiman. Por supuesto, el ganador del enfrentamiento entre Toros y Civiles es quien soporte más los golpes (Castillo, 2019).

Esta propuesta representa para Montecristi el reconocimiento turístico de su carnaval montecristeño y el establecimiento de una nueva actividad dominicana con oportunidades de alcanzar un público internacional. Es importante la colaboración de las provincias para un fin mutuo donde ambas saldrían beneficiadas en el desarrollo turístico, de realizarse esta propuesta se lograría adquirir ingresos a través del consumo de bienes y servicios durante el carnaval.

3. Propuesta: “Sabrosa Ruta del Banano”

La historia del Banano y guineo que se cultivan en Montecristi son atractivas para los turistas que buscan aprender sobre este alimento que es conocido mundialmente. Este fruto está presente en numerosas recetas en toda América Latina.

De la producción agrícola de Montecristi el 55% corresponde al banano, con un promedio semanal de 322,369 cajas, es decir una producción de 6,189 toneladas a la semana de acuerdo con el estudio técnico de inversión de la Cadena de Frio para el banano de exportación (Revista Mercado, 2018). Las Plantaciones del Norte poseen la mejor infraestructura para conservar el banano cerca del Puerto Manzanillo, convirtiéndose de esta manera en el mayor productor de banano en todo el país.

Actualmente no existe una ruta del banano. Sin embargo, en la página web “Ven a Montecristi (2018)”, en la sección de Atractivos Turístico “Ruta del Arroz y el Banano” se plantea la disposición de las fincas bananeras y de arroz para coordinar visitas con una duración de cuatro horas.

Por lo tanto se plantea esta propuesta como un proyecto específico titulado “Sabrosa Ruta del Banano”, la cual puede atraer un nicho agroturístico así como también a cualquier visitante interesado en la historia y cultivo de esta exótica y deliciosa fruta, donde se abarcarían desde los procesos del cultivo, cambios de color del fruto hasta las características de la planta que lo produce.

Según el sitio web Cocina y Vino (2020) entre las siete comidas más populares, tres son de países latinoamericanos -mexicana, española y peruana. La comida latina vendría siendo una de las más famosas y deseadas por todo el público. Entonces, ¿por qué no le dejamos saber al mundo cómo se produce el alimento que figura en sus recetas? Si aprovechamos nuestros recursos y nos dirigimos a un mercado agroturístico-histórico podríamos enseñarles a los turistas la historia del banano y sus diferentes cepas junto a su producción y procesos de cultivo.

La historia del banano se mostraría como la joya sabrosa que es. Un fruto traído a la “Hispaniola” desde las Islas Canarias por Fray Tomás de Berlanga, obispo de Panamá en el año 1516. Esta fruta era desconocida hasta el 1866, siendo el inicio de su negocio en el año 1870, cuatro años después de ser reconocida con las operaciones de Boston Fruit Company. También se destacarían las formas en la que se transportaba en embarcaciones a largas distancias en aquella época. Su consumo alcanza billones anualmente, por lo tanto, no es de extrañar que la banana se considere el fruto número uno en América.

En la ruta del banano se desplazaría a los turistas por el campo donde podrían ver que no crece en árboles, ahí observarían la planta perenne y gigante en la que crece continuamente. En el pueblo de Montecristi se dice que: “donde despegan una crece la hermana”, este dicho se refiere a que al tomar un banano de la planta el siguiente crece en el mismo lugar.

En la ruta los beneficios de la comunidad local no solo es adquirir ingresos sino recibir ayuda de los turistas en el proceso de recolección del banano. La comunidad

receptora se encargaría de asistir a los turistas en el proceso de crecimiento y plantación, ayudarían a enseñar los adecuados métodos de cultivo y serían los encargados de gestionar el consumo de alimentos de los turistas que permanecerían por un plazo determinado en la provincia.

La duración de esta ruta sería de cuatro horas, Montecristi tiene otras plantaciones de productos agrícolas como es el arroz y el cultivo aloe vera. Este producto se puede añadir a la ruta como una visita rápida de una a dos horas a las plantaciones donde estarían a la venta con el objetivo de apoyar a los agricultores y a la comunidad.

A continuación, se presentan posters como publicidad digital en redes sociales:



Imagen No. 29 Poster Ruta del Banano. Elaboración propia.



Imagen No. 30 Poster Ruta del Banano. Elaboración propia.

4. Promoción del producto turístico online

El objetivo de esta propuesta es lograr unificar los diferentes servicios hoteleros, gastronómicos, culturales e históricos que tiene Montecristi mediante las redes sociales. Para lograr disminuir el 7% del resultado de las personas encuestadas que no conocen las joyas de Montecristi – aumentando la popularidad.

Actualmente la sociedad está más conectada que nunca a la red, si se aprovechan los medios gratuitos que tenemos a mano podemos llegar a los diferentes nichos turísticos -rural, histórico, aventura, salud, gastronómico y deportivo.

Las redes sociales como Instagram y Facebook son las que están en el foco de la mayoría de los consumidores. El diseño, la creatividad y la estética del contenido define el tiempo que invierten en la información proporcionada.

Con esta propuesta combinaremos las redes sociales con el turismo para crear demanda turística en el destino y dar a conocer la provincia de Montecristi mediante la creación contenido y productos turísticos -concursos, sorteos, ofertas. Se utilizarán las mejores estrategias de marketing turístico para crear una tendencia y llegar al público objetivo y diversificar la oferta. Entre ellas:

- Creación de cuentas de Instagram y Facebook cuyo diseño sea atractivo para el público donde se publicarían fotos de los destinos turísticos que representan el esplendor de la provincia Montecristi y personas disfrutando de ellos.
- Se influenciaría a los turistas cuando visiten Montecristi usar el hashtag: #DESTAPANDOMONTECRISTI. Para crear tendencia como una de las estrategias de esta propuesta.
- Haciendo uso de las opciones de “compartir” de Instagram, se enlazarían las historias de esta aplicación a la página de Facebook donde también se presentarían las imágenes de Instagram en el “Feed⁷”. Con este siempre habrá dinamismo y contenido en ambas redes.
- En Facebook e Instagram colaboraríamos con distintas empresas del sector turístico en Montecristi -hoteles, restaurante, agencias de viajes, entre otros-

⁷ Feed: contenido en internet que puede exportarse a otros sitios webs.

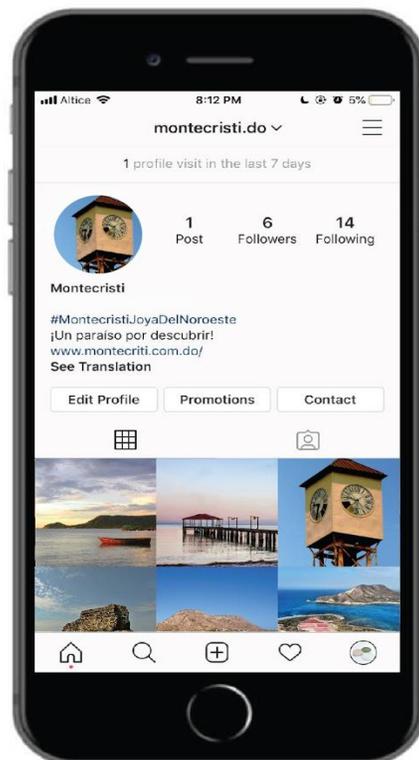
a fin de facilitarle informaciones rápidas a los futuros turistas. Entre ellas el Hotel Marbella y Soraya &Leonardo Tours.

- En Instagram se realizarían sorteos y concursos para atraer el mercado a las diferentes actividades festivas y culturales que se llevarían a cabo en Montecristi para crear popularidad. Por ejemplo, se sortearían cuatro boletos a la ruta de carnaval: “De La Vega a Montecristi, El Carnaval” -una de las propuestas presentadas en esta tesina. Para participar solo tendrían que seguir nuestra página de Instagram, darle Me gusta a la foto, compartirla en sus historias y etiquetar a sus amigos. Así las publicaciones alcanzarían más personas. A continuación, presentamos el diseño de las redes sociales en la cual consideramos importante el apoyo y reconocimiento de nuestros compañeros universitarios, por lo tanto, el modelo del diseño fue realizado por la publicista Wylda Rodríguez (2019). La paleta de colores y las fotografías representan y realzan con sus colores cálidos y vibrantes la belleza de la provincia Montecristi.

Montecristi

Adaptaciones digitales

Perfil de Instagram



Publicidad en historias de Instagram con link a la página web

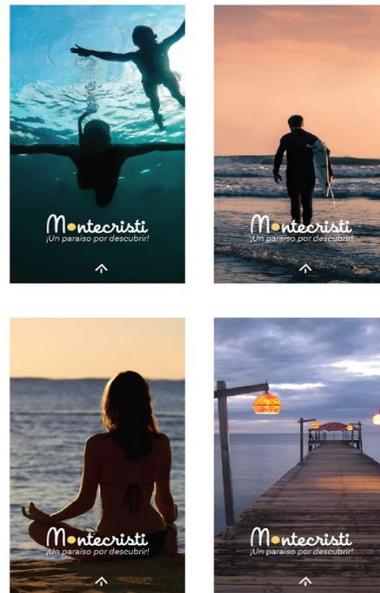


Imagen No. 31 Diseño de Instagram. Recuperado de: Campaña para el fomento del turismo en la provincia de Montecristi, Rep. Dom. Año 2019

Montecristi

Adaptaciones digitales

Perfil de facebook



Publicación en facebook



Imagen No. 32 Diseño de Instagram. Recuperado de: Campaña para el fomento del turismo en la provincia de Montecristi, Rep. Dom. Año 2019

¡RÍETE DEL FUETAZO!

**DE LA VEGA A
MONTECRISTI, EL
CARNAVAL**

**Sorteo para tí y un
acompañante,
participa y ganate dos
boletos**

#DESTAPANDOMONTECRISTI



Imagen No. 33 Diseño Sorteo en redes sociales. Elaboración propia.

4.1. Presupuesto de anuncios en los medios

En la actualidad muchas empresas hacen uso de los anuncios con el objetivo de llegar a más personas (Medium, 2018). Los factores que interfieren en el alcance de personas en Instagram son:

- Determinar el público, si está definido entre edad, sexo y edad. Es más probable que alcance más personas.
- Fechas de publicación, pautar cerca de fechas importantes -navidad, Halloween, entre otros.
- Medio de pauta, saber si es como historia/estados o durante la navegación en el Feed.

Para Facebook es un poco más complejo. Máñez (2019) expone que interfieren en el alcance en la elaboración del anuncio los siguientes puntos:

- Imagen o el vídeo.
- El titular.
- El texto.
- La descripción.

4.1.1. Redes Sociales

Instagram:

- Por un mes:
 $US\$2.5 \text{ al día} \times 30 \text{ días} = US\75
 $RD\$ 4,050$
 Visitas de perfil durante la promoción: 10,000 - 15,000
- Por un año:
 $US\$2.5 \text{ al día} \times 300 \text{ días} = US\750
 $RD\$ 40,500$

Visitas de perfil durante la promoción: 120,000 - 180,000

Facebook:

- Por un año:

US\$ 1.21 x 300 días = 363

RD\$ 19, 602

1 post semanal 8,000 – 10,000 visitas al perfil

Visitas durante la promoción: 300,000 – 600,000

Total de Promoción en las redes sociales: RD\$ 60102

4.1.2. Vloggers

Los vloggers a diferencia de lo bloggers -que suben blogs en páginas web- hacen videos y los suben a Youtube u otras redes sociales donde sus seguidores y otras personas interesadas pueden ver su experiencia e interacción con el producto o destino del que se está haciendo el video.

Los vloggers se consideran como un punto importante para la promoción turística de Montecristi ya que con su influencia en las redes sociales bajo los criterios que necesitamos pueden crear la necesidad de visitar el turismo turístico que es Montecristi.

En esta parte de la propuesta como parte del marketing online se puede solicitar la colaboración con los siguientes vloggers, los cuales ya han hecho videos acerca de la provincia anteriormente:

- **Gary de Arriba**

Conocido como “Andariego” en la República Dominicana, su contenido se destaca por la estética y la cantidad de seguidores que lo hacen apto para promocionar exitosamente la provincia y sus destinos turísticos. Lo más importante de este vlogger es la forma profesional en la que aborda los temas y puntos turísticos del país, se nota la preparación y documentación previa antes de realizar sus videos.



Imagen No. 34 Perfil de Instagram Gary de Arriba. Recuperado de: <https://www.instagram.com/andariego/?hl=es-la>

Como referencia se puede acudir a Youtube y buscar el video titulado “Montecristi, Aventuras entre cayos y playas”. El video presenta su visita a San Felipe de Guayubín, un lugar histórico donde dieron lugar las devastaciones en los años 1600. Asimismo visita el mejor restaurante de la línea noroeste donde se cocina el mejor chivo Liniero, el restaurante Mongastor donde habla de los inicios del establecimiento hasta lo que llegó a ser hoy como un restaurante familiar que nació de una necesidad. La necesidad de consumir platos de la gastronomía Montecristeña que utilizaran la carne de chivo. En este se sirven platos grandes para disfrutarlo en familia cuya carne de chivo se sazonó con mucho amor dos horas antes. Los platos mostrados

y consumidos por el vlogger como parte de venta del producto son: Salpicón de chivo, albóndigas de chivo, chivo horneado, mofongo de chivo, locrio de chivo, chambre de chivo o sancocho de habichuelas con chivo.

En Instagram tiene 58,000 seguidores y en Youtube 48,000 donde es conocido en ambas plataformas como “Andariegodo”. La organización de sus páginas es la siguiente:



Imagen No. 36 Perfil de Instagram Gary de Arriba. Recuperado de: <https://www.instagram.com/andariegodo/?hl=es-la>



Imagen No. 37 Contenido de Youtube de Gary de Arriba. Recuperado de: <https://www.youtube.com/channel/UCn040-OrD3Hg4gU0IVp7fUg>



Imagen No. 38 Feed de Instagram de Gary de Arriba. Recuperado de: <https://www.instagram.com/andariego/?hl=es-la>

Gary De Arriba o Andariego como vlogger está presente en varias plataformas y su contenido es bien conocido, su reputación como un canal de preparación previa y apoyo en entidades públicas que trabajan en los destinos podría desplazar una gran cantidad de personas al destino de Montecristi. Las herramientas de video y de marketing pueden facilitar el alcance a distintos nichos turísticos, tales como históricos, gastronómicos y de aventura.

- **William Ramos**

William Ramos usa su nombre como marca en sus redes ocupando el segundo lugar de popularidad en vloggers turísticos del país. La calidad de sonido de sus videos puede mejorar ya que se ve afectada por factores externos -la brisa o personas que lo rodean- que en situaciones pueden dificultar el entendimiento de lo que está hablando sobre los distintos destinos y puntos interesantes para los futuros turistas.

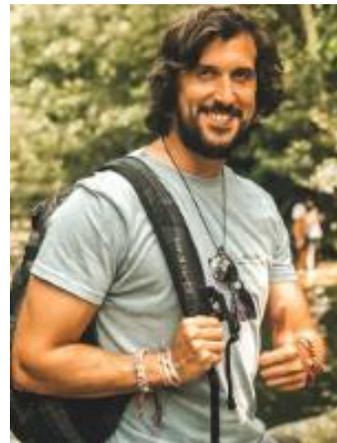


Imagen No. 39 William Ramos. Recuperado de: <https://www.instagram.com/williamramosTV/>

Como referencia de su experiencia en Montecristi se puede acudir a su video en Youtube titulado “Turismo en Montecristi: 5 Lugares que pocos dominicanos conocen”, estadísticamente hablando el video está acertado. La encuesta realizada en este trabajo de grado arroja resultados de desconocimiento con respecto a los destinos que visitó y las actividades que realizó en el mismo. Su experiencia en la provincia es plasmada en un video donde visitó la Isla Cabra, en ella la comunidad de Montecristi se encargó de la alimentación de sus acompañantes antes de desplazarse hacia los manglares en donde disfrutó de la playa de la isla, realizó actividades como camping⁸, contemplo un hermoso atardecer y degustó un delicioso sancocho.

⁸ Camping: se refiere generalmente tanto a la propia actividad realizada al aire libre que implica pasar un período temporal limitado en una tienda, carpa o caravana, con el fin de disfrutar de la naturaleza, como al propio lugar o recinto acotado para la instalación de los referidos habitáculos (Wolters Kluwer, 2020).

Se puede notar que connotó varios días en la isla haciendo turismo de escala en lancha en distintos puntos turísticos de Montecristi, entre ellos visitó La Plataforma, una piscina natural donde la arenilla sirve de exfoliante. También destaca que Cayo Tuna, Cayo Ratas o Cayo de los Juvie como parte del cayo los Siete Hermanos es uno de los cayos en el cual se realiza avistamiento de las aves Juvie que vienen en mayo y parten en junio, julio y agosto. Las aguas cristalinas en el medio de la nada son perfectas para hacer snorkel y observar los corales y peces.

