

Universidad APEC



Decanato de Turismo

ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA EL DESARROLLO DE UN TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

**Trabajo de Grado para Optar por el Título de
Licenciado en Administración Turística y Hotelera**

Sustentantes

Br. Willian David Dietsch	2004-1265
Br. Ada Melba Beras Quezada	2005-1066
Br. Aulio Hernández Puigvert	2006-2298

Asesora

Licda. Julia Abreu

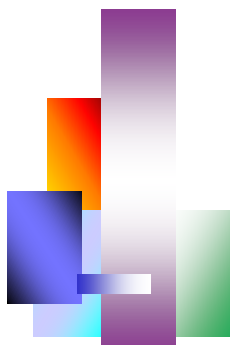
Los conceptos emitidos en el presente trabajo de grado son de la responsabilidad exclusiva de los sustentantes.

Santo Domingo, D. N.

Noviembre, 2011

TEMA:

**ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA EL DESARROLLO
DE UN TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO**



ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.....	i
DEDICATORIAS.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	xi
METODOLOGÍA.....	xiv

CAPITULO I. ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO

1.1 El Turismo	1
1.1.1 Clasificación del Turismo.....	3
1.1.2 Modalidades del Turismo	6
1.2 Producto Turístico	7
1.3 Esquema Básico de los Componentes de la Industria Turística	11
1.3.1 Esquema Básico.....	11
1.4 El Turismo en la República Dominicana.....	12
1.4.1 Breve Historia del Turismo en la República Dominicana.....	12
1.4.2 Según el Prof. Bolívar Troncoso, La Historia del Turismo en República Dominicana.....	15
1.4.3 Desarrollo del Turismo en la República Dominicana	18
1.5 Análisis FODA de la Ciudad de Santo Domingo en el Sector Turístico.....	23

CAPITULO II. EL TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN REPÚBLICA DOMINICANA

2. Turismo Cultural	27
2.1 Historia del Turismo Cultural.....	27
2.2 Situación Actual del Turismo Cultural a Nivel Mundial.....	29
2.3 Situación Actual del Turismo Cultural en Santo Domingo Instituciones que promueven la cultura en Santo Domingo	30
2.4 Instituciones que promueven la Cultura en Santo Domingo	31
2.4.1 Acciones Cultural del Gobierno	33
2.4.2 Ministerio de Turismo	33
2.4.3 Clúster Turístico de Santo Domingo (CTSD)	34
2.4.3.1 Principales propósitos del CTSD.....	35
2.4.4 Otros Organismos Estatales.....	36
2.4.5 Organizaciones no Gubernamentales competentes	37
2.5 Turismo cultural en República Dominicana.....	37
2.6 El Distrito Nacional	38
2.6.1 Características del Distrito Nacional	39
2.6.2 Desarrollo Histórico-Cultural del Distrito Nacional	41
2.6.3 El Futuro del Turismo Cultural en Santo Domingo	42
2.7 Turismo Ecológico De República Dominicana.....	44
2.7.1 Concepto de Ecoturismo.....	44
2.7.2 Historia del Turismo Ecológico en la República Dominicana	45
2.7.3 Situación Actual del Turismo Ecológico en República Dominicana	48

CAPÍTULO III. LA OFERTA DISPONIBLE DE PRODUCTOS

3.1 Inventario de Recursos Culturales para ofrecer.....	50
3.1.1 Los Monumentos	50
3.1.1.1 Monumentos Arquitectónicos Civiles	51
3.1.1.2 Monumentos Arquitectónicos Religiosos.....	55
3.1.1.3 Monumentos Arquitectónicos Militares	58
3.1.1.4 Otros Lugares de Interés Cultural.....	60
3.1.2 Manifestaciones Culturales	65
3.1.2.1 Santorales y Devociones.....	65
3.1.3 Música y Danza	66
3.1.4 Tradiciones y Costumbres	68
3.1.4.1 Carnavales y Festivales	69
3.1.5 Arte y Artesanía.....	71
3.1.5.1 Pintura y Escultura	73
3.1.5.2 Teatro.....	74
3.1.5.3 Materiales de Fabricación Artesanal	76
3.1.6 La Gastronomía Dominicana.....	77
3.1.6.1 Origen de la Gastronomía Dominicana	78
3.1.6.2 Influencia en la Gastronomía Dominicana	78
3.1.6.3 La dieta de la colonia, el inicio de la mezcla.....	79
3.1.6.4 Un Sabor innegable: La Cultura Africana	80
3.1.6.5 Otras Culturas que influyeron en nuestra dieta	81
3.1.6.6 Platos típicos de Santo Domingo.....	82
3.2 Inventario de los Recursos Naturales que pueden ser Ofertados	85

CAPÍTULO IV. LA MEZCLA PROMOCIONAL EN EL SECTOR TURÍSTICO

4.1 Mezcla Comunicacional	87
4.1.1 Conceptualización de Mezcla Promocional o Comunicacional	88
4.1.2 Elementos de la Mezcla Comunicacional.....	89
4.1.2.1 Publicidad	89
4.1.2.2 Venta Personal.....	89
4.1.2.3 Promoción de Ventas.....	90
4.1.2.4 Relaciones Públicas	90
4.1.2.5 Marketing Directo	91
4.1.3 Importancia de la Mezcla Comunicacional para las Empresas	92
4.2 Plan Estratégico Promocional.....	93
4.2.1 Estrategias y Tácticas Promocionales	93
4.3 Importancia de un Plan Promocional para el Sector Turístico	94
4.4 Situación Actual en Santo Domingo para las Oportunidades Promocionales.....	96
4.5 Análisis de Viabilidad para el Desarrollo del Turismo Cultural y Ecológico (Agencia de Viajes)	97
4.5.1 Diseño de la Investigación.....	97
4.5.1.1 Tipo de la Investigación	97
4.5.1.2 Alcance de la Investigación.....	98
4.5.2 Tipo de Muestreo y Determinación del tamaño de la Muestra	98

4.5.2.1 Muestreo por Conveniencia.....	99
--	----

CAPITULO V. ESTRATEGIA PROMOCIONAL DEL TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

5.1 Turismo Cultural	123
5.1.1 Objetivos.....	124
5.1.2 Estrategias y Tácticas Promocionales	124
5.2 Turismo Ecológico	132
5.2.1 Objetivos.....	132
5.2.2 Estrategias y Tácticas Promocionales	132

CONCLUSIÓN	xv
------------------	----

RECOMENDACIONES	xix
-----------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA.....	xxii
-------------------	------

ANEXOS.-

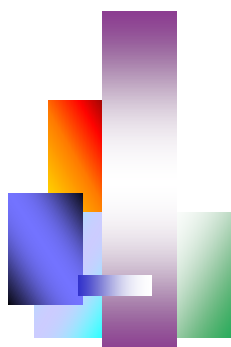
Anexo #1: Anteproyecto.

Anexo #2: Entrevistas

Anexo #3: Índices

Anexo #4: Rutas

AGRADECIMIENTOS



AGRADECIMIENTOS

Primero que todo a Dios, por hacerlo posible, por permitirme llegar a la meta y con la cabeza en alto.

A mi madre Emelina, por todo lo que vale y hace por mí, día a día; por darme la vida y la oportunidad de vivirla a su lado y enseñarme todo lo que se.

A mi hermano Robert, por haberme soportado con todas las histerias de esta carrera universitaria y ayudarme en todo el proceso.

A mis tíos: Bernardo, Carmen, Ricardo, Alba, Mercedes, José, Tomás y sobre todo a Tía Josefina, por ser tan necia e insistente; así como a mi primos.

A mi trío dinámico: Nicky, Mabel y Aidee; por haber sido las mejores compañeras durante toda la carrera y terminamos siendo grandes amigos. Por haber compartido tanto juntos, tantas noches de amanecida y los miércoles del “Desahogo de Ada” donde solo ella hablaba. Ada, sabes que eres mi hermana y has crecido mucho en mí. Te quiero que no te imaginas cuanto!!!

A mis compañeros Ada y Aulio, que compartieron conmigo esta experiencia, única en la vida y que terminamos con una gran amistad. Se les quiere de gratis.