El único destino famoso mencionado es el Columpio infinito en el Morro donde se puede observar la fauna árida y frondosa como una mezcla de vegetación.

William Ramos se puede encontrar en sus redes como “Williamramostv” donde en Instagram posee 70,000 seguidores y Youtube 128,000. En cuanto a seguidores tiene más que Gary de Arriba. Sin embargo, la cantidad de seguidores y su contenido dejan en evidencia el potencial para lograr un incremento en el flujo turístico de Montecristi. La organización de contenido de sus plataformas es la siguiente:



Imagen No. 40 Perfil de Instagram William Ramos. Recuperado de: <https://www.instagram.com/williamramosTV/>



Imagen No. 41 Banner de Youtube de William Ramos. Recuperado de: <https://www.youtube.com/channel/UCCwvVXRMSRwSIWmc-tjvZNQ>



Imagen No. 42 Contenido de Youtube de William Ramos. Recuperado de: <https://www.youtube.com/channel/UCCwvVXRMSRwSIWmc-tjvZNQ>

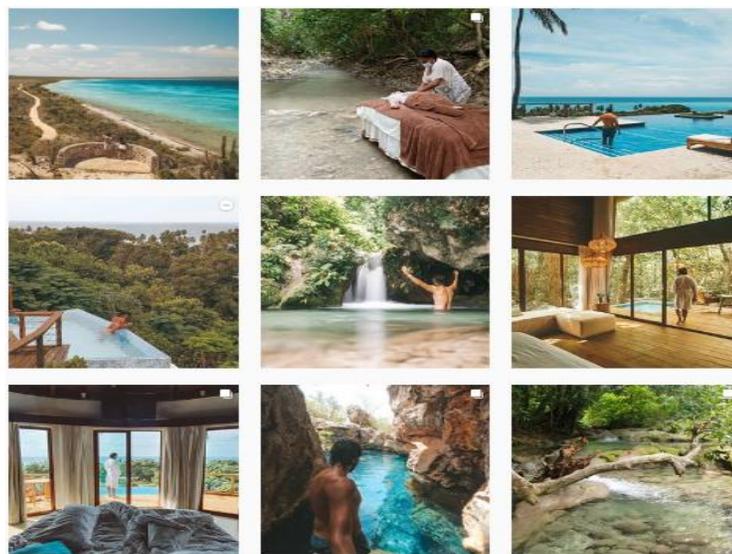


Imagen No. 43 Feed de Instagram de William Ramos. Recuperado de: <https://www.instagram.com/williamramosTV/>

William Ramos cuenta con un gran número de seguidores los cuales los cuales buscan en su contenido la mejor forma de disfrutar en los diferentes destinos turísticos, es decir, el qué hacer. Su canal demuestra lo mejor del entretenimiento y esto puede a demostrar de una forma más clara la experiencia, lo cual facilita maximizar el tráfico de personas mediante la publicación de su contenido en las redes de promoción que se propone en este trabajo de grado hacia el quinto polo turístico, Montecristi.

- **Abel M.**

A diferencia de los dos vloggers anteriores, Abel empezó recientemente esta vocación y también incluye el adjetivo Andariego en el nombre de su cuenta “Abelandariego” en Youtube. Por lo que se puede observar en su contenido, se caracteriza como viajero y sus videos demuestran potencial y carisma, los cuales son adjetivos ideales para atraer a un público joven deseoso de conocer.



Imagen No. 44 Abel M.
Recuperado de:
<https://www.instagram.com/p/B7KRYBsJhXf/>

El contenido de Abel es diverso, maneja tanto temas turísticos, comedia y polémicas. El vlogger al igual que los dos antes mencionados ha visitado y grabado su experiencia en Montecristi en el video en su canal de Youtube titulado “Lo mejor de Montecristi”. Menciona el parque donde está el Reloj de Montecristi y la Iglesia San Fernando que se ubica justo al frente del parque. Reflexiona un poco sobre el diseño

arquitectónico y ambientación de los lugares turísticos donde destaca que la mayoría están influenciado por estilos europeos.

En su video el vlogger hace un llamado de atención al Ministerio de Turismo quien dice que ha abandonado la provincia y que debido a ello el Museo de San Fernando estaba cerrado a momentos de su visita, lo cual limita el conocimiento de los visitantes que buscan conocer la historia de la provincia. Sin embargo, destaca al Cuerpo Especializado de Seguridad Turística -CESTUR- quienes tienen una oficina en la provincia y recalca que eso lo hace sentir seguro.

En su viaje apoya los negocios pequeños como es el restaurante típico La Estrella cuya ambientación es vintage de objetos antiguos y destaca que su comida es exquisita. Se puede percibir el disfrute en todo el trayecto mientras explora, incluso después de haberse quedado sin transporte de vuelta. En Instagram se le puede encontrar como “Andariegosoy” con 6,240 seguidores y en Youtube como “Abelandariego” con 1,160 seguidores. La organización de contenido sus plataformas virtuales es la siguiente:



Imagen No. 45 Perfil de Instagram de Abel M. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7KRYBsJhXf/>



Abel Andariego

1160 suscriptores

SUSCRITO



Imagen No. 48 Banner de Youtube de Abel Andariego. Recuperado de: <https://www.youtube.com/channel/UCBEIfMYj95qB1C2TgnwsNJQ>



Imagen No. 47 Contenido de Youtube de Abel Andariego. Recuperado de: <https://www.youtube.com/c/AbelAndariego/videos>



Imagen No. 46 Feed de Abel Andariego de Instagram. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7KRYBsJhXf/>

Al trabajar con Abel M. como parte de la juventud en nuestras redes demostraría el apoyo a los nuevos vloggers que están empezando y tienen la necesidad de hacer conocer al país y al mundo lo que tenemos para ofrecer creando tendencia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

El objetivo fundamental de esta tesis es abordar el problema del desarrollo turístico de la zona noroeste; caso: Montecristi, clave para reconocer todos los atractivos que posee la misma y además otras características que lo hacen importante.

Montecristi actualmente es el polo turístico número cinco, sin embargo, su desarrollo turístico avanza lentamente. La popularidad y demanda de este destino turístico es casi nula, puesto a que se ve opacado y comparado con el desarrollo y actividad turística de otros polos como Samaná y Punta Cana. También la falta de promoción de parte de las empresas turísticas encargadas de la administración y crecimiento - como el Ministerio de Turismo- tampoco está presente como debería.

La provincia de Montecristi posee una gran diversidad turística y presenta problemas de segmentación por esta misma razón. Montecristi necesita tener un punto fuerte, ser excelente en un tipo de turismo en específico y ser bueno en los demás. Debería de aprovechar la producción agrícola y su comunidad para progresar como un destino turístico orientado a la agricultura y comunidad, atrayendo a los turistas con su diversidad natural y cultural.

La comunidad receptora de Montecristi es la clave para el despegue de su avance en el mercado turístico, ya que la condición crítica de sus pueblos es a consecuencia de la falta de empleos y comercio. Si se integra un turismo comunitario como se

plantea en este caso de estudio, es 85% probable que la comunidad cubra sus necesidades básicas.

De esta manera, la actividad turística tiene muchas más posibilidades de crecer y beneficiar directamente a la población, en el aspecto social y económico. Cabe destacar que la participación en la toma de decisiones, comunicación y reuniones es de suma importancia para los pobladores y prestadores de servicios con el fin de llevar a cabo un buen funcionamiento del sistema turístico en los municipios.

2. Recomendaciones

Debido a que la zona noroeste; caso: Montecristi no posee ninguna herramienta publicitaria que permita dar a conocer la zona, recomendamos que se cree una que esté relacionada con las redes sociales para que tenga mayor alcance, llegando a número más grande de conocedores y visitantes.

En este sentido, es importante preparar un adiestramiento de usuarios para el buen uso de la herramienta garantizando un servicio de información de primera mano.

No obstante, es prioridad que las entidades turísticas y el gobierno se enfoque en lograr el desarrollo turístico de Montecristi, el cual beneficiaría la zona noroeste y de igual manera a la República Dominicana.

Se deben plantear estrategias que hagan de Montecristi no solo un destino de fin de semana, si no, de toda la semana. Montecristi no tiene tantos hoteles ya que los turistas normalmente van solo los fines de semana, por eso la necesidad de

infraestructura no es tan predominante. Para cambiar esto se deben implementar proyectos que incentiven un mayor flujo de turistas la semana completa.

También se sugiere la capacitación y educación a los ciudadanos interesados en involucrarse en el turismo comunitario, facilitando entrenamientos y cursos para mejorar sus conocimientos sobre su provincia. De esta manera podrían orientar a los turistas y podrían atraer a futuros inversionistas.

Por último, recomendamos que se le preste la máxima atención a lo que es la reestructuración de Montecristi, es decir, remodelación de museos manteniendo la esencia de los mismo, vigilancia en playas, readecuación del puerto de manzanillo y reestructuración de las infraestructuras viales entre los pueblos y servicios.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de <https://m.elcaribe.com.do/2018/12/22/montecristi-la-ciudad-del-morro-y-mucho-que-ofrecer/>

Aceranza, M. (. (18 de Agosto de 2016). *¿Qué es el turismo sostenible?* Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-sostenible/#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20la%20Organizaci%C3%B3n,procesos%20ecol%C3%B3gicos%20esenciales%2C%20la%20diversidad>

Acercate a RD. (20 de Septiembre de 2015). *Turismo cultural en la República Dominicana*. Obtenido de Acercate a RD: <https://www.acercateard.com/es/turismo-cultural-en-la-republica-dominicana>

ACOM CARIBBEAN S.A. (1 de Agosto de 2016). *Turismo en Monte Cristi*. Obtenido de Republica Dominicana Live: <http://www.republica-dominicana-live.com/montecristi/turismo.html>

Acosta, E. (16 de Febrero de 2020). *El Carnaval Vegano: La Mayor Fiesta de la Ciudad de La Vega*. Obtenido de Conectate: <https://www.conectate.com.do/articulo/carnaval-vegano-republica-dominicana/#:~:text=El%20Carnaval%20Vegano%3A%20La%20Mayor%20Fiesta%20de%20la%20Ciudad%20de%20La%20Vega&text=El%20carnaval%20Vegano%20inici%C3%B3%20en,el%20pueblo%20de%20La%20Vega>

Acosta, M. (5 de Agosto de 2019). *Influencer, vlogger o youtuber, ¿cuál es mejor para tu empresa?* Obtenido de Blog mail relay:

https://blog.mailrelay.com/es/2018/12/18/influencer-vlogger-o-youtuber#Que_son_los_vloggers

Adames, H. (04 de Septiembre de 2015). Montecristi, la otra cara de su economía. *Listin Diario*, págs. 14-15.

Agramonte, G. (17 de Octubre de 2018). El turismo de RD ocupa primeros lugares de la región en generación de ingresos. *El Caribe*, págs. 16-17.

Alcantara, C. (19 de Octubre de 2017). *El turismo como factor de desarrollo: caso de Sergino-Brasil*. Obtenido de Universitat de Barcelona:
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAAdJS_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Almonte, W. (22 de Diciembre de 2018). *Montecristi la ciudad del morro y mucho que ofrece*. Obtenido de El Caribe:
<https://m.elcaribe.com.do/2018/12/22/montecristi-la-ciudad-del-morro-y-mucho-que-ofrecer/>

Arauz, I. (20 de Mayo de 2010). *Eumed*. Obtenido de Analisis del sistema turistico del canton de Buenos Aires: Insumo para un diseño de pla de desarrollo rural: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/index.htm>

Arecoa. (13 de Mayo de 2019). *El músculo del turismo como principal motor económico de RD*. Obtenido de Arecoa:
<https://www.arecoa.com/marketing/2019/05/13/musculo-del-turismo-principal-motor-economico-rd/>

ASONAHORES. (1 de Octubre de 2018). *Asonahores* . Obtenido de Asonahores

Web site: <https://www.asonahores.com/asonahores/quienes-somos/>

Asonahores. (27 de Noviembre de 2019). *Quienes somos*. Obtenido de

Asonahores: <https://www.asonahores.com/asonahores/quienes-somos/>

Aula Facil. (12 de Septiembre de 2019). *¿Qué son las Relaciones Humanas?*

Obtenido de Aula Facil:

<https://www.aulafacil.com/cursos/autoayuda/relaciones-humanas/que-son-las-relaciones-humanas->

[I40368#:~:text=Las%20Relaciones%20Humanas%20son%20el,entre%20una%20persona%20y%20otra.](https://www.aulafacil.com/cursos/autoayuda/relaciones-humanas/que-son-las-relaciones-humanas-140368#:~:text=Las%20Relaciones%20Humanas%20son%20el,entre%20una%20persona%20y%20otra.)

Aula Facil. (19 de Mayo de 2019). *Relaciones Humanas*. Obtenido de Aula facil:

<https://www.aulafacil.com/cursos/autoayuda/relaciones-humanas/que-son-las-relaciones-humanas-140368>

Ayuda en Acción. (Junio de 2017). *Turismo comunitario, sinónimo de progreso y*

crecimiento. Obtenido de Ayuda en Accion:

<https://ayudaenaccion.org/ong/blog/sostenibilidad/turismo-comunitario-sinonimo-progreso-crecimiento/>

Banco Mundial. (13 de Mayo de 2020). *República Dominicana: Panorama General*.

Obtenido de Banco Mundial Org:

<https://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview>

- Batista, S. (26 de Abril de 2018). *Punta Rucia y La Ensenada, dos destinos en una sola vía*. Obtenido de Hoy: <https://hoy.com.do/punta-rucia-y-la-ensenada-dos-destinos-en-una-sola-via/>
- Batista, W. J. (2019). Campaña para el fomento del turismo en la provincia de Montecristi, Rep. Dom. Año 2019. *Estrategia de MEdios*. Unapec, Santo Domingo, República Dominicana.
- Borges, V. (19 de Noviembre de 2019). *¿Qué es “target”?* Obtenido de Método Marketing: <https://metodomarketing.com/que-es-target/>
- Brito, A. M. (16 de Septiembre de 2016). *Factores ambientales del turismo sustentable, y el enfoque de la planeación estratégica*. Obtenido de Eumed: <https://www.eumed.net/ce/2006/amb.htm>
- Cáceres, L. C. (17 de Abril de 2018). *Geografía turística*. Obtenido de Overblog: <http://geografiaturisticalacc.over-blog.es/pages/Turismo-cultural-7221142.html>
- Calderon, J. F. (15 de Julio de 2018). *Centro Mexicano para la Filantropia*. Obtenido de El concepto de responsabilidad social empresarial: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Campins, E. (1994). *Residuos*. México: Universidad Autonoma del Carmen.
- Cano, T. P. (17 de Mayo de 2018). *Turismo en las ciudades históricas: la ciudad sostenible*. Obtenido de PDF: <file:///C:/Users/20152144/Downloads/1227-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1227-1-10-20130122.pdf>

Cardona, A. (12 de Noviembre de 2019). *Que es el medio ambiente definicion y resumen*. Obtenido de Ecologia verde: <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>

Castillo, M. (29 de Agosto de 2019). *El colorido Carnaval de Montecristi en Dominicana*. Obtenido de Sobre Caribe: <https://sobrecaribe.com/2012/01/04/el-colorido-carnaval-de-montecristi-en-dominicana/>

Castros, J. (17 de Julio de 2016). *Los 10 Polos Turísticos de la República Dominicana*. Obtenido de Polos Turisticos RD Wordpress: <https://polosturisticosrdwordpress.wordpress.com/2016/07/17/los-10-polos-turisticos-de-la-republica-dominicana/>

Cemceso. (6 de Julio de 2006). *Montecristi-Cultura*. Obtenido de Provincias Dominicanas: <http://www.provinciasdominicanas.org/montecristi-cultura/>

Centeno, L. (Mayo de 20 de 2020). *Las comidas mas populares del mundo*. Obtenido de Cocina y Vino: <https://www.cocinayvino.com/mundo-gourmet/viajes/las-comidas-mas-populares-del-mundo/>

Ceslu. (18 de Noviembre de 2019). *Cayo Arena*. Obtenido de Ceslu: <https://ceslu.com/lugares-y-actividades/cayo-arena>

CONSEJERÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN. (17 de Marzo de 2017). *Boletín oficial de la Rioja*. Obtenido de ias1.larioja.org: https://ias1.larioja.org/boletin/Bor_Boletin_visor_Servlet?referencia=4873869-1-PDF-508183-X

Corcino, A. (27 de Junio de 2019). *Montecristi, “somos una realidad que lo tiene todo”*: sol, playa, gastronomía e historia I de II. Obtenido de ElCaribe:

<https://www.elcaribe.com.do/2019/06/27/montecristi-somos-una-realidad-que-lo-tiene-todo-sol-playa-gastronomia-e-historia-i-de-ii/#>

Cordero, J. C. (27 de Octubre de 2015). Comunidad Receptora: Elemento esencial en la gestión turística. Ciudad de Mexico, Estado de Mexico, México.

Cortada, D. M. (1 de Enero de 2006). *OEI*. Obtenido de Turismo conceptos:

<https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>

Cortiñas, H. N. (6 de Septiembre de 2018). *¿Cuántos años le faltan a RD para ser un país desarrollado?* Obtenido de El dinero:

<https://www.eldinero.com.do/67765/cuantos-anos-le-faltan-a-rd-para-ser-un-pais-desarrollado/>

Cyberclick Academy. (9 de Enero de 2020). *Marketing Digital o Marketing Online*.

Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/marketing/marketing-online-o-marketing-digital-que-es>

Diario Libre. (10 de Diciembre de 2013). *Montecristi: un encuentro con la historia*.

Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/revista/montecristi-un-encuentro-con-la-historia-DNDL414557>

Econoticias. (3 de Febrero de 2017). *Econoticias*. Obtenido de ¿Qué es el turismo

sostenible?: <https://www.ecoticias.com/sostenibilidad/132017/turismo-sostenible>

Ecotumismo . (26 de Marzo de 2011). *Ecotumismo ORG*. Obtenido de El turismo como herramienta para la conservación:

<http://www.ecotumismo.org/turismo-como-herramienta-para-la-conservacion/>

Ecured. (8 de junio de 2006). *Patrimonio*. Obtenido de Ecured.cu:

<https://www.ecured.cu/Patrimonio#Definiciones>

Ecured. (23 de Agosto de 2016). *Provincia de Montecristi*. Obtenido de Ecured

Web Site:

[https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_\(Rep%C3%ABblica_Dominicana\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_(Rep%C3%ABblica_Dominicana))

Ecured. (8 de Mayo de 2016). *Significado de Patrimonio*. Obtenido de Ecured:

<https://www.significados.com/patrimonio/#:~:text=Patrimonio%20en%20Der echo,patrimonio%20activo%20y%20patrimonio%20pasivo.>

Ecured. (4 de Enero de 2017). *Provincia de Montecristi (República Dominicana)*.

Obtenido de Ecured:

[https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_\(Rep%C3%ABblica_Dominicana\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_(Rep%C3%ABblica_Dominicana))

EcuRed. (30 de Enero de 2019). *Turismo de salud*. Obtenido de EcuRed:

https://www.ecured.cu/Turismo_de_salud#.C2.BFQu.C3.A9_es.3F

EcuRed contributors. (31 de Agosto de 2019). *Provincia de Montecristi (República Dominicana)*. Obtenido de Ecured:

[https://www.ecured.cu/index.php?title=Provincia_de_Montecristi_\(Rep%C3%BAblica_Dominicana\)&oldid=3536180](https://www.ecured.cu/index.php?title=Provincia_de_Montecristi_(Rep%C3%BAblica_Dominicana)&oldid=3536180)

El Caribe. (17 de Octubre de 2018). *El turismo de RD ocupa primeros lugares de la Región en generacion de ingresos*. Obtenido de El caribe. com:
<https://m.elcaribe.com.do/2018/10/17/el-turismo-de-rd-ocupa-primeros-lugares-de-la-region-en-generacion-de-ingresos/>

El Día. (12 de Julio de 2011). Turismo Rural. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.

El Diario Libre. (16 de Noviembre de 2010). *Danilo dice que de ganar en 2012 el turismo seria locomotora del desarrollo*. Obtenido de diariolibre:
<https://www.diariolibre.com/actualidad/danilo-dice-que-de-ganar-en-2012-el-turismo-seria-locomotora-del-desarrollo-OMDL268723>

Enciclopedia Dominicana SOS. (5 de Enero de 2018). *Montecristi*. Obtenido de enciclopediadominicanasos.org:
<http://enciclopediadominicana.org/Montecristi>

Energy auditor. (29 de Octubre de 2018). *¿QUÉ ES EL MEDIO AMBIENTE?*
Obtenido de Energy Auditor: <https://www.energyauditor.es/que-es-el-medio-ambiente/#:~:text=En%20resumen%2C%20el%20medio%20ambiente,que%20influyen%20en%20su%20vida.>

Entorno Turístico . (28 de Abril de 2018). *Promocion turistica: que es y cual es su importancia en los destinos turisticos*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>

Entorno Turístico. (15 de Julio de 2017). *Qué es la demanda turística y su clasificación*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/#:~:text=El%20consumo%20de%20lugares%20tur%C3%ADsticos,gastado%20u%20otros%20datos%20estad%C3%ADsticos.>

Entorno Turístico. (20 de Mayo de 2018). *Promoción turística: Qué es y cuál es su importancia para los destinos turísticos*. Obtenido de Entorno Turístico :

<https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>

Entorno Turístico. (5 de Abril de 2019). *¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?* Obtenido de Entorno Turistico:

<https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

Entorno Turístico. (14 de Enero de 2019). *Los 6 elementos del sistema turístico*.

Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/los-6-elementos-del-sistema-turistico/>

Entorno Turístico staff. (5 de Septiembre de 2018). *La demanda turística, clasificación*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/>

Estévez, R. (15 de Marzo de 2011). *Eco inteligencia*. Obtenido de ¿Qué es la huella ecológica?: <https://www.ecointeligencia.com/2011/03/que-es-la-huella-ecologica/>

Fernandez, J. B., Milá , J. G., Ubierna, J. J., Torralba, C. R., & Guerras, J. S. (15 de Diciembre de 2005). *MANUAL PARA UN ENTORNO ACCESIBLE*. Obtenido de Futurnet : <https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO17241/manualparaunentornoaccesible.pdf>

Fondo Monetario Internacional. (19 de Abril de 2018). *El FMI: Datos básicos*. Obtenido de IMF ORG: <https://www.imf.org/es/About/Factsheets/IMF-at-a-Glance>

Garcia Lopez, R. (23 de Abril de 2020). *Sostenibilidad – Problemas del turismo masivo que hay que evitar cuando se reactiven los viajes*. Obtenido de Aprendedeturismo: <https://www.aprendedeturismo.org/sostenibilidad-problemas-del-turismo-masivo-que-hay-que-evitar-cuando-se-reactiven-los-viajes/>

Gautier, J. (5 de Agosto de 2019). *Atracciones turísticas de Monte cristi*. Obtenido de Lets go RD: <https://www.letsgotodr.com/atracciones-turisticas-de-montecristi/>

GeoEnciclopedia. (5 de Agosto de 2019). [geoenciclopedia.com/actividades-economicas/](https://www.geoenciclopedia.com/actividades-economicas/). Obtenido de GeoEnciclopedia: <https://www.geoenciclopedia.com/actividades-economicas/>

Glosario Turístico. (18 de Diciembre de 2018). *Glosario* . Obtenido de Oferta Turística: <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/oferta-turistica#:~:text=La%20oferta%20tur%C3%ADstica%20es%20el,o%20consumidos%20por%20los%20turistas>

Go Dominican Republic. (6 de Marzo de 2020). *Parque Nacional El Morro*.

Obtenido de Go Dominican Republic:

<https://www.godominicanrepublic.com/es/poi/parques-nacionales-areas-protegidas/montecristi-es/el-morro-parque-nacional-montecristi/>

Godoy, J. N. (26 de junio de 2011). El capital humano en la atención al cliente.

Carabobo, Valencia, Venezuela.

Guerrero, P. (6 de Diciembre de 2011). *Geografía litoral*. Obtenido de Geografía la

guía: [https://geografia.laguia2000.com/general/geografia-](https://geografia.laguia2000.com/general/geografia-litoral#:~:text=%E2%80%9CLitoral%E2%80%9D%20es%20el%20conjunto%20de,de%20sedimentaci%C3%B3n%20y%20de%20erosi%C3%B3n.)

[litoral#:~:text=%E2%80%9CLitoral%E2%80%9D%20es%20el%20conjunto%20de,de%20sedimentaci%C3%B3n%20y%20de%20erosi%C3%B3n.](https://geografia.laguia2000.com/general/geografia-litoral#:~:text=%E2%80%9CLitoral%E2%80%9D%20es%20el%20conjunto%20de,de%20sedimentaci%C3%B3n%20y%20de%20erosi%C3%B3n.)

Guerrero, P. (6 de Diciembre de 2011). *Geografía Litoral*. Obtenido de Geografía :

<https://geografia.laguia2000.com/general/geografia-litoral>

Hernandez, C. (11 de Marzo de 2015). *RECURSOS TURÍSTICOS*. Obtenido de

Prezi web site: <https://prezi.com/d8c8ylzlr6zn/recursos-turisticos/>

Hilario, Y. (13 de Abril de 2019). *Casa de recuperación: hospedaje y atención*

médica. Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/estilos/buena-vida/casa-de-recuperacion-hospedaje-y-atencion-medica-FD12551774>

- Hisour. (1 de Mayo de 2018). *Turismo rural*. Obtenido de Hisour:
<https://www.hisour.com/es/rural-tourism-39224/>
- Hoyo, M. M. (20 de Mayo de 2019). Del turismo accesible al museo inclusivo: Un modelo para la evaluación de la accesibilidad universal en los museos. El caso del Cosmocaixa en Barcelona. Barcelona, Madrid, España.
- Imaginario, A. (Enero de 6 de 2015). *Neoclasicismo: características de la literatura y el arte neoclásicos*. Obtenido de Cultura genial:
<https://www.culturagenial.com/es/neoclasicismo/#:~:text=El%20neoclasicismo%20fue%20un%20movimiento,la%20construcci%C3%B3n%20de%20la%20modernidad.>
- Imaginario, A. (3 de Febrero de 2015). *Neoclasicismo: características de la literatura y el arte neoclásicos*. Obtenido de Cultura Genial:
<https://www.culturagenial.com/es/neoclasicismo/>
- Importancia. (24 de Febrero de 2018). *Importancia del Turismo*. Obtenido de Importancia: <https://www.importancia.org/turismo.php>
- Institucional Dominicana. (9 de Junio de 2019). *5 tipos de turismo que son tendencia en este 2019*. Obtenido de Institucional Dominicana:
<http://www.institucionaldominicana.com/5-tipos-turismo-tendencia-este-2019/>
- Lara, F. (2010). *Reminiscencias de un bananero de Fernando de Lara Viñas*. Santo Domingo: Corripio.

Línea Verde. (7 de Enero de 2020). *La huella Ecología*. Obtenido de Linea Verde Ceuta: <http://www.lineaverdeceutatrace.com/lv/guias-buenas-practicas-ambientales/habitos-vida-sostenible/la-huella-ecologica.asp>

Listin Diario. (4 de Septiembre de 2015). *Montecristi, la otra cara de su economía*. Obtenido de Listin Diario. com: <https://listindiario.com/elnorte/2015/09/04/386816/montecristi-la-otra-cara-de-su-economia>

Livio. (8 de Julio de 2018). *Organizaciones Dominicanas*. Obtenido de Livio: <https://www.livio.com/directorio/organizaciones/organizaciones-turisticas/>

Luis, J. (10 de Febrero de 2016). *Parque Nacional Montecristi*. Obtenido de Por Conocer: <https://www.porconocer.com/republica-dominicana/parque-nacional-monte-cristi.html>

Mañéz, R. (1 de Noviembre de 2019). *Precio publicidad facebook ads*. Obtenido de Ruben Manez: <https://rubenmanez.com/precio-publicidad-facebook-ads/>

Márquez, A. R. (27 de Febrero de 2008). *El Municipio Turitico: Régimen Jurídico y propuesta para mejora*. Obtenido de Universidad de Granada: <https://hera.ugr.es/tesisugr/18608784.pdf>

Medium. (2018 de Septiembre de 2018). *¿Cuanto cuesta un anuncio en instagram?* Obtenido de Medium: <https://medium.com/sporahub/cu%C3%A1nto-cuesta-crear-un-anuncio-en-instagram-8570567c5026>

Merino, M., & Porto, J. P. (18 de Noviembre de 2015). *Definicion de producto turístico*. Obtenido de Definicion. de: <https://definicion.de/producto-turistico/>

Mesquita, R. (19 de Julio de 2020). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Mi país geografía. (2011 de Mayo de 201). *Monte Cristi*. Obtenido de Mi país: https://jmarcano.com/mipais/geografia/province/prov_mcristi.html

Milenio. (26 de Junio de 2015). *Competitividad, concepto e importancia*. Obtenido de Milenio.com: <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>

Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo. (25 de Octubre de 2017). *Plan para el desarrollo económico local Montecristi*. Obtenido de Economía.gob.do: [http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/Planes%20para%20el%20Desarrollo%20Economico%20Local%20Provinciales%20y%20Regionales/MONTECRISTI%20-%20IMPRESA%20%5BCC%5D%20\(1\).pdf](http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/Planes%20para%20el%20Desarrollo%20Economico%20Local%20Provinciales%20y%20Regionales/MONTECRISTI%20-%20IMPRESA%20%5BCC%5D%20(1).pdf)

Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo. (11 de Diciembre de 2018). *Análisis de la oferta formativa identificada en las*. Obtenido de Economía.gob.do: <http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/UAAES/Textos%20de%20Discusion/td-no-29-analisis%20de%20la%20oferta%20formativa-Maria%20Majluta.pdf>

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (25 de Marzo de 2016).

Monte Cristi. Obtenido de Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales: <https://ambiente.gob.do/informacion-ambiental/informacion-provincial/monte-cristi/>

Ministerio de Turismo. (31 de Diciembre de 2016). *RENDICIÓN DE CUENTAS*

2016. Obtenido de Ministerio de Turismo:

http://www.mitur.gob.do/transparencia/images/docs/plan_estrategico/Logros%202016/Rendicion%20de%20Cuentas%202016.pdf

Ministerio de Turismo. (20 de Enero de 2018). *Bienvenido a Montecristi*. Obtenido de Ministerio de Turismo web site:

<https://www.godominicanrepublic.com/es/montecristi/>

Ministerio de Turismo. (7 de Febrero de 2018). *Bienvenidos a Montecristi*.

Obtenido de Go Dominican Republic:

<https://www.godominicanrepublic.com/es/montecristi/>

Ministerio de Turismo. (9 de Julio de 2018). *Quienes somos*. Obtenido de Mitur :

<http://mitur.gob.do/quienes-somos/>

Mitur. (1 de Diciembre de 1993). *Base Legal*. Obtenido de Dpp-mitur.do:

https://www.dpp-mitur.gob.do/uploads/BASE_LEGAL/DECRETOS/DEC_1993_0016.pdf

Monte, J. A. (Septiembre de 14 de 2014). *Infraestructura y Superestructura*

Turística. Obtenido de Slideshare:

<https://es.slideshare.net/justoamadordelmonte/infraestructura-ttca-1#:~:text=2.-,1.,%2C%20puertos%2C%20aeropuertos%2C%20etc.>

Montealbán, J. T. (26 de Agosto de 2015). *¿Qué es la propuesta científica?*

Obtenido de OEI. es:

<https://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/?Que-es-la-propuesta-metodologica>

Montecristi Republica Dominicana. (15 de Septiembre de 2015). *¿Donde comer?*

Obtenido de venamontecristi: <https://venamontecristi.com/donde-comer/>

Montecristi Republica Dominicana. (10 de Septiembre de 2015). *Ven a Montecristi.*

Obtenido de venamontecristi: <https://venamontecristi.com/donde-comer/>

ODTS. (8 de Julio de 2006). *ODTS*. Obtenido de Organización Dominicana de

Turismo Sostenible:

http://www.odt.org.do/j/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=63&lang=en

OMT. (30 de Mayo de 2007). *Media UNWTO org*. Obtenido de Entender el

turismo: Glosario básico: <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Opetur. (15 de Agosto de 2019). *Opetur*. Obtenido de Opetur Web Site:

<https://opetur.net/o/who-we-are/>

Ortega, B. (18 de Abril de 2019). *Conectate.com*. Obtenido de La Zona Colonial de

Santo Domingo: Un refugio de Corazones Bohemios:

<https://www.conectate.com.do/articulo/zona-colonial-santo-domingo-republica-dominicana/>

Ortega, B. (3 de Noviembre de 2019). *Reloj de San Fernando de Montecristi*.

Obtenido de Conectate: [https://www.conectate.com.do/articulo/reloj-san-fernando-de-montecristi-republica-dominicana/BEthania Ortega](https://www.conectate.com.do/articulo/reloj-san-fernando-de-montecristi-republica-dominicana/BEthania%20Ortega)

Perdomo, L., Arias, Y., León, Y., & Wege, D. (3 de Agosto de 2010). *Áreas*

importantes para la conservación de las aves en la República Dominicana.