A mis mejores amigos: Virginia, Pedro Julio, Alek, Carmen, Escarlen, Ramón y Roberto. Por haberme aguantado en todo este proceso y compartir tantas memorias buenas. Por poner su granito de arena.

A las cuatro mujeres que me insistieron incansablemente en que volviera a terminar mis estudios: Damaris Molina, Esperanza Vásquez, Joselin Hernández y Yudelka Batista.

A todos mis compañeros de trabajo, toda la Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo; Helen, Mabel, Leidylin y Marian, la combinación perfecta de mujeres, amigas y compañeras. Mi departamento: Félix, Geyca, Faride, Robert, Bolivia y Beltré.

A la Prof. Julia Abreu, que desde el primer momento ha sido una inspiración, recuerdo en Teoría Turística cuando despertó mi real interés por esta carrera, así como en cada materia que recibí de usted; luego, como nuestra asesora al elegirnos como su primer grupo de tesis, demostrando el valor que tenemos para usted, hoy terminamos con mas que una amistad, usted es una madre para mí.

Por último a lo mejor que me deja APEC, la primera amiga que conocí, mi “mols” bella y preciosa, con quien tengo los mejores recuerdos de esos años de estudio Franchesca Esther Ureña Mejía, simplemente Gracias por estar en mi vida.



W. David Dietsch Turbides

AGRADECIMIENTOS

A Dios: Por darme las fuerzas para seguir día tras día luchando por una de las metas que más anhelaba en esta vida. Por escuchar mis oraciones y ser mi guía.

A mis Padres: Miriam Quezada Jiménez y Victoriano Beras Moreno. Gracias por darme la vida y ser parte de ella. Por su apoyo incondicional durante toda mi vida. Por la educación que me han brindado y por los valores que me han enseñado. Me siento orgullosa de tenerlos como padres. LOS AMO.

A mis Hermanos: Leonel Beras Quezada y Wander Federico Beras Quezada, agradezco tenerlos como hermanos y que hayan permanecido a mi lado en esta etapa de mi vida. Los quiero mucho.

A mi Tíos: Alfredo Moreta Jiménez, que más que un tío ha sido como un padre, gracias por brindarme un techo donde vivir, por ser el soporte cuando mis padres no están, a Delis Moreta, Pedro Moreta, Frank Moreta, Norma Moreta, que han sido como mis hermanos en esta trayectoria de mi vida, gracias por su sustento incondicional.

A mis Amigas: Andreina Cruz que gracias a su colaboración hoy puedo decir que termine mis estudios. Gracias, mil gracias por darme una mano cuando más la necesitaba y por confiar en mí. A Lidia Guerrero porque en principio de carrera me brindo el apoyo que necesitaba.

A todos mis compañeros de universidad: En especial a Bianca, Dainirys, Bernardo, Kaira, Julissa, Margaret, David, al trío dinámico, gracias por los bellos momentos que vivimos dentro y fuera de la universidad.

A Ronaldo Ariel : Que de una u otra manera me apoyo en mis estudios. Gracias por estar en algunos de mis momentos de dificultad y felicidad tras estos años.

A mis compañeros de Tesis: Aulio Hernández y David Dietsch por haber compartido más que una experiencia, un logro. David Dietsch (mi botijas) gracias por estar ahí en los momentos que te he necesitado, el cariño hacia ti es inmenso.

A nuestra Asesora: Julia Abreu, gracias por apoyarnos no solo como asesora, sino en toda nuestra trayectoria como estudiantes, para mi sus consejos serán la clave para seguir adelante y triunfar tanto en mi vida profesional como personal.

A todo el que de una u otra manera me brindo su apoyo.



Ada Melba Beras Quezada

AGRADECIMIENTOS

A mis Padres: Debido a que sin ellos yo no estaría donde estoy hoy en día y porque son el eje que me ayuda a seguir adelante.

A mi hermano Eduardo Hernández Puigvert: Por apoyarme en las decisiones que tomo día tras día y por estar en mis buenos y malos momentos por los cuales he pasado hasta ahora y los que todavía me faltan, porque sé que hay estaré.

A mi primo Alanny Carrión Villega: Por enseñarme que aunque pasen mil adversidades y existan obstáculos en la vida, siempre con fe, fortaleza y la decisión correcta, hay una luz al final del camino. Gracias por ser alguien significativo en mi vida y que me impulsa a seguir adelante.

A mis compañeros William David y Ada Beras: Por darme la oportunidad de estar con ellos en este trabajo final y por todas las cosas que hemos pasado juntos, no solamente en el transcurso de la universidad; sino especialmente en estos últimos meses. Gracias por apoyarme, por ser mis compañeros, por convertirse en mis amigos.

A nuestra asesora Julia Abreu: Gracias por estar con nosotros en todo el transcurso de nuestra carrera y especialmente en estos últimos meses. Un agradecimiento especial de mi parte porque honestamente no sentía un gusto por la carrera hasta el momento que usted me dio clase en mi 4^o cuatrimestre; a partir de ese momento, vi la hotelería de un mundo

diferentes y de los campos de los cuales la hotelería y turismo pueden abrir. En ese tiempo, sus palabras me resultaron muy alentadoras y me dieron el empuje para seguir adelante con la carrera y alcanzar mis sueños. Gracias!!!!!!



Aulio Hernández Puigvert

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

El presente trabajo de grado es el resultado del esfuerzo de algunas personas y no estaría completa sin agradecer de una forma muy sincera y especial al Prof. Cesar Caracas; por aceptar colaborar en esta tesis de una manera desinteresada e inesperada, MIL GRACIAS por su apoyo y capacidad para guiar el desarrollo de la misma, ha sido un aporte invaluable. Gracias por colaborar, no solo en el desarrollo de este proyecto, sino también en nuestra formación como profesionales. No cabe duda, su participación enriqueció de una manera significativa el trabajo realizado.

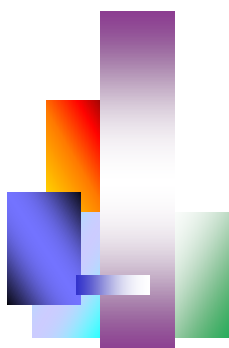
Queremos agradecer también al Prof. Wilson Pou, que con sus grandes conocimientos e importantes aportes, favorecieron el buen desarrollo de este proyecto.

Por ultimo y no menos importantes, a todas las personas que colaboraron de forma indirecta, prestándonos un momento de su preciado tiempo para entrevistarlos , también a los que leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndonos paciencia, dándonos animo y acompañándonos en momentos de crisis y en los momentos de felicidad.

Gracias!!!

Ada, Aulio y David

DEDICATORIAS



DEDICATORIA

A mi madre Emelina Turbides: por ser todo para mí, por siempre estar ahí y ayudarme en todo, nunca darme la espalda; por ser mi amiga, a la vez, y pelear con cada cosa que pasa. Te quiero más de lo que pudiera escribir.

A mi hermano Robert Rosa; están los hermanos de sangre que te los asigna Dios, pero TÚ eres un hermano que escogí YO. Eres de verdad mi pilar y mi apoyo ante cada situación o adversidad que la vida me ha traído. El primero que llamo con cada cosa que pasa. Quien me hala las orejas cuando me porto mal y quien celebra conmigo las cosas buenas.

A mis demás familiares: A Mi padre, Juan Dietsch, por el gran apoyo que recibí desde el inicio de la carrera. A mis hermanos de sangre: Irving, Kevin y Amber. A mi madrastra y amiga que tanto quiero Rosa Cáceres.

Sobre todo quiero dedicarle mi tesis a mis abuelos Fellita y Leonte, que aunque no están, siempre los recordaré con gran amor y cariño, por haberme encaminado y ser responsables del hombre que soy hoy. A ustedes les debo mis valores y este gran logro, que fue su mayor deseo para mí.