Obtenido de Grupo Jaragua:

http://www.grupojaragua.org.do/documents/AICAS/DR-IBAS_2010_DO001_Cayos_Siete_Hnos.pdf

Pérez Porto, J., & Merino, M. (20 de Febrero de 2017). *Pernoctar*. Obtenido de

Definicion.de: <https://definicion.de/pernoctar/>

Porto, J. P., & Merino, M. (20 de Abril de 2015). *Pernotar*. Obtenido de Definicion

de: <https://definicion.de/pernoctar/>

Prieto, M. S. (4 de Noviembre de 2017). *Es el turismo una verdadera herramienta de desarrollo local*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/es-el-turismo-una-verdadera-herramienta-de-desarrollo-local/>

Pujols, D. (3 de Noviembre de 2017). *Punta Rucia rumbo a un turismo comunitario*.

Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/actualidad/punta-rucia-rumbo-a-un-turismo-comunitario-ME8512680>

Puntes, S. T. (25 de Noviembre de 2018). *Deuda total del país equivale a 51.6 % del PIB*. Obtenido de Diario Libre:

<https://www.diariolibre.com/economia/deuda-publica-total-alcanzo-su-nivel-mas-alto-en-18-anos-CM11481102>

Raffino, M. E. (23 de Enero de 2020). *Concepto de turismo*. Obtenido de

Concepto. de: <https://concepto.de/turismo/>

Ramírez, J. C. (2017). *Turismo Sostenible en espacios insulares: El caso de Ibiza (España)*. España: Universidad Autonoma de Barcelona.

Ramis, M. A. (2016). *Análisis socio-espacial de la estacionalidad turística en Mallorca*. Francia: Universitat de les Illes Balears.

Redacción. (1 de Noviembre de 2017). *Aeródromo Oswaldo Virgil pasa a ser Aeropuerto Internacional de Montecristi*. Obtenido de Las calientes del sur.com: <https://lascalientesdelsur.com/nacionales/56481/aerodromo-osvaldo-virgil-pasa-a-ser-aeropuerto-internacional-de-montecristi.html>

Revista Mercado. (27 de Agosto de 2018). *La tierra del banano power “made in dr”*. Obtenido de Revista Mercado: <https://www.revistamercado.do/la-tierra-del-banano-power-made-in-dr/>

Rey, R. J. (20 de Abril de 2020). *Municipio de San Lorenzo de Guayubín de la Provincia Montecristi*. Obtenido de conectate.com.do: <https://www.conectate.com.do/articulo/san-lorenzo-de-guayubin-montecristi-republica-dominicana/>

Rios, P. (18 de Septiembre de 2018). *USDA*. Obtenido de Los Recursos Culturales De El Yunque:

https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE_DOCUMENTS/stelprd3805838.pdf

S, M. (17 de Agosto de 2012). *Danilo Medina: "El turismo es el motor de la economía dominicana"*. Obtenido de Arecoa:

<https://www.arecoa.com/destinos/2012/08/17/danilo-medina-%E2%80%9Cel-turismo-es-el-motor-de-la-economia-dominicana%E2%80%9D/>

Servicios Turísticos. (5 de Junio de 2017). *Servicios*. Obtenido de Sites Google:

<https://sites.google.com/site/serviciotur/conceptos-st>

Significados. (26 de Marzo de 2017). *Indispensable*. Obtenido de

Significados.com: <https://www.significados.com/indispensable/>

Sistema Interactivo de Consulta Censo. (4 de Diciembre de 2010). *IX CENSO*

NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. Obtenido de sicen.one.gob.do: <http://sicen.one.gob.do/>

Torres, A. M. (2016). *"Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de Servicios, Restaurantes, Rutas, Productos y Destinos"*. Mexico: Editorial Porrúa.

Tourcert. (19 de Febrero de 2020). *Turismo Comunitario*. Obtenido de Tourcert:

<https://www.tourcert.org/es/projects/turismo-comunitario/>

Turégano, M. Á. (10 de Junio de 2003). *FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO, REDES Y SITUACIÓN DE EMPLEO*. Obtenido de Bitstream:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5116/mast1de2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Turismo en Montecristi. (10 de Febrero de 2018). *Recursos naturales de incalculable valor*. Obtenido de Turismo en Montecristi:

<http://www.republica-dominicana-live.com/montecristi/turismo.html>

UNID. (28 de Enero de 2016). *UNID.EDU*. Obtenido de Fundamentos de turismo:

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/ET/FT/S07/FT07_Lectura.pdf

Union Europea. (13 de Septiembre de 2012). *Informe de resultados*. Obtenido de

ADAPTACIÓN DE PERFILES: http://www.magma-store.com/consejo/ficheros/documentos/1293614370.27_03INFRESULTEN CUESTAFECO.H.pdf

Universidad Tecnologia del Valle del Mezquital. (5 de Febrero de 2019).

Competitividad, concepto e importancia. Obtenido de Milenio:

<https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia#:~:text=De%20las%20definiciones%20anteriores%20podemos, otras%20empresas%20del%20mismo%20sector.>

USDA Forest Service. (2011). *Manual interdisciplinario de investigacion forestal*.

Puerto Rico: International institutios tropical industry.

- Vaquero, M. d. (2 de Diciembre de 2017). El turismo como factor de desarrollo local y regional y las nuevas herramientas de gestión en los modelos de planificación de la actividad. Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Varisco, C. (24 de Junio de 2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los destinos Sol y Playa*. Obtenido de Universidad Nacional del Mar Plata: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Vees Marketing & Technology. (17 de Noviembre de 2019). *¿Qué es el Marketing Offline?* Obtenido de Vees comunicacion: <https://veescomunicacion.com/que-es-el-marketing-offline/>
- Ven a Montecristi. (8 de Mayo de 2018). *Ruta del Arroz y el Banano*. Obtenido de Ven a Montecristi: <https://venamontecristi.com/?ruta=ruta-banana-y-arroz>
- Vila, N. A., Brea, J. F., & Carril, V. P. (13 de Junio de 2012). El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en. Lima, Lima, Perú. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281623577006.pdf>
- Villanueva, G. A. (20 de Junio de 2016). Turismo sostenible y conflicto por el uso de los recursos. Estudio de Caso: Patagonia chilena, Región de Aysén . Barcelona, Barcelona, España.
- Visita Republica Dominicana . (6 de Julio de 2017). *Montecristi, República Dominicana*. Obtenido de Visita República Dominicana org: <https://www.visitarepublicadominicana.org/montecristi>

Wikilibros. (2 de Mayo de 2019). *Impactos ambientales/Desarrollo del turismo*.

Obtenido de Wikilibros web site:

https://es.wikibooks.org/wiki/Impactos_ambientales/Desarrollo_del_turismo

Wolleter, A. (2006). *Elementos para la gestión de destinos turísticos*. Chile:

SERNATUR.

Wolters Kluwer. (5 de Mayo de 2020). *Camping*. Obtenido de Guías Jurídicas

Wolters Kluwer:

https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUNDczNztlUouLM_DxblwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAJxGbeDUAAAA=WKE

ANEXOS O APÉNDICES

Anexo #1: Anteproyecto



Decanato de Turismo

Proyecto de Trabajo de grado para optar por el Título de

Lic. Administración Turística y Hotelera

Tema:

Análisis De La Perspectiva y Desarrollo Turístico Del Corto, Mediano Y Largo

Plazo, Zona Noroeste; Caso: Montecristi, Año 2020.

Sustentantes:

Franchesca Rodríguez Matrícula: 2015-2144

Lía Mora Matrícula: 2015-2681

28 de febrero de 2020

Distrito Nacional, República Dominicana



Decanato de Turismo

**Proyecto de Trabajo de grado para optar por el Título de
Lic. Administración Turística y Hotelera**

Tema:

Análisis De La Perspectiva y Desarrollo Turístico Del Corto, Mediano Y Largo
Plazo, Zona Noroeste; Caso: Montecristi, Año 2020.

Sustentantes:

Franchesca Rodríguez Matrícula: 2015-2144

Lía Mora Matrícula: 2015-2681

Los datos expresados en el presente documento son de responsabilidad exclusiva de los autores.

28 de febrero de 2020

Distrito Nacional, República Dominicana

Índice de contenido

Introducción

El desarrollo turístico es un factor que debe de mantenerse siempre en crecimiento y por igual en mantenimiento ya que abarca el consumo de cinco servicios: transporte, alojamiento, alimentación, diversiones y espectáculos. Estos consumos son los que determinan el flujo de turistas en los distintos puntos turísticos de un país o región, lo que hace que los encargados de dichos destinos estén siempre desarrollando ofertas turísticas atractivas para que la demanda no disminuya y seguir innovando en dichos lugares para seguir generando dinero y prestigio para el país (Turégano, 2003).

Según Ministerio de Turismo (2018) Montecristi es llamada “la joya del noroeste”, una provincia de República Dominicana. Contiene paisajes salvajes y cautivadores al ojo humano, lleno de estructura ideal para hacer turismo de aventura. La hermosa provincia tiene los campos para que en condiciones adecuadas numerosos alimentos se produzcan; para hacer crecer fauna sin fin en la tierra fértil.

Montecristi destaca como una ciudad tranquila de ambiente relajante y gente humilde que conforman parte de su atractiva y exuberante belleza en medio de la naturaleza. Montecristi no destaca en las rutas turística aun poseyendo las cualidades para estarlo, esta es la entrada al parque nacional Montecristi el cual

representa un entretenimiento envuelto en una temperatura cálida todo el año (Visita Republica Dominicana , 2017).

El desarrollo turístico representa para una zona que su historia data de los años en que la ciudad fue fundada por Nicolás de Ovando en 1506, un grado de importancia categoría 5 en catástrofes naturales. “El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Varisco, 2008).

La característica principal de este análisis es la de integrar a las autoridades y a la comunidad local para lograr el objetivo planteado. Para analizar esta problemática es necesario de mencionar sus causas. Una de ellas es la falta de conocimiento de esta provincia y la falta de integración de los ciudadanos y autoridades locales al igual que las instituciones encargadas del desarrollo de una provincia como polo turístico.

La investigación se realizó por el interés de conocer por qué una provincia con tantos atractivos naturales, culturales e histórica desarrollada como quinto polo turístico aún no ha sido explotada turísticamente. Esto permitió identificar los objetivos de esta investigación.

Distintos motivos impulsan a promover un desarrollo turístico en Montecristi, por lo tanto se formularán las siguientes preguntas: ¿Por qué analizar la perspectiva y desarrollo turístico del corto, mediano y largo plazo, zona noroeste del caso

Montecristi, año 2020?, ¿Cómo se puede desarrollar Montecristi turísticamente?, ¿Cuál es la mejor forma de reestructurar el acondicionamiento vial hacia la zona?, ¿Quiénes pueden Invertir en la mejora de los monumentos?, ¿Cuáles son los principales recursos y atractivos turísticos con los que cuenta la provincia, para colocarla como una de las zonas más visitadas del país?, ¿Cuáles estrategias sirven para lograr los mayores ingresos y demanda del destino?, ¿Cuáles factores de desarrollo económico para el beneficio de la población local, los promotores, comercializadores de servicios y productos turísticos tiene Montecristi?, ¿Cómo se puede atraer la atención de los individuos del estado para el desarrollo interno del país?, ¿En qué manera se puede Incentivar el desarrollo y crecimiento del polo turístico Montecristi? y ¿Cómo se puede aumentar la tasa de empleo?

La República Dominicana es considerada uno de los principales destinos turísticos del Caribe. La nación posee un gran potencial turístico ya que ofrece al visitante no solo los espacios de sol y playa, si no las posibilidades de turismo cultural y ecológico.

Mediante esta investigación se persigue caracterizar el impacto que tiene el desarrollo turístico tanto a nivel gubernamental como en la sociedad en la que este se desenvuelve, así como los recursos que dispone el estado para desarrollar un turismo válido y a largo plazo que permita un crecimiento económica y social.

La finalidad de los objetivos del desarrollo de trabajo de investigación implica Identificar las perspectivas de desarrollo de la provincia de Montecristi como atractivo para ser el quinto polo turístico y explotarlo de manera sostenible

presentando estrategias para lograr ingresos locales y nacionales, desarrollando la economía de la población de Montecristi.

Esta investigación tendrá como Objetivo General: Analizar la perspectiva y desarrollo turístico del corto, mediano y largo plazo, zona noroeste del caso Montecristi.

Al establecer el objetivo general, éste sólo podrá lograrse con objetivos específicos que permitirán alcanzar la meta de lograr un desarrollo del turismo en Montecristi, estos serán: Señalar los principales problemas que afectan La Zona Noroeste: Montecristi, Investigar los riesgos de gestión turística, Establecer la importancia de conservar los recurso culturales de Montecristi, Investigar las estrategias que implementa Mitur para el desarrollo Turístico de Montecristi, Identificar factores de desarrollo económico para el beneficio de la población local, los promotores, comercializadores de servicios y productos turísticos, Presentar estrategias para lograr los mayores ingresos y demanda del destino, Reestructurar el acondicionamiento vial hacia la zona, Determinar cuáles de las actividades que se desarrollan en las zonas son las que tienen mayor impacto en la sostenibilidad de esta, Identificar los principales recursos y atractivos turísticos con los que cuenta la provincia, para colocarla como una de las zonas más visitadas del país, Incentivar el desarrollo y crecimiento del polo turístico Montecristi.

El proyecto consta de tres capítulos: Marco Teórico, Metodología y la Presentación con un análisis de resultados.

Justificación

Tomando en cuenta que los recursos naturales y culturales pueden constituir un importante factor de desarrollo turístico, en los ámbitos local y regional, a través de su aprovechamiento racional y sustentable, surge el interés por desarrollar una investigación que permita identificar los recursos con los que cuenta La Zona Noroeste: Montecristi. Determinar los recursos susceptibles de aprovechamiento turístico a través de una adecuada planificación, siendo la importancia de realizar este estudio la intención de conocer cuáles son las oportunidades de la provincia de Montecristi como un destino turístico que permita acrecentar la incipiente afluencia turística. Esto permitirá el despegue de la provincia como un nuevo punto de inversión dentro del ramo de productos turísticos de República Dominicana y con ello despuntar posibles fuentes de empleo para los habitantes de dicho municipio.

Mediante este análisis se pretende identificar las perspectivas de desarrollo para la zona noroeste, Montecristi conocido como quinto polo turístico destacando los potenciales de desarrollo a corto, mediano y largo plazo.

La provincia se posiciona como quinto polo turístico, esta es hogar de playas vírgenes, montañas, museos, casas antiguas, manglares, islotes, cayos y una rica gastronomía, de acuerdo con lo resaltado por Pedro Pablo Díaz, director provincial de turismo. Se podría decir que por la infraestructura vial, su parque de energía renovable, el clúster turístico y cultural ya diseñado para este sector, se considera que Montecristi al igual que Puerto Plata están recibiendo muchos turistas, es una forma de observar que Montecristi posee un potencial de desarrollo turístico cultural

que lo identifica para ser una provincia sostenible a nivel turístico (ACOM CARIBBEAN S.A., 2016). De no tomar en consideración el desarrollo turístico provincial se afectaría gran parte de la economía dominicana, ya que este es el mayor productor de sal marina y banano. Además, afectaría la sostenibilidad del sector turismo para la provincia, lo que conlleva a un desliz en el ámbito laboral y de desarrollo.

La realidad que azota a Montecristi es otra. La infraestructura vial y un puerto en mal estado que no permite la entrada de turistas, un aeropuerto sin vuelos y el deterioro del patrimonio cultural despojan a la provincia del fulgor y brillo que debería de tener como quinto polo turístico. En cambio, si todos y cada uno de estos factores son tomados en cuenta y ejecutados correctamente tendríamos un incremento de visitantes, tasa de empleos y economía tanto para Montecristi como provincia como para la República Dominicana.

No obstante, es de las pocas en el área del caribe que puede pagar seguro por el sol, resaltando la importancia de la zona como única en su categoría en las Antillas y a su vez su diversidad de flora y fauna hace de esta una provincia ecológica, esperando por ser explotada.

Formulación de problema

Planteamiento del Problema

El llamado Morro de Montecristi es una de las 31 provincias de República Dominicana de hermosas vistas, paisaje, flora y fauna natural que enmudecen a cualquiera. La principal actividad de la provincia es la agropecuaria, con producción

importante de guineo, arroz y plátano; sin mencionar lo importante que es la producción de caprinos, ovinos y ganado vacuno. En sus costas, es importante la pesca y la producción de sal (Ecured, 2016).

Se han realizado numerosos estudios de acerca de los siguientes temas: Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo del Ecoturismo en la República Dominicana, Gestión para finalizar el plan turístico de Montecristi y Posicionamiento del destino Montecristi. Esto deja en claro que Montecristi siempre ha estado en el foco para el desarrollo potencial de la provincia donde se ha querido poner en acción distintos planes, gestionar las infraestructura vial y financiamientos donde se destaca el nombre del banco Interamericano de Desarrollo. Todo esto a fines de mejorar su competitividad contra otros destinos y clústeres turísticos de República Dominicana que atraen a los turistas en masa de diferentes intereses y motivaciones.