W. David Dietsch Turbides

DEDICATORIA

A mi padre: Victoriano Beras Moreno, este logro es suyo. Por siempre estar tan pendiente a mis estudios, por sus consejos y recomendaciones (Estudia varios idiomas, logra buenas calificaciones, tienes que ser la mejor en todo). Por ser mi soporte, por nunca haber escuchado un NO cuando más lo necesitaba. Por su apoyo y por siempre existir la palabra SE BUSCA aunque no se pueda. TE QUIERO

A mi Madre: Miriam Quezada Jiménez, que no puedo dejar de agradecer inicialmente por ser mi madre y más que una madre, una amiga, por darme la vida, por siempre escucharme y aconsejarme cuando la necesito, por apoyarme en mis decisiones y por su comprensión como Madre. Gracias por existir Te quiero.



Ada Melba Beras Quezada

DEDICATORIA

A mis Padres Luis Eduardo Hernández y Fior Daliza Puigvert Mieses: Por darme la oportunidad de seguir adelante con mis estudios y por apoyarme en mis decisiones; en los buenos y malos momentos de mi joven carrera universitaria y por alcanzar mi pasión para que ellos se sientan orgulloso de su hijo más pequeño y sepan que es profesional.



Aulio Hernández Puigvert

INTRODUCCIÓN

El turismo representa uno de los factores principales para el desarrollo de la economía nacional de un país, debido a que es una importante fuente generadora de ingresos, gracias a la gama de atractivos y actividades que complementan su oferta.

Por tal razón, el turismo tanto en el ámbito cultural como en lo ecológico, se ha ido envolviendo como uno de las principales bases del turismo a nivel mundial, como lo podemos notar en el caso de los países desarrollados, los cuales se han visto en la necesidad de implementar un turismo sostenible, el cual se crea mediante un plan de marketing para destacar los productos culturales y la preservación del medio ambiente.

En la actualidad, el turista se ha vuelto un exigente conocedor de lo que son los patrimonios culturales y de aquellos lugares que poseen una amplia historia a nivel general. El turista al visitar la ciudad de Santo Domingo, busca la veracidad de las propias raíces culturales del dominicano, y si las autoridades correspondientes muestran indiferencia hacia estas, los dominicanos perderán parte del valor que lo representa como persona y peor aún, el extranjero que nos visite no conocerá las raíces de esta peculiar mezcla de sabor caribeño que poseemos, que han sido forjadas en nuestra propia historia y en nuestras arquitecturas.

Nuestro propósito es crear un producto diferenciado de la Ciudad de Santo Domingo, en el cual se presenten la diversidad de atractivos que posee; no inclinándose solamente a la

imagen proyectada como destino de un país de sol y playa. Del mismo modo, buscamos crear conciencia de la historia que tiene la ciudad y de la preservación de los recursos naturales.

Es importante señalar que la Ciudad de Santo Domingo posee la mayor cantidad de Primacías de América, siendo la primera ciudad del Nuevo Mundo, por lo que ha sido declarada por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.

Se ha seleccionado el tema propuesto respecto a la creación de un plan estratégico promocional para un turismo cultural y ecológico en la ciudad de Santo Domingo, el cual busca promover la variada oferta de la Ciudad, agregando el aspecto ecológico de su entorno inmediato a dicho desarrollo, considerando que por sí sola, la ciudad constituye un gran atractivo para convertirse en un gran destino, sin embargo no hemos sido capaces de colocarla como destino de interés, debido a la situación actual, palpable, de los recursos con los que contamos y al impacto indirecto sobre la sociedad dominicana.

Asimismo, las consecuencias en el medio ambiente perjudican tanto a las localidades establecidas en el entorno turístico como al país.

La investigación planteada busca, a través de la aplicación de la teoría, hipótesis y conceptos para ampliar el conocimiento del problema actual y a su vez presentar las diferentes estrategias promocionales.

Esta nueva modalidad, se acerca más a la demanda que imponen los nuevos comportamientos del turista de hoy, crea una nueva ideología y una nueva perspectiva del desarrollo y la conservación de los espacios culturales y naturales que posee la Ciudad de Santo Domingo y su entorno. En ese sentido, la propuesta es de gran importancia teniendo en consideración que como país compartimos un mismo sistema ecológico y valor cultural que debemos defender y cuidar, para poder luego explotar de manera responsable.

METODOLOGÍA

Para la realización de la presente investigación, se utilizaron los siguientes métodos:

Deductivo – Analítico – Descriptivo

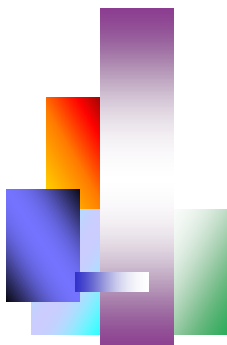
El **argumento deductivo** se contrapone al método inductivo, en el sentido de que se sigue un procedimiento de razonamiento inverso. En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático – deductivo, cuando las premisas de partida están constituidas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos – deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables.

El **método analítico** es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

El **método descriptivo**, logra por su parte, caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando sus características y sus propiedades principales. Sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO



1.1 El Turismo

La conceptualización del turismo ha generado controversias, como consecuencias de las variadas interpretaciones que se le ha dado, de las cuales tienen su origen; una, en las definiciones y conceptos brindados por las tantas disciplinas para las cuales el turismo constituye un campo particular de estudio, y, otras, fundadas en los puntos de vista de ciertas corrientes de pensamientos que lo explican en función de los principios ideológicos y filosóficos por las cuales ellas actúan.



Turismo: Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando, múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.¹

Desde el punto de vista de las diferentes disciplinas, el turismo se puede definir: según las ciencias Geográficas: Es un desplazamiento de personas de un punto a otro sobre la superficie terrestre. Desde el punto de vista Legal: Es el ejercicio del derecho a la libertad individual de tránsito que tienen las personas.

En el ámbito de la Psicología: Es la oportunidad para calmar las necesidades que suelen dejarse de lado cuando el individuo entrega su vida al trabajo, se relaciona con la calidad de vida y el medio que lo rodea.

¹ Oscar de la Torre Padilla, El Turismo, Fenómeno Social, 7 reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México 1992, p.19

La palabra *Turismo* viene de las voces latinas “tour” y “torn”, cuyo significado es “tornar”. La definición más elemental de la palabra turismo nos dice que es la “afición a viajar por gusto de recorrer uno o varios países”.²

El turismo contemporáneo es un tipo específico de viaje que se realiza durante el tiempo libre de las personas, y que implica la utilización de una serie de equipamientos y servicios que fueron creados para atender a los viajantes, el llamado ‘trade’ turístico, compuesto por agencias, hoteles y similares, transportadoras, restaurantes y establecimientos afines e implica en la existencia de un *atractivo*, algo que hará que el turista visite determinado lugar.

Con respecto al turismo en sí, existen diversas formas de realizarlo, las cuales pueden ser consideradas, como formas alternativas de realizar turismo. Esto debido a que la convencional, es la de viajar por avión u auto a otra ciudad o país, en el cual se pretenderá conocer y descansar principalmente. Pero con el turismo alternativo, la situación es completamente diferente.

El turismo tiene una gran importancia en la actividad económica del país o de las entidades federativas que lo componen, ya que, a la vez que permite captar divisas a los empresarios por concepto de venta de bienes y servicios (alimentación, hospedaje, traslado, souvenirs, etc.), genera empleos (que en muchas ocasiones reciben el generoso y siempre oportuno sobre de la propina) y permite el desarrollo económico y social de las regiones turísticas en sí, además de incrementar, consecuentemente, la captación fiscal del gobierno.

² Diccionario Porrúa de la Lengua Española (2001). México: Porrúa, p. 777

1.1.1 Clasificación del Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT), creada en 1974, con antecedentes en la Organización No Gubernamental, Unión Internacional de Organismos



Oficiales de Turismo, como agencia especializada de las Naciones Unidas de carácter gubernamental, se creó para ocuparse del desenvolvimiento de los distintos aspectos del turismo, promoviéndolo como agente para el desarrollo de la paz y la prosperidad, ayudando a los países y orientando los aspectos más convenientes para beneficiarlo.

Uno de los aspectos más importantes que desarrolla la OMT se refiere a los distintos estudios que realiza sobre el turismo internacional y en gran medida, estos estudios requieren de estadísticas del comportamiento del turismo, por lo que esta organización recopila de los organismos nacionales de turismo existentes en la mayoría de los países, la mayor cantidad de informaciones posible, las organiza y las divulga, utilizándola como base de sus estudios y orientaciones a favor del desarrollo del turismo mundial. La OMT convencionalmente con fines estadístico ofrece definiciones importantes para el tratamiento del turismo. Alguna de estas son las que se presentan a continuación:

Visitantes

Los que se dedican a actividades no remuneradas ni lucrativas, o que ingresan por viajes de negocios, y que gozan de una temporalidad de seis meses, prorrogables dos veces por el mismo periodo.³

³ Acerenza, Miguel Ángel. *Administración del turismo*. Cuarta Edición – México: Trillas, 1991 pág. 39

Toda persona que viaje, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (Recomendaciones sobre Estadísticas de turismo – OMT/Naciones Unidas 1993).

Turista

Visitante que permanece por lo menos veinticuatro horas en el país visitado, y cuyos motivos de viajes pueden ser: Descanso (recreación, vacaciones, salud, estudio, religión y deporte). Negocios, familiares, misión oficial reuniones.⁴

Visitante Del Día (Excursionista)

Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado (cruceros, viajeros de tránsito, etc.)

El desplazamiento de los turistas forman las corrientes o flujos turísticos que implican al menos dos lugares geográficos, de donde se sale, país o mercado emisor y a donde se llega o país receptor.

1. Turismo Interno o Nacional

Es el desplazamiento de los ciudadanos residentes en un país, dentro del territorio nacional, a un lugar diferente de donde se tiene el domicilio habitual.

⁴ Gurria Di- Bellas, Manuel .Introducción al turismo; México: trillas 1991, pag. 10

La **OMT** considera Turista Nacional a toda persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que reside en un país y se traslada a un lugar situado en ese país, pero distinto de aquel en que se tenga su residencia habitual, por una duración de al menos 24 horas o por una pernoctación y por motivos diferentes del de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado.

2. Turismo Externo o Internacional

Se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país a otro país distinto de aquel en donde tienen su domicilio habitual.

a) Según el Motivo del Viaje

Se clasifica en:

- Turismo convencional o vacacional (sol y playa).
- Turismo especializado (Ecológico, aventura, cultural).
- Turismo de afinidad o interés común (congresos, religioso, incentivo).

b) Según la Forma de Viaje

Se clasifica en:

- Individual.
- De grupo.

3. Turismo según el Tipo de Viaje

Este puede ser:

- a) Individual (el pasajero compra directamente los servicios, por separado).

- b) Organizado (el pasajero compra un paquete de servicios por un solo precio).

4. Turismo según la Operación

- a) Receptivo.
- b) Emisivo.

5. Turismo según la Permanencia en el destino

- a) Itinerante (circuitos).
- b) Residencial (alojamientos extra hoteleros, residencias, apartamentos).

1.1.2 Modalidades del Turismo

Las motivaciones turísticas reconocidas y clasificadas, según la OMT son:

- 1) Placer, vacaciones, salud, estudio, religión y deportes.
- 2) Negocios, familia, misión, reunión.

Los que no ingresan al país y se quedan en los aeropuertos o los que entran para ejercer una profesión remunerada no se consideran turistas. La OMT, en estudio reciente identificó las 10 principales demandas actuales de los turistas a nivel mundial y que se satisfacen con la oferta de productos turísticos que se atemperan a esta demanda.

- 1. Sol y Playa (vacacional).
- 2. Deportes (buceo, caza, pesca, náutica, golf, parapentes, etc.).
- 3. Aventura (senderismo,- safaris, etc.).
- 4. Naturaleza (paisajismo, acampadas, ecoturismo).

- 5. Cultural.
- 6. Urbano.
- 7. Crucero.
- 8. Rural.
- 9. Parques Temáticos.
- 10. Convenciones, incentivos, familiarización.

1.2 Producto Turístico

Producto Turístico

Es todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o un deseo.⁵ El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista (Cárdenas).

Desde la perspectiva del turista, el producto turístico; puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos (Medlik y Middleton). El producto turístico puede considerarse como una amalgama de atracciones, de varias ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares. En otras palabras, el

⁵ Fundamentos de Marketing, 6ta edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, Pág. 7.

producto no es sólo un asiento en un avión o una habitación en un hotel, o el descanso en una playa, sino la amalgama de números componentes intangibles de un paquete turístico

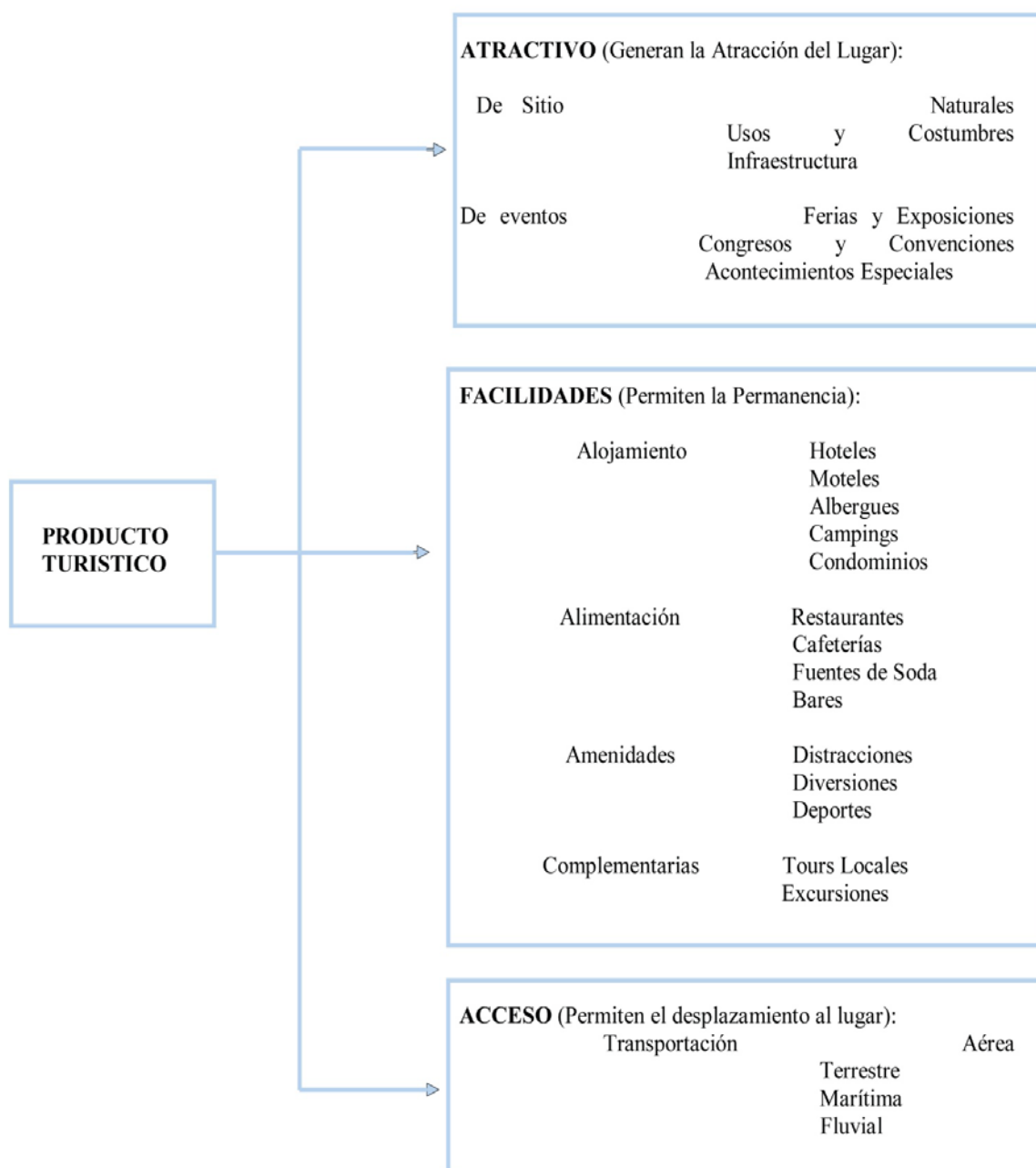
El producto turístico sería el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos (Pons, 2000).