Como Almonte (2018) resume en los comentarios realizados por el representante de la zona: Los hoteles de Montecristi han aumentado su porcentaje de ocupación por estrategias del Ministerio de turismo que ha trabajado arduamente en el acceso a las playas, cuyo principal problema de acceso eran las carreteras en mal estado

Distintos motivos impulsan al desarrollo turístico, sin embargo, se necesita tener el conocimiento de lo que contiene el destino a explotar de una forma sostenible sabiendo lo que este tiene para ofrecer a la sociedad que reside en sus alrededores. La sociedad tiene que ser primero, o el pueblo, y luego los beneficios que esto trae para el destino y los organismos que invirtieron en el mismo.

Actualmente se trabaja en el diseño de la estrategia del posicionamiento diferenciador de la provincia y en la creación de diferentes productos turístico. El soporte para un futuro prometedor de una provincia que te invita a sumergirte en su historia y su enorme riqueza natural.

Objetivos

Objetivos generales

Analizar la perspectiva y desarrollo turístico del corto, mediano y largo plazo, zona noroeste del caso Montecristi.

Objetivos específicos

Señalar los principales problemas que afectan La Zona Noroeste: Montecristi.

- ❖ Investigar los riesgos de gestión turística.
- ❖ Establecer la importancia de conservar los recursos culturales de Montecristi.
- ❖ Investigar las estrategias que implementa Mitur para el desarrollo Turístico de Montecristi.
- ❖ Identificar factores de desarrollo económico para el beneficio de la población local, los promotores, comercializadores de servicios y productos turísticos.
- ❖ Presentar estrategias para lograr los mayores ingresos y demanda del destino.
- ❖ Reestructurar el acondicionamiento vial hacia la zona.
- ❖ Determinar las actividades que se desarrollan en las zonas afectan sostenibilidad de la provincia.

- ❖ Identificar los principales recursos y atractivos turísticos con los que cuenta la provincia, para colocarla como una de las zonas más visitadas del país.
- ❖ Incentivar el desarrollo y crecimiento del polo turístico Montecristi.

El turismo, concepto, elemento y modalidades turísticas.

La Real Academia de la Lengua Española define el término turismo como la “actividad o el hecho de viajar por placer” y al turista como la “la persona que hace turismo” (Márquez, 2008).

Para Raffino (2020) aunque en definitiva el concepto “turismo” tiene varios significados y variantes, en general el turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria, con una pernoctación en el destino superior a 24 horas. Se engloban las relaciones humanas y la prestación de servicios, hay varios motivos para realizar turismo, culturales, gastronómicos, de salud, entre otros, pero todos involucran o se interrelacionan con el ocio.

Hoy la actividad turística incide sobre una serie de importantes ámbitos de la vida económica social, entre los que estarían:

- ❖ Alojamiento
- ❖ Infraestructura: terrestres aéreas y marítimas
- ❖ Costas, y dentro de estas, las playas, puertos comerciales y turísticos
- ❖ Espacio aéreo: aeropuertos
- ❖ Patrimonio histórico-artístico
- ❖ Contemplación y visita de la naturaleza
- ❖ Ordenación del territorio y urbanismo

❖ Medioambiente en general: contaminación y sostenibilidad

La importancia de la actividad turística nos presenta conceptos primordiales que hacen del turismo una fuente de economía: recurso y producto turísticos. El recurso turístico representa todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda, es lo que desplaza al turista a ir de un destino a otro (Hernandez, 2015).

Según Merino & Porto (2015) el producto turístico en el sentido material abarca tanto a los bienes físicos como a los servicios que caracterizan a un destino específico y que forman parte de la experiencia que vive un turista en el lugar.

La actividad turística desde el punto de vista medioambiental, económico y social: Ventajas e inconvenientes.

El espacio geográfico constituye la plataforma de soporte físico para todos los procesos sociales que se lleva lo que no podría ser de otro modo el turismo. Es de conocimiento, que es necesario un amplio conjunto de recursos naturales, pero que solo un grupo de esto será encendido estricto auténticos factores de atracción turística.

Los factores ambientales de la actividad turística.

El factor ambiental es primordial para esta investigación para la actividad turística. Los factores ambientales incluyen tanto el clima como también la fuente hidráulica ya sean los ríos lagos y pantanos. Y normalmente cuando buscamos un destino turístico en Internet las primeras fotos que salen son paisajes naturales altamente

envidiables a la vista y que queremos tocar y vivir en persona. Hemos de tomar el factor ambiental muy en cuenta para determinar el tipo de turismo e infraestructura turística que se quiere construir a fines del disfrute y ocio del ser humano. Existen también factores ambientales culturales que comprenden el patrimonio cultural que posee una sociedad en específico, esto engloba: monumentos históricos, museos, artesanía y folclore, entre otros (Márquez, 2008).

El impacto espacial y ambiental.

Las fachadas del ambiente natural y sociocultural que componen significativos recursos turísticos atraen a la gente por su valor estético, recreativo o educativo/científico. Sin embargo, muchos de los mismos aspectos son particularmente sensibles a la alteración debido a las actividades humanas. Los impactos negativos que resultan de un desarrollo turístico adecuadamente planificado e incontrolado pueden fácilmente dañar a los mismos ambientes de los cuales depende el éxito del proyecto. Esto a su vez puede reducir severamente los beneficios del proyecto. En otras palabras, sin una cuidadosa atención al equilibrio entre el volumen y tipo de actividades turísticas, por un lado, y la fragilidad y capacidad de carga de los recursos siendo explotados por otro, los proyectos turísticos pueden ser no sólo ecológicamente dañinos sino también económicamente autodestructivos. Por ejemplo, un creciente número de hoteles ubicados para atraer turistas a un arrecife de coral, fracasan después de pocos años porque los efluentes del hotel, descargados en costa fuera, rápidamente perjudican o matan al arrecife (Wikilibros, 2019) .

El morro de Montecristi

La ley lo declara en 1984 Zona turística y años más tarde, en 1993 se vuelve el Quinto Polo Turístico. Una provincial rebosante de potencial y recursos naturales incalculables de exuberante belleza. En Montecristi, el turismo podría tener un gran despegue ya que casi no llueve condiciones favorables para los visitantes que van a bañarse en sus aguas marinas (ACOM CARIBBEAN S.A., 2016).

Historia

Sus comienzos remontan a 1506 con una aldea de pescadores fundada por Nicolás de Ovando, siendo oficialmente fundada en 1533 repoblada por sesenta familias de las islas canarias y la población desde entonces siguió creciendo hasta ser registrada en 1588 como una de las parroquias que conformaban la isla.

Monte Cristi y Puerto Plata fueron destruidas por las Devastaciones de Osorio en 1606 ordenadas por la Corona española para atacar el comercio ilegal en la costa norte de la isla. Las poblaciones, con sus riquezas materiales, fueron trasladadas hacia el este de la isla para fundar Monte Plata. En 1751, luego de años de abandono, fue refundada la villa de Monte Cristi por orden del rey Fernando VI de Borbón, con la intención de aprovechar las ventajas de su ubicación con respecto al comercio marítimo; la ciudad fue nombrada San Fernando de Monte Cristi en honor al rey Fernando VI.

❖ **Atractivos turísticos**

El Morro: es el lugar emblemático de esta provincia, se trata de una enorme meseta con más de 240 metros de altura, que cuenta con una gran vegetación endémica del lugar.

- ❖ **Producción de Sal:** Montecristi fue la provincia pionera en la producción de Sal, lo cual es una de las actividades económicas que aún se mantiene. También, al mismo tiempo convirtiéndola en una de las principales actividades turística, ya que miles de personas se interesan en conocer todo este proceso.
- ❖ **Casa Museo Máximo Gómez:** En el centro de la ciudad, se encuentra la Casa Museo Máximo Gómez, donde se exhibe la historia de vida de este importante general de origen dominicano que participó en la guerra de la independencia de Cuba. Donde se encuentran todos los objetos que representaban el deseo y la lucha por la libertad de la independencia cubana, junto a su compañero el apóstol cubano José Martí.
- ❖ **Los Manglares:** El Parque Nacional Manglares de Estero Balsa, es un área protegida donde existen humedales con lagunas y manglares, este se encuentra en la Bahía de Manzanillo, posee lugares de gran belleza a los que sus visitantes pueden acceder (Gautier, 2019).

Principales fuentes de ingresos

La principal actividad de la provincia es la agropecuaria, con producción importante de guineo, arroz y plátano; además, es importante la producción de caprinos, ovinos y ganado vacuno. En la costa, es importante la pesca y la producción de sal.

Exportación en crecimiento:

En el 2015 el Listín Diario publicó un artículo donde de acuerdo con informaciones del Centro de Exportación e Importación de la República Dominicana (CEI-RD), el país exporta unos 550 y 600 furgones anuales de sábila pasteurizada. A esa información, Guillermo añadió que “cada contenedor que sale del país lleva unos 4,700 galones con un gel que es uno de los de mejor calidad en el mundo porque es el que tiene el menor contenido de aloína, componente que le da el amargo”. Por otro lado, la sábila se puede cultivar en un gran rango de suelos; deben tener buen drenaje.

Turismo y desarrollo

¿Por qué es importante el turismo en República Dominicana?

El turismo es el corazón de República Dominicana, así como los árboles son el pulmón del planeta, dominicana sin turismo muere. Representa nuestra imagen al mundo y un mal manejo de relaciones públicas podría llevarnos a una amenaza en los ingresos del país.

En el 2018 El Caribe publica un artículo donde se dice que, en la actualidad, la República Dominicana constituye uno de los principales destinos turísticos en el contexto del Caribe, Centroamérica y Suramérica, en términos de generación de divisas, empleos y aportes al Producto Interno Bruto (PIB).

El turismo como Factor de desarrollo

Para Alcántara (2017) el turismo representa una estrategia fuerte de inclusión desfasada en la economía y presenta tres aspectos fundamentales para la

comprensión de amplitud de los efectos económicos del turismo según Figuerola Palomo en su manual de teoría económica del turismo describe tres aspectos económicos del turismo:

Uno de carácter local del impacto económico de la actividad turística, En otras palabras, los factores que en el nivel nacional o regional no tienen importancia, pueden ser cruciales para el desarrollo de la actividad turística en otro lugar

Demanda turística que consideramos por ejemplo la generación de valor agregado una región caracterizada por una demanda turística regional tendría un efecto nulo

Finalmente es la temporalidad de la acción o los periodos estacionalidad de la actividad turística que es una característica típica del sector

El turismo en el camino hacia el desarrollo local.

La actividad turística ha estado ligada fuertemente con el concepto de desarrollo local al ser considerada como una herramienta favorecedora e incentivadora de este proceso económico y social; sin embargo, en muchos de los proyectos turísticos que se desarrollan y que van acompañados de dicho término los beneficios para la comunidad receptora son mínimos e inclusive nulos, situación que se presenta debido a que los modelos y enfoques de planificación y gestión aplicados no han sido adecuados, por lo que vale la pena profundizar en aquellos factores que definen que un proyecto turístico desarrollado con la finalidad de favorecer a la sociedad local cumpla con su objetivo.

En general, tres factores propician el que un proyecto turístico conlleve al desarrollo de un territorio: el control del destino mediante la colaboración del sector público,

privado y social en la búsqueda de beneficios conjuntos, el respeto y aprovechamiento adecuado y responsable de los recursos naturales de la zona, e involucrar de la población local en el proceso de planeación y gestión de la actividad turística a desarrollar. Al seguir dichas bases será entonces posible hablar del turismo como una verdadera herramienta de desarrollo local, de otra forma la actividad turística podrá favorecer la economía de la región, sin embargo, el desarrollo local estará todavía lejos de ser una realidad (Prieto, 2017) .

Propuesta metodológica para el desarrollo de Montecristi.

Es necesario explicar por qué la provincia que abre sus puertas a visitantes para ofrecerle días de descanso y conexión a la naturaleza al lado de una cálida playa de arena blanca necesita una propuesta metodológica. Una propuesta metodológica es una propuesta alternativa de enseñanza-aprendizaje, mediante la implementación de cuatro aspectos estratégicos de la educación, cada una de estos representa las bases de la metodología: integración de las teorías de aprendizaje, didáctica de las ciencias, exploración con fichas de trabajo y aplicación en prototipos (Montealbán, 2015).

Ventajas y desventajas de la explotación del polo turístico Montecristi con relación a los demás.

La provincia de Montecristi a diferencia de la Costa Norte, Samaná y la Costa Oriental, el litoral de la línea noroeste reúne características indispensables e inigualables para el desarrollo turístico como son los bajos niveles de precipitación, zonas primitivas y poco o nada perturbadas, playas hermosísimas sin el más mínimo

nivel de contaminación, alternativas para los recorridos de senderos a pie o en vehículo, observación de aves nativas y migratorias, recorridos en botes, remos o con motores fuera de borda y sobre todo, la gran diversidad de ambientes que le brindan al visitante una parábola muy amplia de alternativas.

En el Decreto 16-93 se ampliaron los límites del parque nacional de Montecristi; para que este polo turístico no corra la misma suerte de los existentes en la costa norte y costa oriental , donde las lagunas han sido rellenadas para instalaciones deportivas y hoteles (Caso Bávaro y Cabarete), los arrecifes de corales han sido dinamitados (Playa Dorada) o simplemente se han transformado la fisiografía del litoral con la construcción de espigones (Juan Dolio), por ello, dicho Decreto es una ventaja de este polo para ayudar al desarrollo de las áreas ecológicas (Mitur, 1993) .

Las lluvias son escasas por lo que hay un sol radiante casi todo el año y es un atractivo más para los turistas que andan en búsqueda de sol y playa.

Dentro de las desventajas que presenta este polo turístico, podemos citar las siguientes:

- ❖ Los hoteles existentes no son suficientes para albergar una cantidad de turistas significativa.
- ❖ No se cuenta con un adecuado sistema de agua potable.
- ❖ Las redes de tendido eléctrico son muy viejas por lo que es muy pobre el servicio que se ofrece.
- ❖ La poca creación de paquetes turísticos destinados a promover las áreas turísticas y ecológicas.

¿Cómo incentivar el desarrollo y crecimiento del quinto polo turístico Montecristi?

Montecristi al igual que otros destinos, posee muchos atractivos, pero esta provincia no ha sido explotada turísticamente. Esta zona del noroeste de la República Dominicana posee excelente infraestructura aeronáutica, en perspectiva de que sea reestructurada para el impulso del turismo.

En el año 2017 se escuchó que, así como la Dirección General de Desarrollo Fronterizo (DGDF) y el Instituto Dominicano de Aviación Civil (IDAC) se llevaron a cabo los procedimientos necesarios para habilitar el Aeródromo Osvaldo Virgil, convirtiéndolo en Aeropuerto Internacional de Montecristi, el Clúster Ecoturístico de esa provincia también aportó su granito de arena.

“Al ser Montecristi el lugar geofísico o territorial dominicano más cercano a territorio estadounidense es de suponer que el envío de los productos agrícolas que se cultivan en la zona, como el banano, primero en exportación a nivel mundial, aumentará, ya que los vuelos acortarán el tiempo de llegada a su destino, preservando aún más su calidad”, indicó el director de la DGDF (Redacción, 2017).

Para el 2019 se finalizó lo que es el 2da parte del parque FV de 116 MW de la República Dominicana realizado por la empresa alemana F&S SOLAR. Una porción de 58MW de la central.

Por lo tanto, esperamos crear nuevas oportunidades para todos los sectores, en este caso con el desarrollo de la carretera Puerto Plata-Montecristi, la obra vial de

85 kilómetros que unificará a las provincias de Puerto Plata y Montecristi, a través de una hilera de comunidades que incentivará el turismo en las comunidades, abrirá las puertas a la inversión y lanzará el desarrollo a gran escala de esta pujante actividad económica.

Instituciones que regulan el turismo

Asociación Dominicana de Operadores de Turismo Receptivo (Opetur):

Entidad que agrupa aquellos tours operadores que operan debidamente autorizados por el Ministerio de Turismo, y quienes tienen como objetivo común, brindar un servicio de calidad a los visitantes extranjeros que persiguen excelencia en los servicios (Opetur, 2019).

Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes, Inc.:

Desde su fundación el 18 de junio de 1962, la Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana, quien fuera conocida hasta el año 2010 como la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES), ha tenido como propósito ser la entidad cúpula en la República Dominicana de la industria turística, teniendo como propósito la representación de los distintos actores del sector turístico ante instancias locales e internacionales; promover el desarrollo de la industria turística; y procurar la acción cohesionada entre el Gobierno y el sector privado (ASONAHORES, 2018).