1. *“Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”* (Acerenza M, 1993)

2. *“Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas”* (Kotler P, 2004). El proceso y la operación turística comienza antes de la decisión de viajar del turista con la promoción y las ofertas de productos y servicios para que el pueda seleccionar a donde viajar y como. Al llegar al destino, la asistencia, el transporte, el alojamiento, los entretenimientos, la información, etc. constituyen aspectos inseparables de la actividad turística.

Características Básicas Del Producto Turístico: intangibilidad no se puede tocar, ver, sentir, oír y oler antes de la compra, inseparabilidad no se pueden separar de sus proveedores, heterogeneidad la calidad depende de quién, cuándo, dónde y cómo los proporcione, caducidad y no se pueden almacenar o utilizarlos más tarde.

Componentes del Producto Turístico



➤ **Componentes del Producto Turístico:**

De sitio: Montañas, planicies, playas, parques nacionales, museos, lugares históricos, ruinas; folklore, carnaval, manifestaciones religiosas y creencias populares.⁶

De Eventos: Ferias y mercados, exposiciones de obras de arte, congresos y eventos religiosos, culturales, técnicas, científicas y artísticas, acontecimientos especiales de música, danza, artesanía y otros.

De Alojamiento: Planta turística hotelera, instalaciones acuáticas, puertos marinos.

De Alimentación: instalaciones de locales para restaurantes, comedores, cafeterías y bares.

De Amenidades: Estructuras turísticas para Night Clubs, discotecas, bares, casinos, parques de diversión temáticos, aéreas deportivas, miradores, senderos, refugios, funiculares, instalaciones de montañas y lugares de esparcimiento de todas las categorías.

Complementarias: agencias de viajes, cambio de moneda, transporte turístico y otros servicios.

De Acceso: infraestructura para transporte de servicios aéreos, servicios ferroviarios, servicios acuáticos, servicios terrestres y demás vías de comunicación.

⁶ <http://www.slideshare.net/mrojas/producto-turstico>

1.3 Esquema básico de los Componentes de la Industria Turística, basado en lo esencial en sus condiciones de funcionamiento

LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Fases del viaje	Necesidades	Servicios	Sector Público	Sector Privado	Mixto
Preparación en origen y desplazamiento	Información	Material promocional Acciones promoción Agencia de viajes			X
	Compras reservas /	Central de reservas Agencias de viajes		X	
	Documentos de viaje	Embajadas Consulados	X		
	Transporte	Medios de transporte		X	
Frontera		Control de documentos Información Cambio divisas Otros servicios	X	X	X
En el destino	Transporte	Transporte público Carreteras Otras infraestructuras Señalización Áreas de servicios Parkings			X
	Alojamiento Manutención	Hoteles Otros alojamientos Hostelería		X	X
	Información	Señalización Oficinas de turismo Guías intérpretes			X
	Atracciones	Museos Parques Temáticos Parques Naturales Monumentos			X
	Diversión	Discotecas Espectáculos Equipamientos Deportes			X
	Compras	Comercio		X	
	Servicios Públicos	Teléfonos Correos Bancos Policía Sanidad			X

1.4 El Turismo en la República Dominicana

1.4.1 Breve Historia Del turismo en República Dominicana.

(Información suministrada por la Lcda. Julia Abreu Rondón profesora de la asignatura teoría turística de la Universidad APEC).

El Turismo en la República Dominicana se puede catalogar entre los principales destinos turísticos de la región del Caribe y América Latina. El desarrollo turístico en la República Dominicana tiene lugar principalmente en siete zonas turísticas localizadas en todas las costas del país según el plan general de ordenación territorial turística del Ministerio de Turismo. El turismo en el país empieza desde la primera visita de los españoles en la isla, en 1492.

Se puede afirmar, que los primeros visitantes que pisaron esta tierra fueron Cristóbal Colón y sus acompañantes en su primer viaje a América, de esta forma inicia lo que es formalmente el turismo en América y también empieza la historia del turismo en el país.

También según los historiadores, otros extranjeros que visitaron el país fueron unos aventureros norteamericanos, a principios de 1854, durante el gobierno de Buenaventura Báez. Estos norteamericanos se quedaron en la Isla Alto Velo, ya que estos habían descubierto un importante yacimiento de guano en dicha isla.

Cabe destacar, que durante todos esos años, el turismo en el país se dio con gran lentitud hasta 1930, cuando Rafael Leonidas Trujillo, toma el poder, se puede decir que el turismo en el país empieza a tomar otro rumbo, aunque durante esa década de 1930, fue bastante floja, aunque sí se sabe que en 1930 llegaron al país 230 turistas extranjeros, esta es quizás

la única información que registran las estadísticas de turismo en el país, durante esa fecha. Ya durante la década de 1940, Trujillo dio instrucciones, para que se fomentara el turismo en el país, de esta forma se empiezan a realizar las primeras promociones turísticas del país a los demás países internacionales, siendo este el primer paso concreto para atraer turistas al país.

En 1944 es inaugurado el Malecón de Santo Domingo, junto con el primer hotel de lujo de la ciudad, el Hotel Jaragua, el cual sigue vigente. Luego de este paso, se fueron abriendo nuevas cadenas hoteleras, con el claro perfil de incrementar el turismo en la ciudad, por lo que posteriormente, en la década de los años cincuenta se inauguran varios hoteles, algunos de estos fueron, el Hotel Provincial, el cual hoy día es un hospital infantil; también se encuentran, el Hotel la Paz, el cual sigue vigente, lo único que hoy es conocido como Hotel Hispaniola, el cual fue construido a escasos metros de la ciudad y también, en la Ciudad Colonial, se construyó el hotel Comercial, siendo este el primer hotel de capital privado en el país, no solo en la Ciudad Colonial se construyó este hotel, sino, que la zona fue habilitada como un sitio o un lugar más, para realizar turismo. Uno de los hoteles construidos en esa década, y el cual es catalogado como uno de los más bellos, fue el Hotel El Embajador.

En la zona Este del país también llegó la fiebre de construcciones hoteleras, y con el paso de los años, se ha convertido en el principal destino turístico del país. Empieza desde la Provincia San Pedro de Macorís, donde fue instalado el Hotel Macorís, mientras que en Boca Chica, fue construido en los alrededores de la playa, el Hotel Hamaca; en Higüey, fue instalado el Hotel El Naranjo y en El Seibo, fue construido el Hotel Santa Cruz.

Se puede decir, que a partir de este período, en el cual se construyen varios complejos turísticos y hoteleros, se inicia un antes y un después, en la historia turística dominicana. Las instalaciones hoteleras en el país, para ese entonces, comprendían más de 1000 habitaciones hoteleras.

En 1955, Trujillo, construye la llamada "Feria de la Paz y la Confraternidad del Mundo Libre", el cual fue un evento internacional celebrado en Ciudad Trujillo, hoy Santo Domingo de Guzmán; con este evento, Trujillo buscaba mostrar sus grandes avances en construcciones físicas y enseñar al mundo que efectivamente la República Dominicana vivía un clima de paz y confraternidad. Cabe destacar, que esta feria se extendió hasta 1958.

Durante los períodos que abarca los años comprendidos entre 1944 y 1958, se puede decir, que marcan la etapa de crecimiento del turismo en la República Dominicana. Los acontecimientos trágicos ocurridos en los periodos de 1959 a 1965, tiñeron de negro la historia del turismo en el país.

Por esta y otras razones, se esperó hasta el año 1966, cuando fue elegido el Dr. Joaquín Balaguer, quien se encargó de producir las políticas económicas necesarias para hacer del turismo un sector con nombre y apellido propio. Durante este período se incrementó aún más, el turismo en el país.

En 1968, se produce la legislación turística que declara de interés nacional el desarrollo turístico. En 1969, se crea la Dirección Nacional de Turismo, que más tarde pasa a hacer la **Secretaría de Estado de Turismo**. En 1971, se promulga la Ley 153, la cual trata sobre incentivos y promoción al turismo en el país. En 1972 es creado **INFRATUR**, constituido como organismo financiero para el desarrollo de la infraestructura turística. Estos

acontecimientos sirvieron de base para que el turismo tuviera un punto de partida hacia su posterior desarrollo.

Los expertos en el tema, nos cuentan, que a partir de la década del año 1970, marca lo que se denomina *período de desarrollo del turismo en la República Dominicana*.

A partir de ese entonces, las dimensiones del turismo son tan elocuentes que cuando en la década de los años 90s, entra en su parte media, el turismo es el sector económico que le genera más divisas al país, superando por mucho todas las divisas que genera el sector exportador de bienes tradicionales y no tradicionales, situación urgente hasta la fecha año 2011.

1.4.2 Según el Profesor Lic. Bolívar Troncoso la historia del turismo dominicano se divide en tres etapas, como siguen:

Período desde 1952 al 1988

1952.- Surge la Ley 3319 que crea la Dirección General de Turismo como una dependencia de la Gobernación Civil del DN, cuyo propósito era estudiar y resolver los asuntos relativos al turismo.

1955.- Se celebra en el país la Feria de la Paz y Confraternidad del Mundo Libre, construyéndose los Hoteles, El Embajador, Hispaniola y el edificio del Hospital Robert Reid Cabral, para alojar los invitados a este evento de carácter internacional. Ya existía desde 1944, El Hotel Jaragua, construido para conmemorar el primer centenario de la fundación de la República.

1960.- Se promulga la Ley 5432 que establece la propina obligatoria, la cual se incorpora al Código de Trabajo en 1992.

1962.- Se crea la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes.

1962.- Mediante Decreto 8446 la Dirección de Turismo pasa a ser dependencia de la Corporación de Fomento Industrial, ratificado de inmediato por la Ley 6004.

1963.- Con la llegada del primer gobierno constitucional presidido por el Prof. Juan Bosch se crean las bases del desarrollo del turismo en el país con el Decreto 66, que dispone que los Hoteles Nueva Suiza, San Cristóbal, Montaña, Maguana y Guarocuya, propiedad del Estado Dominicano pasaran a la administración de la Dirección Nacional de Turismo. En ese mismo año se promulga la Ley 28 que da personalidad jurídica a la Dirección Nacional de Turismo y la convierte en Organismo Autónomo.

En la misma fecha, al entrar en vigencia la Ley 29, que pone en manos de la Dirección Nacional de Turismo la Compañía Dominicana de Aviación y los hoteles Jaragua, Paz y Comercio (Hispaniola), Hamaca, Matun, Marien (Stgo. Rodríguez) y San Rafael (Elías Piña). También en 1963, nace la Asociación Dominicana de Agentes de Viajes y Turismo.

Con el Golpe de Estado todas las medidas precedentes fueron eliminadas, se le quito la autonomía y personería jurídica a la Dirección Nacional de Turismo, la cual pasa a la dependencia de la Secretaría de Industria y Comercio. Nace la Corporación Hotelera Dominicana creada con la Ley 316 para formar parte de la Corporación de Fomento Industrial con la Ley 438.

1966.- Se promulga la Ley 199 que permite entrar al país sin visado consular, creando la Tarjeta de Turismo.

Período de 1967 al 1979

1967.- Naciones Unidas proclama ese año como el “Año Internacional del Turismo”

El país solicita a la OEA y a la ONU los estudios que determinen las posibilidades del país para el desarrollo del turismo.

1968.- Se dicta el Decreto 2536 que declara de “alto interés nacional el Desarrollo del turismo”

En este mismo año se celebra en el país el primer congreso de la COTAL

Se inaugura el Aeropuerto Internacional de Punta Caucedo y la Ley 389 le cambia el nombre por Aeropuerto Internacional de Las Américas.

1969.- Se promulgan la Ley 541 Orgánica de Turismo y la Ley 542 Orgánica de la Corporación de Fomento y Desarrollo del Turismo. Con la Ley 541 se cambia el nombre a la Dirección General de Turismo por Dirección Nacional de Turismo.

1971.- Se promulga la Ley de incentivos y desarrollo del Turismo, la Ley 153.

1972.- Se crea INFRATUR, el cual es un organismo financiero para el desarrollo de la infraestructura turística dependiente del Banco Central.

1979.- Se promulga La Ley 84 que convierte la Dirección Nacional de Turismo en Secretaria de Estado de Turismo. Se crean las oficinas de turismo en el exterior y se inicia el desarrollo de las campañas de promoción de turismo en el exterior.

Tercer período del 1979 a la fecha

1979.- Se celebra la Conferencia Mundial de Turismo en Manila, Filipinas en la cual se firmó la “Declaración de Manila” en la cual se establecen los deberes y derechos del turista. A partir de esta fecha ya el turismo adquiere mayor independencia.

1984.- Se dictan todos los nuevos reglamentos que regulan las diferentes actividades del Sector Turismo: hotelero, agentes de viajes, guías de turismo, taxis, etc.

1987.- La banca nacional determina que el turismo es el negocio más lucrativo de la República Dominicana.

1.4.3 Desarrollo del turismo en la República Dominicana.

El turismo constituye una de las mayores fuentes de ingreso del mundo. Si incluimos las actividades auxiliares, genera el once por ciento (11%) del Producto Mundial Bruto y de las exportaciones. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en medio siglo ese sector aumentó en 28 veces sus números, pasado de 25 millones de turistas en 1950 a casi 800 millones en 2004. Las previsiones para 2010 fueron abrumadoras. Con un aumento del 4.1%, los turistas en el mundo llegarían a 1,018 millones.

En América Latina y El Caribe se concentra aproximadamente el 9% del turismo mundial y buena parte de este fenómeno es de origen transnacional, sobre todo español y en su mayoría balear. Empresas como Sol Meliá (la primera cadena hotelera en el continente), Barceló, RIU, Iberostar, NH, entre otras, han impulsado sus modelos “sol y playa” y “todo incluido”, extendiendo el número de habitaciones y de establecimientos, y multiplicando

sus ganancias (en 2008, estas cinco cadenas hoteleras facturaron casi 5,800 millones de euros a nivel mundial, según datos recogidos por Hosteltur).

La República Dominicana es un claro ejemplo de un país en vía de desarrollo que ha experimentado un extraordinario crecimiento turístico. Con un incremento anual promedio del 9% en visitantes extranjeros y una expansión agresiva de la capacidad hotelera (casi 65 mil habitaciones en 2008), este país Caribeño se ha transformado en las últimas décadas en uno de los principales destinos turísticos de la región.

Las inversiones en el sector turístico superaron los 11 millones de dólares en el año 2009 y ese mismo año se duplicó el presupuesto nacional destinado a la promoción exterior de República Dominicana como destino turístico (de 22 a 44 millones de dólares). Asimismo, la Tesorería Nacional de la República Dominicana anunció que en el año 2007 los ingresos fiscales provenientes de la actividad turística en el país alcanzaron los 170 millones de dólares.

La República Dominicana se ha convertido en una especie de imán. El turismo es el sector más pujante y decisivo de la economía dominicana, y se consolida como la locomotora del desarrollo económico del país caribeño.

República Dominicana revela una situación cuanto menos paradójica, se evidencia como si el crecimiento turístico ha sido un desarrollo excluyente. El país, aunque constituya una importante alternativa para la economía nacional en términos de generación de recurso y divisa, la actividad turística no ha generado un desarrollo que involucre a la comunidad, a la economía, para que contribuya a dinamizar el aparato productivo. Además, no ha producido un aumento importante en el nivel de empleo.