Organización Dominicana de Turismo Sostenible, ODTS:

Organización cuyo objetivo general es convencer a la sociedad dominicana sobre nuestra realidad de ser un país netamente turístico, y más aún, reconocer que el modelo turístico asumido hasta la fecha se ha convertido en la más importante actividad económica nacional, no obstante, este turismo padecer de ciertas distorsiones e incapacidades para convertirse en sostenible y mantener su crecimiento económico en equilibrio con el desarrollo social y en armonía con el Eco Ambiente (ODTS, 2006).

Marco Referencial

Mónica Molina Hoyo (2019). Del turismo accesible al museo inclusivo: un modelo para la evaluación de la accesibilidad universal en los museos. El caso de Cosmocaixa en Barcelona. España. Universidad Autónoma de Barcelona.

En el tiempo de elaboración de este trabajo de investigación se han identificado futuras líneas de investigación que supondría un nuevo avance en el conocimiento en el área de la accesibilidad y los museos. Desde una aproximación más general a una más específica, se podría anotar la inexistencia de estudios teóricos que traten la accesibilidad universal en los museos como una unidad de estudio, desde todos los aspectos relacionados: los espacios, los servicios, los productos y los recursos humanos. Introduciendo un análisis transversal desde la cultura, el arte, la arquitectura, la ingeniería, el diseño, la psicología, y la sociología.

Así futuras líneas de investigación podrían centrarse en analizar desde un punto de vista teórico, el papel de la accesibilidad en los museos desde las diferentes perspectivas existentes. El punto de vista del visitante y su experiencia, o el De los recursos humanos del museo en referencia a la accesibilidad.

Katuska Carolina Espinoza Espinales (2012). Diseño de una ruta personal y turística en un transporte accesible para personas con movilidad reducida en la ciudad de Guayaquil. Ecuador. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

En cuanto a la accesibilidad según la secretaría de transportes y tránsito de Medellín, (2010) la altura desde la vereda al piso del autobús debe estar entre 360mm medidos sin estar el sistema de inclinación activado. Por lo general en los autobuses de piso bajo solo es necesario trasponer un escalón de alrededor de 320mm sobre el nivel de la calle, además, un mecanismo de doblaje o arrodillamiento permite llevar este escalón a unos 250 mm sobre el nivel del suelo.

Por otro lado, se debe considerar la parada de autobús como otro componente fundamental en el sistema de transportación, en esta es posible elevar el borde para conseguir un acceso casi al nivel del suelo. De esta forma, al añadir al autobús una rampa que pueda desplegarse y resguardar la separación entre el bus y la vereda, o por otro lado se cuenta con un sistema de aproximación a la parada el cual reduzca dicho espacio o separación.

La investigación en el contexto de la relación persona-entorno es mucho más compleja que en el campo de la accesibilidad universal. El carácter dinámico y la

inclusión de los elementos relativos o subjetivos en esa relación añaden complejidad y requieren el desarrollo de metodologías más específicas que las existentes, además de hacer necesario el trabajo sobre muestras longitudinales con datos de panel. Si bien el Método Enabler (Iwarsson e Isacson, 1999) es la referencia en el campo del diagnóstico sobre el nivel de adaptación persona-entorno, éste no puede cubrir la conducta adaptativa que desencadena la intervención de mejora de accesibilidad. Cualquier investigación en este campo será necesariamente intensiva en tiempo y personal, y los resultados siempre sometidos a dificultad de representatividad, validación y rápida obsolescencia dada la inestabilidad de las condiciones personales en las muestras. Por ello sería necesario integrar esta temática de forma más amplia en los grandes instrumentos que investigan la realidad social y sanitaria de las personas con limitación funcional, tales como las personas con discapacidad y las personas en proceso de envejecimiento.

Vania Karina Mendoza Aguirre (2018). La construcción destinada a discapacitados motrices en los atractivos turísticos del distrito de pueblo libre y su relación con la promoción turística de la municipalidad. Perú. Universidad de San Martín de Porres.

Se recomienda establecer mayor rigurosidad a la hora de la renovación de licencias municipales; ya que muchos de los atractivos no cuentan con los servicios adecuados con ordenanza legal; esto a través de supervisiones constantes por parte de los fiscalizadores municipales.

Para promover que los destinos mejoren en su infraestructura las alianzas estratégicas elegidas permitirán cubrir ciertos costos que los asumirá la Municipalidad con terceros para su misma promoción. La creación de redes sociales de los atractivos que no poseen dichas redes vinculadas a la página general de la Municipalidad e Pueblo Libre; esto permitirá el aumento del flujo turístico y por tanto mejorará la imagen del distrito; para que sea motivo de iniciativa para otras Municipalidades.

Marco Conceptual

Pernoctación: la palabra “pernoctare”, que puede traducirse como “pasar la noche fuera de casa”, hace referencia al hecho de permanecer durante la noche en un espacio que no es el hogar habitual. Quien pernocta, por lo tanto, no duerme en su casa (Pérez Porto & Merino, 2017).

Promoción Turística: una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica (Entorno Turístico , 2018).

Demanda Turística: La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegada o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos (Entorno Turístico staff, 2018).

Patrimonio: El patrimonio es el conjunto de los bienes y derechos pertenecientes a una persona, física o jurídica, y que son susceptibles de estimación económica. Históricamente la idea de patrimonio estaba ligada a la de herencia (Ecured, 2006).

Medioambiental: son todos aquellos elementos químicos, físicos y biológicos con los cuales los seres vivos interactúan. En el caso del ser humano, también incluye todos esos elementos culturales y sociales que influyen en su vida (Cardona, 2019).

Neoclásico: Base la renovación de los valores filosóficos y estéticos de la Antigüedad Clásica y el culto a la razón, interpretados como modelos para la construcción de la modernidad (Imaginario, 2015).

Indispensable: es aquello que resulta necesario, imprescindible o fundamental para algo o para alguien. Es un significado que surge por oposición del término dispensable, que, por el contrario, se refiere a aquello que se puede dar, expender o despachar (Significados, 2017).

Relaciones Humanas: son el medio mediante el cual el ser humano puede relacionarse con sus semejantes creando un ambiente armonioso para la convivencia sin importar las diferencias que pueda haber entre una persona y otra. Además, es la forma en como tratamos a los demás y como los demás nos tratan a nosotros (Aula Facil, 2019).

Competitividad: es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación con otras empresas del mismo sector (Milenio, 2015).

Litoral: es el conjunto de grietas y fisuras que genera el oleaje del mar al golpear contra un acantilado, dejando como saldo grandes procesos de sedimentación y de erosión (Guerrero, Geografía Litoral, 2011).

Capítulo II.- Metodología

2.1. Tipo de investigación.

La presente investigación se caracteriza por buscar desde lo descriptivo profundizar en el conocimiento de un fenómeno social que se presenta como importante y sobre el cual no se conocen muchas características. Por ello, se considera adecuado abordar la investigación desde un esquema exploratorio, se parte desde la observación del fenómeno y plantear una serie de estrategias que permitan dar una adecuada solución a la problemática y principalmente darles a los individuos que son parte de esta investigación una oportunidad para hacer cumplir sus derechos y satisfacer sus necesidades.

Se considera que el proceso cualitativo es el adecuado para esta investigación. Ya que se van a reportar los resultados de los puntos de vistas de los informantes para dar una conclusión en la que se tome en cuenta a todos los miembros de este grupo de la población.

2.2. Métodos de investigación.

El estudio se basó en tres modalidades que se describen a continuación:

Analítico: este método implica habilidades de pensamiento crítico y la evaluación de hechos e información relativa a la investigación mediante su proceso. La idea es

encontrar los elementos principales detrás del tema que se está analizando para comprenderlo en profundidad. Por lo tanto, este método permitirá descomponer cada uno de los elementos que afectan el turismo accesible en la Ciudad Colonial.

Inductivo: Se utilizará para sacar conclusiones a partir de hechos, yendo de lo particular a lo general con bases de estudios y experimentación de los diferentes casos. Los datos acumulados nos llevaran a la conclusión de donde se va a sacar el estudio de todos los elementos que impactan de manera negativa el desarrollo accesible de la Ciudad Colonial.

Sintético: con este se pretende resumir con los elementos e informaciones proporcionadas por la red y personas altamente ligadas al proyecto, hacer un razonamiento analítico de la situación presente en La Zona Colonial valiéndonos de los elementos más importantes en aspectos de infraestructura.

2.3. Técnicas de investigación

Encuesta: Se escogerían entre 4-5 días, para encuestar a un total de 500 personas de los cuales el 40% serían turistas, el 35% dueños de locales o empresas en la zona y el 25% de empleados de hoteles u otros establecimientos comerciales de la zona.

Entrevista: Se entrevistará a distintas entidades entre ellas, El Ministerio de Turismo y El Ministerio de Medioambiente para conocer las estrategias que esperan utilizar para implementar las campañas publicitarias a favor del Desarrollo turístico sostenible en la zona.

Fuentes Bibliográficas

(s.f.). Obtenido de <https://m.elcaribe.com.do/2018/12/22/montecristi-la-ciudad-del-morro-y-mucho-que-ofrecer/>

Aceranza, M. (. (18 de Agosto de 2016). *¿Qué es el turismo sostenible?* Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-sostenible/#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20la%20Organizaci%C3%B3n,procesos%20ecol%C3%B3gicos%20esenciales%2C%20la%20diversidad>

Acercate a RD. (20 de Septiembre de 2015). *Turismo cultural en la República Dominicana*. Obtenido de Acercate a RD: <https://www.acercateard.com/es/turismo-cultural-en-la-republica-dominicana>

ACOM CARIBBEAN S.A. (1 de Agosto de 2016). *Turismo en Monte Cristi*. Obtenido de Republica Dominicana Live: <http://www.republica-dominicana-live.com/montecristi/turismo.html>

Acosta, E. (16 de Febrero de 2020). *El Carnaval Vegano: La Mayor Fiesta de la Ciudad de La Vega*. Obtenido de Conectate: <https://www.conectate.com.do/articulo/carnaval-vegano-republica-dominicana/#:~:text=El%20Carnaval%20Vegano%3A%20La%20Mayor%20Fiesta%20de%20la%20Ciudad%20de%20La%20Vega&text=El%20carnaval%20Vegano%20inici%C3%B3%20en,el%20pueblo%20de%20La%20Vega>

Acosta, M. (5 de Agosto de 2019). *Influencer, vlogger o youtuber, ¿cuál es mejor para tu empresa?* Obtenido de Blog mail relay:

https://blog.mailrelay.com/es/2018/12/18/influencer-vlogger-o-youtuber#Que_son_los_vloggers

Adames, H. (04 de Septiembre de 2015). Montecristi, la otra cara de su economía. *Listin Diario*, págs. 14-15.

Agramonte, G. (17 de Octubre de 2018). El turismo de RD ocupa primeros lugares de la región en generación de ingresos. *El Caribe*, págs. 16-17.

Alcantara, C. (19 de Octubre de 2017). *El turismo como factor de desarrollo: caso de Sergino-Brasil*. Obtenido de Universitat de Barcelona:
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAAdJS_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Almonte, W. (22 de Diciembre de 2018). *Montecristi la ciudad del morro y mucho que ofrece*. Obtenido de El Caribe:
<https://m.elcaribe.com.do/2018/12/22/montecristi-la-ciudad-del-morro-y-mucho-que-ofrecer/>

Arauz, I. (20 de Mayo de 2010). *Eumed*. Obtenido de Analisis del sistema turistico del canton de Buenos Aires: Insumo para un diseño de pla de desarrollo rural: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/index.htm>

Arecoa. (13 de Mayo de 2019). *El músculo del turismo como principal motor económico de RD*. Obtenido de Arecoa:
<https://www.arecoa.com/marketing/2019/05/13/musculo-del-turismo-principal-motor-economico-rd/>

ASONAHORES. (1 de Octubre de 2018). *Asonahores* . Obtenido de Asonahores

Web site: <https://www.asonahores.com/asonahores/quienes-somos/>

Asonahores. (27 de Noviembre de 2019). *Quienes somos*. Obtenido de

Asonahores: <https://www.asonahores.com/asonahores/quienes-somos/>

Aula Facil. (12 de Septiembre de 2019). *¿Qué son las Relaciones Humanas?*

Obtenido de Aula Facil:

<https://www.aulafacil.com/cursos/autoayuda/relaciones-humanas/que-son-las-relaciones-humanas->

[I40368#:~:text=Las%20Relaciones%20Humanas%20son%20el,entre%20una%20persona%20y%20otra.](https://www.aulafacil.com/cursos/autoayuda/relaciones-humanas/que-son-las-relaciones-humanas-140368#:~:text=Las%20Relaciones%20Humanas%20son%20el,entre%20una%20persona%20y%20otra.)

Aula Facil. (19 de Mayo de 2019). *Relaciones Humanas*. Obtenido de Aula facil:

<https://www.aulafacil.com/cursos/autoayuda/relaciones-humanas/que-son-las-relaciones-humanas-140368>

Ayuda en Acción. (Junio de 2017). *Turismo comunitario, sinónimo de progreso y*

crecimiento. Obtenido de Ayuda en Accion:

<https://ayudaenaccion.org/ong/blog/sostenibilidad/turismo-comunitario-sinonimo-progreso-crecimiento/>

Banco Mundial. (13 de Mayo de 2020). *República Dominicana: Panorama General*.

Obtenido de Banco Mundial Org:

<https://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview>

- Batista, S. (26 de Abril de 2018). *Punta Rucia y La Ensenada, dos destinos en una sola vía*. Obtenido de Hoy: <https://hoy.com.do/punta-rucia-y-la-ensenada-dos-destinos-en-una-sola-via/>
- Batista, W. J. (2019). Campaña para el fomento del turismo en la provincia de Montecristi, Rep. Dom. Año 2019. *Estrategia de MEdios*. Unapec, Santo Domingo, República Dominicana.
- Borges, V. (19 de Noviembre de 2019). *¿Qué es “target”?* Obtenido de Método Marketing: <https://metodomarketing.com/que-es-target/>
- Brito, A. M. (16 de Septiembre de 2016). *Factores ambientales del turismo sustentable, y el enfoque de la planeación estratégica*. Obtenido de Eumed: <https://www.eumed.net/ce/2006/amb.htm>
- Cáceres, L. C. (17 de Abril de 2018). *Geografía turística*. Obtenido de Overblog: <http://geografiaturisticalacc.over-blog.es/pages/Turismo-cultural-7221142.html>
- Calderon, J. F. (15 de Julio de 2018). *Centro Mexicano para la Filantropia*. Obtenido de El concepto de responsabilidad social empresarial: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Campins, E. (1994). *Residuos*. México: Universidad Autonoma del Carmen.
- Cano, T. P. (17 de Mayo de 2018). *Turismo en las ciudades históricas: la ciudad sostenible*. Obtenido de PDF: <file:///C:/Users/20152144/Downloads/1227-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1227-1-10-20130122.pdf>

Cardona, A. (12 de Noviembre de 2019). *Que es el medio ambiente definicion y resumen*. Obtenido de Ecologia verde: <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>

Castillo, M. (29 de Agosto de 2019). *El colorido Carnaval de Montecristi en Dominicana*. Obtenido de Sobre Caribe: <https://sobrecaribe.com/2012/01/04/el-colorido-carnaval-de-montecristi-en-dominicana/>

Castros, J. (17 de Julio de 2016). *Los 10 Polos Turísticos de la República Dominicana*. Obtenido de Polos Turisticos RD Wordpress: <https://polosturisticosrdwordpress.wordpress.com/2016/07/17/los-10-polos-turisticos-de-la-republica-dominicana/>

Cemceso. (6 de Julio de 2006). *Montecristi-Cultura*. Obtenido de Provincias Dominicanas: <http://www.provinciasdominicanas.org/montecristi-cultura/>

Centeno, L. (Mayo de 20 de 2020). *Las comidas mas populares del mundo*. Obtenido de Cocina y Vino: <https://www.cocinayvino.com/mundo-gourmet/viajes/las-comidas-mas-populares-del-mundo/>

Ceslu. (18 de Noviembre de 2019). *Cayo Arena*. Obtenido de Ceslu: <https://ceslu.com/lugares-y-actividades/cayo-arena>

CONSEJERÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN. (17 de Marzo de 2017). *Boletin oficial de la Rioja*. Obtenido de ias1.larioja.org: https://ias1.larioja.org/boletin/Bor_Boletin_visor_Servlet?referencia=4873869-1-PDF-508183-X

- Corcino, A. (27 de Junio de 2019). *Montecristi, “somos una realidad que lo tiene todo”: sol, playa, gastronomía e historia I de II*. Obtenido de ElCaribe: <https://www.elcaribe.com.do/2019/06/27/montecristi-somos-una-realidad-que-lo-tiene-todo-sol-playa-gastronomia-e-historia-i-de-ii/#>
- Cordero, J. C. (27 de Octubre de 2015). *Comunidad Receptora: Elemento esencial en la gestión turística*. Ciudad de Mexico, Estado de Mexico, México.
- Cortada, D. M. (1 de Enero de 2006). *OEI*. Obtenido de Turismo conceptos: <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Cortiñas, H. N. (6 de Septiembre de 2018). *¿Cuántos años le faltan a RD para ser un país desarrollado?* Obtenido de El dinero: <https://www.eldinero.com.do/67765/cuantos-anos-le-faltan-a-rd-para-ser-un-pais-desarrollado/>
- Cyberclick Academy. (9 de Enero de 2020). *Marketing Digital o Marketing Online*. Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/marketing/marketing-online-o-marketing-digital-que-es>
- Diario Libre. (10 de Diciembre de 2013). *Montecristi: un encuentro con la historia*. Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/revista/montecristi-un-encuentro-con-la-historia-DNDL414557>
- Econoticias. (3 de Febrero de 2017). *Econoticias*. Obtenido de ¿Qué es el turismo sostenible?: <https://www.ecoticias.com/sostenibilidad/132017/turismo-sostenible>

Ecotumismo . (26 de Marzo de 2011). *Ecotumismo ORG*. Obtenido de El turismo como herramienta para la conservación:

<http://www.ecotumismo.org/turismo-como-herramienta-para-la-conservacion/>

Ecured. (8 de junio de 2006). *Patrimonio*. Obtenido de Ecured.cu:

<https://www.ecured.cu/Patrimonio#Definiciones>

Ecured. (23 de Agosto de 2016). *Provincia de Montecristi*. Obtenido de Ecured

Web Site:

[https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_\(Rep%C3%ABblica_Dominicana\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_(Rep%C3%ABblica_Dominicana))

Ecured. (8 de Mayo de 2016). *Significado de Patrimonio*. Obtenido de Ecured:

<https://www.significados.com/patrimonio/#:~:text=Patrimonio%20en%20Der echo,patrimonio%20activo%20y%20patrimonio%20pasivo.>

Ecured. (4 de Enero de 2017). *Provincia de Montecristi (República Dominicana)*.