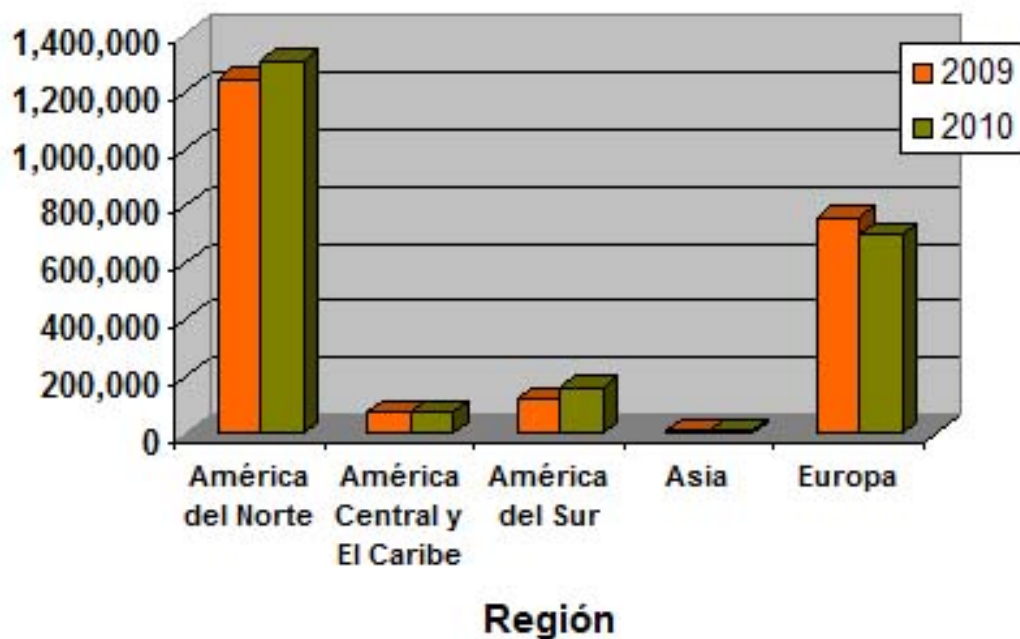
Entre los factores que generan esta situación, se evidenció el modelo turístico de enclave, basado en grandes complejos turísticos que son ajenos a la realidad social que les rodea, y a la ausencia de política pública que fortalezcan los servicios sociales y el involucramiento de las poblaciones que viven cerca de dichas localidades turísticas.

Los recursos culturales para el turismo, cuentan por otra parte, con una gran variedad. El Distrito Nacional de la Provincia de Santo Domingo reviste de una importancia extraordinaria para la historia de la humanidad, desde el descubrimiento de América y en las épocas anteriores las diversas aportaciones a la arquitectura, creencias religiosas, gastronomía entre otras riquezas culturales que ofrece.

Indicadores del Sector Turismo años 2008 – 2010

El Flujo del turismo hacia República Dominicana creció un 3% en el período enero-julio, 2010. La llegada acumulada de pasajeros no residentes al país durante enero-julio del año 2010 ascendió a 2, 616,486 turistas, según el Banco Central de la República Dominicana. Comparada con igual periodo de 2009, la cifra significó un aumento de 3.04%, debido a la recepción de 77,077 visitantes adicionales

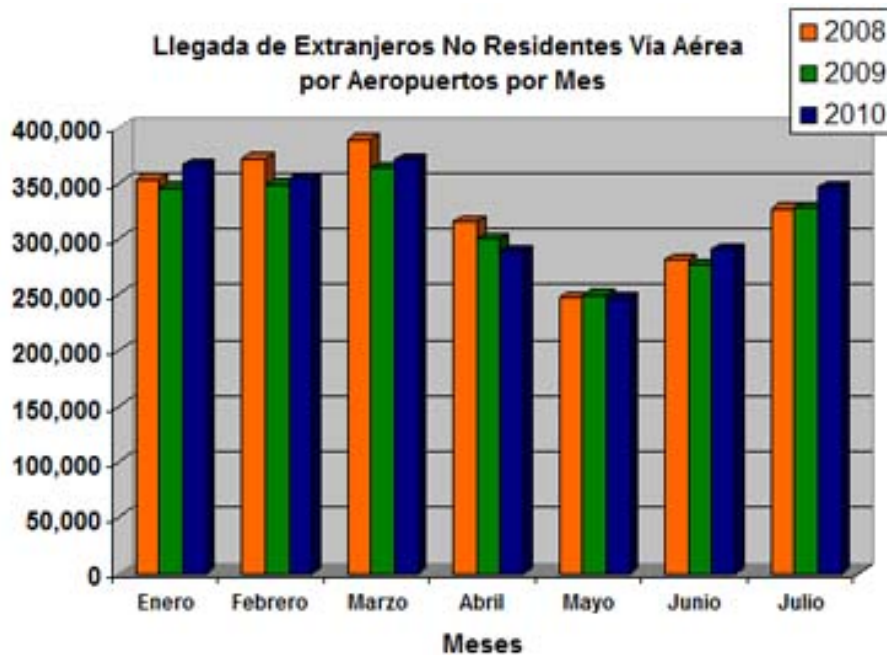
Llegada de Extranjeros NO residentes Via Aerea por Región - 2009 - 2010



Fuente: Banco Central de la República Dominicana - Reporte 2010

El resultado revierte la disminución de -63,266 turistas registrada en igual lapso de 2009.

El renglón de los residentes creció 13.75%, superando la caída de 6.08% verificada en el mismo período de 2009.



Fuente: Banco Central de la República Dominicana - Reporte 2010

El documento del Banco Central sostiene que durante los primeros siete meses del año 2010, la llegada de turistas, según país de residencia, registró un incremento en términos absolutos de 52,392 turistas. América del Norte fue el continente de mayor aporte, con 50,125 visitantes adicionales

1.5 Análisis FODA de la Ciudad de Santo Domingo en el Sector Turístico.

Este análisis permitirá identificar aquellos atributos de la ciudad que se valoran y se perciben positivamente; aquellos que lo hacen en forma negativa y aquellos atributos que se asocian con mayor intensidad a otras zonas que pueden ser competitivas en términos de oferta.

Los atributos, que en cada caso nos orientan hacia las líneas de acción son:

- Los puntos fuertes de la ciudad percibidos de forma clara y diferenciada en relación a otras ciudades y que suponen algunas oportunidades, como las Primacías históricas de la Ciudad de Santo Domingo y sus infraestructuras, pueden ser atributos que deben tender a mantenerse y ampliarse.
- Repasando el proceso de reflexión estratégico e identificado el desarrollo de la Estrategia Promocional de la Ciudad Santo Domingo, pudimos evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Fortalezas

- Posee una posición geográfica estratégica.
- Tiene una adecuada escala para combinar la oferta histórica cultural y ecológica.
- El destino tiene una imagen creada en los mercados internacionales
- La valorización de los lugares culturales y ecológicos, contribuyen a mantener y prosperar la actividad turística, ya que su calidad e importancia tiene la capacidad suficiente para generar una demanda de visitas propias.

Oportunidades

- Incremento de los ingresos del sector turístico.
- Desarrollo y mantenimiento continuo de las infraestructuras y ambientes naturales que beneficien al turismo en todas sus vertientes.
- Destacar los rasgos propios del dominicano, de manera positiva para la atracción de diferentes mercados.
- Reposicionamiento en el mercado internacional derivado de la buena aplicación de un plan promocional.
- Ampliación de la oferta.
- Crecimiento al ritmo contemporáneo del concepto del turismo cultural.
- Revitalización de las artes tradicionales, festivales e incremento de las actividades culturales y ecológicas de la zona.
- Mejora de las condiciones sanitarias, educación y la calidad de vida de los habitantes del área.
- Utilización de una agresiva campaña de marketing para comercializar esta modalidad en nuevos mercados de turismo.

Debilidades

- La situación de abandono y desprotección de los recursos existentes.

- Las estrategias de promocionar el país como un destino de turismo de sol y playa obviando la diversidad de productos que posee Santo Domingo como destino turístico cultural y ecológico.
- La falta de seguridad ciudadana.
- Inexistencia de una campaña institucional que promueva internacionalmente los recursos ecológicos como potenciales turísticos.
- La falta de concientización ciudadana en la valorización de nuestros patrimonios naturales y culturales.

Amenazas

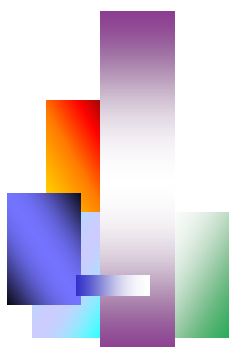
- Impactos socioculturales directos a los habitantes de la zona.
- Ausencia o poca inversión privada en establecimientos hoteleros y de otros servicios turísticos en las zonas ecológicas.
- La creciente afluencia de la comunidad migratoria hace que se pierda el carácter de autenticidad de nuestras costumbres.
- La poca o total ausencia de los recursos económicos para la promoción y mantenimiento de las diferentes actividades culturales y ecológicas.