Obtenido de Ecured:

[https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_\(Rep%C3%ABblica_Dominicana\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Montecristi_(Rep%C3%ABblica_Dominicana))

EcuRed. (30 de Enero de 2019). *Turismo de salud*. Obtenido de EcuRed:

https://www.ecured.cu/Turismo_de_salud#.C2.BFQu.C3.A9_es.3F

EcuRed contributors. (31 de Agosto de 2019). *Provincia de Montecristi (República Dominicana)*. Obtenido de Ecured:

[https://www.ecured.cu/index.php?title=Provincia_de_Montecristi_\(Rep%C3%BAblica_Dominicana\)&oldid=3536180](https://www.ecured.cu/index.php?title=Provincia_de_Montecristi_(Rep%C3%BAblica_Dominicana)&oldid=3536180)

El Caribe. (17 de Octubre de 2018). *El turismo de RD ocupa primeros lugares de la Región en generacion de ingresos*. Obtenido de El caribe. com:
<https://m.elcaribe.com.do/2018/10/17/el-turismo-de-rd-ocupa-primeros-lugares-de-la-region-en-generacion-de-ingresos/>

El Día. (12 de Julio de 2011). Turismo Rural. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.

El Diario Libre. (16 de Noviembre de 2010). *Danilo dice que de ganar en 2012 el turismo seria locomotora del desarrollo*. Obtenido de diariolibre:
<https://www.diariolibre.com/actualidad/danilo-dice-que-de-ganar-en-2012-el-turismo-seria-locomotora-del-desarrollo-OMDL268723>

Enciclopedia Dominicana SOS. (5 de Enero de 2018). *Montecristi*. Obtenido de enciclopediadominicanasos.org:
<http://enciclopediadominicana.org/Montecristi>

Energy auditor. (29 de Octubre de 2018). *¿QUÉ ES EL MEDIO AMBIENTE?*
Obtenido de Energy Auditor: <https://www.energyauditor.es/que-es-el-medio-ambiente/#:~:text=En%20resumen%2C%20el%20medio%20ambiente,que%20influyen%20en%20su%20vida.>

Entorno Turístico . (28 de Abril de 2018). *Promocion turistica: que es y cual es su importancia en los destinos turisticos*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>

Entorno Turístico. (15 de Julio de 2017). *Qué es la demanda turística y su clasificación*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/#:~:text=El%20consumo%20de%20lugares%20tur%C3%ADsticos,gastado%20u%20otros%20datos%20estad%C3%ADsticos.>

Entorno Turístico. (20 de Mayo de 2018). *Promoción turística: Qué es y cuál es su importancia para los destinos turísticos*. Obtenido de Entorno Turístico :

<https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>

Entorno Turístico. (5 de Abril de 2019). *¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?* Obtenido de Entorno Turistico:

<https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

Entorno Turístico. (14 de Enero de 2019). *Los 6 elementos del sistema turístico*.

Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/los-6-elementos-del-sistema-turistico/>

Entorno Turístico staff. (5 de Septiembre de 2018). *La demanda turística, clasificación*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/>

Estévez, R. (15 de Marzo de 2011). *Eco inteligencia*. Obtenido de ¿Qué es la huella ecológica?: <https://www.ecointeligencia.com/2011/03/que-es-la-huella-ecologica/>

Fernandez, J. B., Milá , J. G., Ubierna, J. J., Torralba, C. R., & Guerras, J. S. (15 de Diciembre de 2005). *MANUAL PARA UN ENTORNO ACCESIBLE*. Obtenido de Futurnet : <https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO17241/manualparaunentornoaccesible.pdf>

Fondo Monetario Internacional. (19 de Abril de 2018). *El FMI: Datos básicos*. Obtenido de IMF ORG: <https://www.imf.org/es/About/Factsheets/IMF-at-a-Glance>

Garcia Lopez, R. (23 de Abril de 2020). *Sostenibilidad – Problemas del turismo masivo que hay que evitar cuando se reactiven los viajes*. Obtenido de Aprendedeturismo: <https://www.aprendedeturismo.org/sostenibilidad-problemas-del-turismo-masivo-que-hay-que-evitar-cuando-se-reactiven-los-viajes/>

Gautier, J. (5 de Agosto de 2019). *Atracciones turísticas de Monte cristi*. Obtenido de Lets go RD: <https://www.letsgotodr.com/atracciones-turisticas-de-montecristi/>

GeoEnciclopedia. (5 de Agosto de 2019). [geoenciclopedia.com/actividades-economicas/](https://www.geoenciclopedia.com/actividades-economicas/). Obtenido de GeoEnciclopedia: <https://www.geoenciclopedia.com/actividades-economicas/>

Glosario Turístico. (18 de Diciembre de 2018). *Glosario* . Obtenido de Oferta Turística: <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/oferta-turistica#:~:text=La%20oferta%20tur%C3%ADstica%20es%20el,o%20consumidos%20por%20los%20turistas>

Go Dominican Republic. (6 de Marzo de 2020). *Parque Nacional El Morro*. Obtenido de Go Dominican Republic: <https://www.godominicanrepublic.com/es/poi/parques-nacionales-areas-protegidas/montecristi-es/el-morro-parque-nacional-montecristi/>

Godoy, J. N. (26 de junio de 2011). El capital humano en la atención al cliente. Carabobo, Valencia, Venezuela.

Guerrero, P. (6 de Diciembre de 2011). *Geografía litoral*. Obtenido de Geografía la guía: <https://geografia.laguia2000.com/general/geografia-litoral#:~:text=%E2%80%9CLitoral%E2%80%9D%20es%20el%20conjunto%20de,de%20sedimentaci%C3%B3n%20y%20de%20erosi%C3%B3n.>

Guerrero, P. (6 de Diciembre de 2011). *Geografía Litoral*. Obtenido de Geografía : <https://geografia.laguia2000.com/general/geografia-litoral>

Hernandez, C. (11 de Marzo de 2015). *RECURSOS TURÍSTICOS*. Obtenido de Prezi web site: <https://prezi.com/d8c8ylzlr6zn/recursos-turisticos/>

Hilario, Y. (13 de Abril de 2019). *Casa de recuperación: hospedaje y atención médica*. Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/estilos/buena-vida/casa-de-recuperacion-hospedaje-y-atencion-medica-FD12551774>

- Hisour. (1 de Mayo de 2018). *Turismo rural*. Obtenido de Hisour:
<https://www.hisour.com/es/rural-tourism-39224/>
- Hoyo, M. M. (20 de Mayo de 2019). Del turismo accesible al museo inclusivo: Un modelo para la evaluación de la accesibilidad universal en los museos. El caso del Cosmocaixa en Barcelona. Barcelona, Madrid, España.
- Imaginario, A. (Enero de 6 de 2015). *Neoclasicismo: características de la literatura y el arte neoclásicos*. Obtenido de Cultura genial:
<https://www.culturagenial.com/es/neoclasicismo/#:~:text=El%20neoclasicismo%20fue%20un%20movimiento,la%20construcci%C3%B3n%20de%20la%20modernidad.>
- Imaginario, A. (3 de Febrero de 2015). *Neoclasicismo: características de la literatura y el arte neoclásicos*. Obtenido de Cultura Genial:
<https://www.culturagenial.com/es/neoclasicismo/>
- Importancia. (24 de Febrero de 2018). *Importancia del Turismo*. Obtenido de Importancia: <https://www.importancia.org/turismo.php>
- Institucional Dominicana. (9 de Junio de 2019). *5 tipos de turismo que son tendencia en este 2019*. Obtenido de Institucional Dominicana:
<http://www.institucionaldominicana.com/5-tipos-turismo-tendencia-este-2019/>
- Lara, F. (2010). *Reminiscencias de un bananero de Fernando de Lara Viñas*. Santo Domingo: Corripio.

Línea Verde. (7 de Enero de 2020). *La huella Ecología*. Obtenido de Linea Verde Ceuta: <http://www.lineaverdeceutatrace.com/lv/guias-buenas-practicas-ambientales/habitos-vida-sostenible/la-huella-ecologica.asp>

Listin Diario. (4 de Septiembre de 2015). *Montecristi, la otra cara de su economía*. Obtenido de Listin Diario. com: <https://listindiario.com/elnorte/2015/09/04/386816/montecristi-la-otra-cara-de-su-economia>

Livio. (8 de Julio de 2018). *Organizaciones Dominicanas*. Obtenido de Livio: <https://www.livio.com/directorio/organizaciones/organizaciones-turisticas/>

Luis, J. (10 de Febrero de 2016). *Parque Nacional Montecristi*. Obtenido de Por Conocer: <https://www.porconocer.com/republica-dominicana/parque-nacional-monte-cristi.html>

Mañéz, R. (1 de Noviembre de 2019). *Precio publicidad facebook ads*. Obtenido de Ruben Manez: <https://rubenmanez.com/precio-publicidad-facebook-ads/>

Márquez, A. R. (27 de Febrero de 2008). *El Municipio Turitico: Régimen Jurídico y propuesta para mejora*. Obtenido de Universidad de Granada: <https://hera.ugr.es/tesisugr/18608784.pdf>

Medium. (2018 de Septiembre de 2018). *¿Cuanto cuesta un anuncio en instagram?* Obtenido de Medium: <https://medium.com/sporahub/cu%C3%A1nto-cuesta-crear-un-anuncio-en-instagram-8570567c5026>

Merino, M., & Porto, J. P. (18 de Noviembre de 2015). *Definicion de producto turístico*. Obtenido de Definicion. de: <https://definicion.de/producto-turistico/>

Mesquita, R. (19 de Julio de 2020). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Mi país geografía. (2011 de Mayo de 201). *Monte Cristi*. Obtenido de Mi país: https://jmarcano.com/mipais/geografia/province/prov_mcristi.html

Milenio. (26 de Junio de 2015). *Competitividad, concepto e importancia*. Obtenido de Milenio.com: <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>

Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo. (25 de Octubre de 2017). *Plan para el desarrollo económico local Montecristi*. Obtenido de Economía.gob.do: [http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/Planes%20para%20el%20Desarrollo%20Economico%20Local%20Provinciales%20y%20Regionales/MONTECRISTI%20-%20IMPRESA%20%5BCC%5D%20\(1\).pdf](http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/Planes%20para%20el%20Desarrollo%20Economico%20Local%20Provinciales%20y%20Regionales/MONTECRISTI%20-%20IMPRESA%20%5BCC%5D%20(1).pdf)

Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo. (11 de Diciembre de 2018). *Análisis de la oferta formativa identificada en las*. Obtenido de Economía.gob.do: <http://economia.gob.do/wp-content/uploads/drive/UAAES/Textos%20de%20Discusion/td-no-29-analisis%20de%20la%20oferta%20formativa-Maria%20Majluta.pdf>

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (25 de Marzo de 2016).

Monte Cristi. Obtenido de Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales: <https://ambiente.gob.do/informacion-ambiental/informacion-provincial/monte-cristi/>

Ministerio de Turismo. (31 de Diciembre de 2016). *RENDICIÓN DE CUENTAS*

2016. Obtenido de Ministerio de Turismo:

http://www.mitur.gob.do/transparencia/images/docs/plan_estrategico/Logros%202016/Rendicion%20de%20Cuentas%202016.pdf

Ministerio de Turismo. (20 de Enero de 2018). *Bienvenido a Montecristi*. Obtenido de Ministerio de Turismo web site:

<https://www.godominicanrepublic.com/es/montecristi/>

Ministerio de Turismo. (7 de Febrero de 2018). *Bienvenidos a Montecristi*.

Obtenido de Go Dominican Republic:

<https://www.godominicanrepublic.com/es/montecristi/>

Ministerio de Turismo. (9 de Julio de 2018). *Quienes somos*. Obtenido de Mitur :

<http://mitur.gob.do/quienes-somos/>

Mitur. (1 de Diciembre de 1993). *Base Legal*. Obtenido de Dpp-mitur.do:

https://www.dpp-mitur.gob.do/uploads/BASE_LEGAL/DECRETOS/DEC_1993_0016.pdf

Monte, J. A. (Septiembre de 14 de 2014). *Infraestructura y Superestructura*

Turística. Obtenido de Slideshare:

<https://es.slideshare.net/justoamadordelmonte/infraestructura-ttca-1#:~:text=2.-,1.,%2C%20puertos%2C%20aeropuertos%2C%20etc.>

Montealbán, J. T. (26 de Agosto de 2015). *¿Qué es la propuesta científica?*

Obtenido de OEI. es:

<https://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/?Que-es-la-propuesta-metodologica>

Montecristi Republica Dominicana. (15 de Septiembre de 2015). *¿Donde comer?*

Obtenido de venamontecristi: <https://venamontecristi.com/donde-comer/>

Montecristi Republica Dominicana. (10 de Septiembre de 2015). *Ven a Montecristi.*

Obtenido de venamontecristi: <https://venamontecristi.com/donde-comer/>

ODTS. (8 de Julio de 2006). *ODTS*. Obtenido de Organización Dominicana de

Turismo Sostenible:

http://www.odt.org.do/j/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=63&lang=en

OMT. (30 de Mayo de 2007). *Media UNWTO org*. Obtenido de Entender el

turismo: Glosario básico: <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Opetur. (15 de Agosto de 2019). *Opetur*. Obtenido de Opetur Web Site:

<https://opetur.net/o/who-we-are/>

Ortega, B. (18 de Abril de 2019). *Conectate.com*. Obtenido de La Zona Colonial de

Santo Domingo: Un refugio de Corazones Bohemios:

<https://www.conectate.com.do/articulo/zona-colonial-santo-domingo-republica-dominicana/>

Ortega, B. (3 de Noviembre de 2019). *Reloj de San Fernando de Montecristi*.

Obtenido de Conectate: [https://www.conectate.com.do/articulo/reloj-san-fernando-de-montecristi-republica-dominicana/Bethania Ortega](https://www.conectate.com.do/articulo/reloj-san-fernando-de-montecristi-republica-dominicana/Bethania%20Ortega)

Perdomo, L., Arias, Y., León, Y., & Wege, D. (3 de Agosto de 2010). *Áreas importantes para la conservación de las aves en la República Dominicana*.

Obtenido de Grupo Jaragua:

http://www.grupojaragua.org.do/documents/AICAS/DR-IBAS_2010_DO001_Cayos_Siete_Hnos.pdf

Pérez Porto, J., & Merino, M. (20 de Febrero de 2017). *Pernoctar*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/pernoctar/>

Porto, J. P., & Merino, M. (20 de Abril de 2015). *Pernotar*. Obtenido de Definicion de: <https://definicion.de/pernoctar/>

Prieto, M. S. (4 de Noviembre de 2017). *Es el turismo una verdadera herramienta de desarrollo local*. Obtenido de Entorno turistico:

<https://www.entornoturistico.com/es-el-turismo-una-verdadera-herramienta-de-desarrollo-local/>

Pujols, D. (3 de Noviembre de 2017). *Punta Rucia rumbo a un turismo comunitario*.

Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/actualidad/punta-rucia-rumbo-a-un-turismo-comunitario-ME8512680>

Puntes, S. T. (25 de Noviembre de 2018). *Deuda total del país equivale a 51.6 % del PIB*. Obtenido de Diario Libre:

<https://www.diariolibre.com/economia/deuda-publica-total-alcanzo-su-nivel-mas-alto-en-18-anos-CM11481102>

Raffino, M. E. (23 de Enero de 2020). *Concepto de turismo*. Obtenido de

Concepto. de: <https://concepto.de/turismo/>

Ramírez, J. C. (2017). *Turismo Sostenible en espacios insulares: El caso de Ibiza (España)*. España: Universidad Autonoma de Barcelona.

Ramis, M. A. (2016). *Análisis socio-espacial de la estacionalidad turística en Mallorca*. Francia: Universitat de les Illes Balears.

Redacción. (1 de Noviembre de 2017). *Aeródromo Oswaldo Virgil pasa a ser Aeropuerto Internacional de Montecristi*. Obtenido de Las calientes del sur.com: <https://lascalientesdelsur.com/nacionales/56481/aerodromo-osvaldo-virgil-pasa-a-ser-aeropuerto-internacional-de-montecristi.html>

Revista Mercado. (27 de Agosto de 2018). *La tierra del banano power “made in dr”*. Obtenido de Revista Mercado: <https://www.revistamercado.do/la-tierra-del-banano-power-made-in-dr/>

Rey, R. J. (20 de Abril de 2020). *Municipio de San Lorenzo de Guayubín de la Provincia Montecristi*. Obtenido de conectate.com.do:

<https://www.conectate.com.do/articulo/san-lorenzo-de-guayubin-montecristi-republica-dominicana/>

Rios, P. (18 de Septiembre de 2018). *USDA*. Obtenido de Los Recursos Culturales De El Yunque:

https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE_DOCUMENTS/stelprd3805838.pdf

S, M. (17 de Agosto de 2012). *Danilo Medina: "El turismo es el motor de la economía dominicana"*. Obtenido de Arecoa:

<https://www.arecoa.com/destinos/2012/08/17/danilo-medina-%E2%80%9Cel-turismo-es-el-motor-de-la-economia-dominicana%E2%80%9D/>

Servicios Turísticos. (5 de Junio de 2017). *Servicios*. Obtenido de Sites Google:

<https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>

Significados. (26 de Marzo de 2017). *Indispensable*. Obtenido de

Significados.com: <https://www.significados.com/indispensable/>

Sistema Interactivo de Consulta Censo. (4 de Diciembre de 2010). *IX CENSO*

NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. Obtenido de sicen.one.gob.do: <http://sicen.one.gob.do/>

Torres, A. M. (2016). *"Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de Servicios, Restaurantes, Rutas, Productos y Destinos"*. Mexico: Editorial Porrúa.

Tourcert. (19 de Febrero de 2020). *Turismo Comunitario*. Obtenido de Tourcert:

<https://www.tourcert.org/es/projects/turismo-comunitario/>

Turégano, M. Á. (10 de Junio de 2003). *FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO, REDES Y SITUACIÓN DE EMPLEO*. Obtenido de Bitstream:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5116/mast1de2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Turismo en Montecristi. (10 de Febrero de 2018). *Recursos naturales de incalculable valor*. Obtenido de Turismo en Montecristi:

<http://www.republica-dominicana-live.com/montecristi/turismo.html>

UNID. (28 de Enero de 2016). *UNID.EDU*. Obtenido de Fundamentos de turismo:

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/ET/FT/S07/FT07_Lectura.pdf

Union Europea. (13 de Septiembre de 2012). *Informe de resultados*. Obtenido de

ADAPTACIÓN DE PERFILES: http://www.magma-store.com/consejo/ficheros/documentos/1293614370.27_03INFRESULTEN CUESTAFECO.H.pdf

Universidad Tecnologia del Valle del Mezquital. (5 de Febrero de 2019).

Competitividad, concepto e importancia. Obtenido de Milenio:

<https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia#:~:text=De%20las%20definiciones%20anteriores%20podemos, otras%20empresas%20del%20mismo%20sector.>

USDA Forest Service. (2011). *Manual interdisciplinario de investigacion forestal*.

Puerto Rico: International institutios tropical industry.

- Vaquero, M. d. (2 de Diciembre de 2017). El turismo como factor de desarrollo local y regional y las nuevas herramientas de gestión en los modelos de planificación de la actividad. Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Varisco, C. (24 de Junio de 2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los destinos Sol y Playa*. Obtenido de Universidad Nacional del Mar Plata: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Vees Marketing & Technology. (17 de Noviembre de 2019). *¿Qué es el Marketing Offline?* Obtenido de Vees comunicacion: <https://veescomunicacion.com/que-es-el-marketing-offline/>
- Ven a Montecristi. (8 de Mayo de 2018). *Ruta del Arroz y el Banano*. Obtenido de Ven a Montecristi: <https://venamontecristi.com/?ruta=ruta-banana-y-arroz>
- Vila, N. A., Brea, J. F., & Carril, V. P. (13 de Junio de 2012). El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en. Lima, Lima, Perú. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281623577006.pdf>
- Villanueva, G. A. (20 de Junio de 2016). Turismo sostenible y conflicto por el uso de los recursos. Estudio de Caso: Patagonia chilena, Región de Aysén . Barcelona, Barcelona, España.
- Visita Republica Dominicana . (6 de Julio de 2017). *Montecristi, República Dominicana*. Obtenido de Visita República Dominicana org: <https://www.visitarepublicadominicana.org/montecristi>

Wikilibros. (2 de Mayo de 2019). *Impactos ambientales/Desarrollo del turismo*.

Obtenido de Wikilibros web site:

https://es.wikibooks.org/wiki/Impactos_ambientales/Desarrollo_del_turismo

Wolleter, A. (2006). *Elementos para la gestión de destinos turísticos*. Chile:

SERNATUR.

Wolters Kluwer. (5 de Mayo de 2020). *Camping*. Obtenido de Guías Jurídicas

Wolters Kluwer:

https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUNDczNztlUouLM_DxblwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAJxGbeDUAAAA=WKE

Esquema de Contenido

Capítulo I.- Marco Teórico

El turismo, concepto, elemento y modalidades turísticas

La actividad turística desde el punto de vista medioambiental, económico y social: Ventajas e inconvenientes.

Los factores ambientales de la actividad turística.

El impacto espacial y ambiental.

El morro de Montecristi

Historia

Atractivos turísticos

Principales fuentes de ingresos

Turismo y desarrollo

¿Por qué es importante el turismo en República Dominicana?

El turismo como Factor de desarrollo

El turismo en el camino hacia el desarrollo local.

Propuesta metodológica para el desarrollo de Montecristi.

Ventajas y desventajas de la explotación del polo turístico Montecristi con relación a los demás.

¿Cómo incentivar el desarrollo y crecimiento del quinto polo turístico Montecristi? Organización Dominicana de Turismo Sostenible, ODTS

A Instituciones que regulan el turismo.

Asociación Dominicana de Operadores de Turismo Receptivo (Opetur).

Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes, Inc.

Organización Dominicana de Turismo Sostenible, ODTS.

Capítulo II.- Metodología

2.1. Tipo de investigación.

2.2. Métodos de investigación.

2.3. Técnicas de investigación

Anexo #2: Encuesta

1. Genero:

- Mujer
- Hombre

2. Edad:

- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 35 años o mas

3. Ocupación:

- Estudiante
- Empleado
- Desempleado
- Jubilado
- Emprendedor
- Dueño de negocio

4. ¿Ha visitado alguna vez o reside en Montecristi?

- He visitado Montecristi
- Resido en Montecristi
- Nací en Montecristi, pero vivo en otra provincia
- Ninguna de las Anteriores

5. ¿Sabe usted que Montecristi es el Polo Turístico #5 de República Dominicana?

- Si
- No

6. ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación considera usted que serían los mejores para promocionar Montecristi?

- Redes sociales
- Televisión
- Vallas publicitarias
- Radio
- Periódicos

7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en Montecristi?

- Turismo de descanso
- Turismo de Salud
- Turismo Cultural
- Turismo Gastronómico
- Turismo de Aventura
- Turismo de Sol y Playa

8. ¿Qué factores considera usted que impiden el desarrollo turístico de Montecristi?

- El clima
- La economía
- Falta de promoción
- Acceso vial

9. ¿Cuáles de las siguientes atracciones turísticas usted conoce?

- El Morro

- La Casa Museo de Máximo Gómez
- Los Cayos Siete Hermanos
- Playa del Morro
- Punta Rucia
- La Ensenada
- Parque Nacional de Montecristi
- Cayo Arena
- El Reloj Publico de Montecristi
- Ninguna de la Anteriores
- Todas

10. ¿Cuáles de las siguientes atracciones turísticas le gustaría visitar?

- El Morro
- La Casa Museo de Máximo Gómez
- Los Cayos Siete Hermanos
- Playa del Morro
- Punta Rucia
- La Ensenada
- Parque Nacional de Montecristi
- Cayo Arena
- El Reloj Publico de Montecristi
- Ninguna de la Anteriores
- Todas

11. ¿Considera usted que Montecristi tiene el potencial y los recursos turísticos para ser explotado turísticamente?

- Si
- No
- Tal vez

12. ¿Cuáles de las siguientes actividades considera usted que representa la mayor fuente de ingresos de Montecristi?

- Sal
- Pesca
- Arroz
- El banano
- La ganadería

13. ¿Considera usted que el turismo sostenible puede mejorar las condiciones de vida de las personas que viven en las zonas turísticas?

- Si
- No
- Tal vez

14. ¿Cree usted que se sería posible explotar de forma sostenible los recursos naturales de Montecristi para crear infraestructura adecuada para un turismo ecológico?

- Si
- No
- Tal vez

15. ¿Apoyaría usted un proyecto de turismo ecológico (Ecologde) en el parque nacional Montecristi?

- Si
- No
- Tal vez

16. ¿Considera usted que el desarrollo de Montecristi ayudará en la economía de la República Dominicana?

- Si
- No
- No estoy seguro

17. ¿Ha escuchado alguna vez una de estas festividades llevadas a cabo en Montecristi?

- Día de San Fernando Rey, patrono de Montecristi
- Fiestas patronales de Guayubín
- Fiestas patronales de los Hidalgos
- Ninguna de las Anteriores
- Todas

Anexo #3: Entrevista

1. ¿Cuáles son las características demográficas que tiene Montecristi en la actualidad?
2. ¿Qué impacto usted considera que el turismo hará en la economía y la sociedad de Montecristi?
3. ¿Se refiere usted a Cayo Arena?
4. ¿Qué otro aporte artístico tiene Montecristi además del deportivo?
5. Además del arroz y el banano, ¿qué otro alimento se produce más en Montecristi en comparación a otras provincias?
6. ¿Cuáles son las características de la flora y fauna de Montecristi?
7. Montecristi data de mucha historia y es un tipo de turismo que hoy en día atrae muchos mercados, ¿nos puede hablar un poco de eso?
8. ¿Qué otro elemento usted cree que necesita Montecristi para su desarrollo?
9. De acuerdo con la agricultura de Montecristi, ¿dónde usted ve potencial?
10. ¿Cuáles son las condiciones de vida de Montecristi según su punto de vista?
11. ¿Que tanto ha afectado la falta de infraestructura de hoteles a Montecristi?
12. ¿Qué tiene Montecristi para ofrecer en su Artesanía?
13. La comunidad de Montecristi, véase, los residentes, ¿cómo se integrarían en el desarrollo?
14. ¿Qué otros recursos naturales realzan la belleza de Montecristi?
15. ¿Cuáles son las características de la flora y fauna de Montecristi?
16. ¿De qué forma se puede integrar el turismo sostenible en la provincia?

17. Si el turismo en Montecristi despegara y los turistas desearan desplazarse por la ciudad por su cuenta, ¿hay medios de transportes que lleguen al destino?
18. ¿El aeropuerto Osvaldo Virgil es solo de uso interno?
19. ¿Qué actividades turísticas se pueden hacer en Montecristi?
20. Cómo es un aeropuerto pequeño, ¿cuál sería la capacidad de personas que podría albergar los aviones?
21. ¿Qué identificaría a Montecristi para que se llevaran los turistas como Souvenir?
22. ¿Qué puede ofrecer la provincia de Montecristi a los turistas?
23. ¿Hay alguna caseta de MITUR donde se le pueda dar guía a los turistas?
24. ¿Cómo se puede impulsar el turismo en Montecristi?
25. ¿Qué rol juegan las instituciones públicas y privadas en el turismo de Montecristi?
26. ¿Montecristi tiene puertos?
27. ¿Qué considera usted que impide el desarrollo turístico de Montecristi?
28. ¿Qué organizaciones públicas ayudan a Montecristi en su desarrollo turístico?

Anexo #4: Imágenes



1 Bahía del Club de los Pescadores. Fuente: Elaboración propia



2 Sostentantes del caso de estudio en la entrada del Morro de Montecristi. Fuente: Elaboración propia



3 Club del Comercio Inc. Fuente: Elaboración propia



4 Sustentantes del caso de estudio en la Entrada de Montecristi. Fuente: Elaboración Propia



5 Cuadro en la Casa Museo Máximo Gómez. Fuente: Elaboración propia.



6 Sustentantes y guía Milagros Peña en Las Salinas de Montecristi. Fuente: Elaboración propia.

Marco Conceptual

- **Pernoctación:** la palabra “pernoctare”, que puede traducirse como “pasar la noche fuera de casa”, se permanece fuera del hogar durante un tiempo determinado (Porto & Merino, 2015).
- **Promoción Turística:** la página web Entorno Turístico (2018) publicó un artículo sobre la promoción turística en la que la describe como: “una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica”.
- **Demanda Turística:** La demanda turística representa las personas que contribuyen a la actividad turística, se cuantifica según número de entrada y salida, procedencia, entre otros (Entorno Turístico, 2017).
- **Patrimonio:** El patrimonio es el conjunto de los bienes y derechos pertenecientes a una persona, física o jurídica, y que son susceptibles de estimación económica. Históricamente la idea de patrimonio estaba ligada a la de herencia (Ecured, 2006).
- **Medioambiental:** la página web Energy Auditor (2018) explica en un artículo del medio ambiente lo siguiente: “son todos aquellos elementos químicos, físicos y biológicos con los cuales los seres vivos interactúan. En el caso del

ser humano, también incluye todos esos elementos culturales y sociales que influyen en su vida”. El ámbito físico donde se desarrolla la vida.

- Neoclásico: La base la renovación de los valores filosóficos y estéticos de la Antigüedad Clásica y el culto a la razón, interpretados como modelos para la construcción de la modernidad (Imaginario, 2015).
- Relaciones Humanas: medio ambiente donde el ser humano se relaciona con sus semejantes creando un ambiente armonioso para la convivencia sin importar las diferencias que pueda haber entre una persona y otra. Además, es la forma en como tratamos a los demás y como los demás nos tratan a nosotros (Aula Facil, 2019).
- Competitividad: es la capacidad de ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus los demás, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector (Universidad Tecnología del Valle del Mezquital, 2019).
- Litoral: conjunto de grietas y fisuras que genera el oleaje del mar al golpear contra un acantilado, costas y rocas dejando grandes procesos de sedimentación y de erosión (Guerrero, 2011).

PÁGINA DE ANTIPLAGIO

Dustball Plagiarism Report

Score: 100%

propuesta representa para Montecristi el reconocimiento turístico de su carnaval
tales como: Campañas, carteles, folletos, publicidad impresa, radio, televisión, OK
realizaron tres entrevistas, dos actores públicos con cargos gubernamentales y OK
ca Dominicana está experimentando un crecimiento económico para reducir el OK
muestra está compuesta por 385 personas pertenecientes a diferentes grupos OK
destacar que estos datos representan que los entrevistados estaban capacitados OK
entrevista: Se realizaron entrevistas a diferentes personalidades y entidades del OK
vincial rebosante de potencial y recursos naturales incalculables de exuberante OK
blecimientos pueden incluir: aeropuertos, carreteras, agua potable, gestión de OK
 dispone de centros vacacionales equipados para ermitaños y excursionistas que OK
Análisis socio-espacial de la estacionalidad turística en Mallorca OK
de turismo y marketing gastronómico, Institucional Dominicana (2019) define: OK
Determinar los recursos susceptibles de aprovechamiento turístico a través de OK
ti se pueden apreciar interminables manglares bajo nivel pluviométrico anual, OK
das del ambiente natural y sociocultural que componen significativos recursos OK
s negativos que resultan de un desarrollo turístico adecuadamente planificado OK
te de la República Dominicana posee excelente infraestructura aeronáutica, en OK
Análisis socio-espacial de la estacionalidad turística en Mallorca OK
.dames, cuyas recomendaciones académicas y orientaciones nos sirvieron para OK
tra consideraría que crear infraestructura adecuada para el turismo ecológico OK



© 2002-2020 The Plagiarism Checker
<http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>