Para que el turismo en Santo Domingo sea más estable y resistente, se requiere una mayor diversificación del producto turístico, para no depender en tan alta medida del turismo masivo de sol y playa, enriqueciéndolo y complementándolo con otras alternativas y hacerlo mucho más eficiente.

El peso de la cultura, nuestras costumbres y la historia singular como hilo conductor de todo el turismo independientemente de su carácter, tipo o modalidad, es lo que nos puede diferenciar cada vez más de resto del turismo en el mundo y hacernos más competitivos y a los clientes más repetitivos.

CAPÍTULO II

EL TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN REPÚBLICA DOMINICANA



2. Turismo Cultural

2.1 Historia del Turismo Cultural

Es una de las pocas actividades que debido a su enorme escala, relativo dinamismo y múltiples conexiones, cuenta con el potencial suficiente para influir de manera decisiva, por si misma, en la trayectoria de desarrollo de muchos pueblos del mundo, especialmente de los países en desarrollo.

El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada.⁷

A partir de la segunda mitad del siglo XX el turismo dejó de ser una actividad fundamentalmente realizada por los sectores sociales de mayores ingresos y se transformó en una actividad masiva que ha convertido rápidamente al turismo en una norma social, aunque esto no ha sido un proceso uniforme al interior de las sociedades ni a nivel internacional. No obstante, en un rito propio que genera expectativas crecientes hasta el punto de ser considerado como una necesidad social, al menos de amplios sectores de la población de los países más desarrollados.

⁷ Carta del Turismo Cultural adoptada por ICOMOS en noviembre de 1976

La relación existente entre la cultura y el turismo ha sido un tema abordado por un considerable número de estudios y de hecho también ha formado parte de la retórica de las políticas adoptadas para el fomento de la actividad turística. Incluso en una región como América Latina y el Caribe, en la que han tendido a predominar modalidades de turismo basadas en atractivos naturales, lo cultural ha ido ganando espacios –si bien todavía insuficientes- en las concepciones sobre el turismo.

Desde la perspectiva de los estudios sobre el desarrollo, la dimensión cultural del turismo puede ser valorada en cinco grandes planos:

- La cultura como elemento fundamental del desarrollo que trata de promover utilizando la actividad turística.
- La cultura como elemento que permite el incremento del valor del producto turístico.
- La cultura como factor de difusión social y de dispersión espacial de los ingresos de la actividad turística.
- El turismo en su calidad de “Industria Cultural”.
- La cultura como un importante activo que puede favorecer el ascenso de firmas, localidades, países y regiones a través de trayectorias de aprendizaje tecnológico y organizativo en el contexto de las redes globales del turismo, es decir, en los marcos de uno de los complejos económicos de mayor escala y dinamismo de la economía contemporánea.

2.2 Situación Actual del Turismo Cultural a Nivel Mundial

Oportunidades:

- Buenas tasas de crecimiento económico.
- Ausencia de conflictos armados en las principales zonas emisoras.
- Aumento del ocio en general, tanto por la disminución de la jornada laboral como por los altos índices de longevidad que conlleva más jubilaciones y por tanto más demanda.
- Mejora de las infraestructuras de los transportes, lo que por ende facilita el número de viajes.
- Aumento de la población urbana la concentración en las grandes ciudades supone un mayor estrés, por lo tanto la gente necesita salir a relajarse.
- Incremento en el nivel de formación en las poblaciones emisoras: por tanto hay un aumento en la inquietud por viajar.
- Desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación, por ejemplo el Internet, una gran herramienta para el proceso de comercialización.
- Hay una modificación en la escala de valores, mayor interés por otras culturas a lo que han contribuido los medios de comunicación con su facilidad para crear la ilusión de que todo está cerca.

Amenazas:

- Estacionalidad de la demanda turística que provoca masificación.
- Concentración espacial que provoca deterioro medioambiental.
- Estancamiento del mercado emisor.
- Cliente más experto que conoce muchos países, lo que lo hace más exigente.
- Reducción progresiva de la duración de los viajes, que comporta el riesgo de eliminar alguno de ellos a lo largo del año.
- Cambio de escala de valores, para algunos autores la población de los países desarrollados cada vez ocupa más tiempo libre en otro tipo de actividades.

2.3 Situación Actual del Turismo Cultural en Santo Domingo

El desarrollo del turismo cultural en la actualidad, está siendo pobremente explotado por los diferentes organismos; esto se debe a que las grandes empresas del turismo solamente se están enfocando en el turismo de sol y playa y están dejando atrás lo que es la propia cultura y la propia identidad del dominicano.

En la actualidad, la actividad turística genera movimientos de capital entre diferentes zonas de un país y entre países. Desde esta perspectiva, el turismo receptor genera una entrada de flujos desde el extranjero, mientras que el turismo emisor genera la correspondiente salida de fondos al extranjero. El desarrollo turístico no sólo atrae inversión (para la construcción de hoteles, por ejemplo), sino que, al generar empleo en el destino, municipio o región,

permite aumentar la renta de las familias, por un lado, y genera impuestos públicos, por otro.

“Proyectar la Ciudad de Santo Domingo en la actualidad para que se convierta en un destino turístico de carácter histórico cultural, conlleva a la gran cantidad de atractivos naturales que cuenta la Ciudad de Santo Domingo, los cuales no hemos posicionado como un destino turístico. Mayormente las personas que ingresan a Santo Domingo, lo hacen por alguna otra razón (convenciones, negocios, las playas) que no es turismo cultural y lo cultural lo toman como un turismo complementario y no debería de ser así. Hay que convertir nuestra ciudad en la primera opción cuando el turista piense en un destino atraído por su historia y el complemento sea ir a la playa; no viceversa.” (Japonesa Capellán –Directora de Turismo en el Ministerio de Cultura).

2.4 Instituciones que promueven la Cultura en Santo Domingo

La administración pública en materia cultural en la República Dominicana esta básicamente estructurada bajo la dependencia de dos instancias: el Ministerio de Estado de Educación y Cultura y el Ministerio Administrativo de la Presidencia. Del Ministerio de Educación y el Ministerio de Cultura depende la Dirección General de Bellas Artes.

La Dirección General de Bellas Artes es la encargada del sistema de formación artística estatal, elemental y superior, a través de las Escuelas de Bellas Artes (Artes Visuales, Danza, Teatro), liceos musicales y Conservatorio Nacional de Música. También pertenecen a su jurisdicción los grupos artísticos profesionales del Estado Dominicano: Orquesta

Sinfónica Nacional, Ballet Clásico Nacional, Ballet Folklórico Nacional y Teatro de Bellas Artes.

De acuerdo a varias Leyes y Derechos y decretos emitidos a partir de 1968 hasta el presente, el Ministerio Administrativo de la Presidencia es el organismo encargado de los diferentes atractivos culturales: Alcázar de Colón (colonial), Museo de las Casas Reales (colonial), Museo de la Familia Dominicana (republicano), Museo del Hombre Dominicano (antropológico), Museo Nacional de Historia y Geografía (histórico), Museo Nacional de Historia Natural (científico), Museo de Arte Moderno (artes visuales) y el Faro a Colón.

La reciente creación de Consejo Presidencial de Cultura (Decreto No. 82-97 del 14 de febrero de 1997) anuncia una futura restauración de la administración pública del sector cultural, teniendo en cuenta que en el Artículo 1 de dicho decreto “se crea el Consejo Presidencial de Cultura, como organismo deliberativo con funciones de carácter gerencial y administrativo, con el propósito de coordinar, organizar, promover, supervisar y evaluar las iniciativas del sector cultural estatal y establecer las condiciones que conduzcan a la formación del Ministerio de cultura”.

Según comenta Kin Sánchez (Asesor del Clúster Turístico de Santo Domingo), *“dada las diferentes instituciones que influyen en el desarrollo del turismo cultural en Santo Domingo, se puede decir que en general las instituciones están haciendo el trabajo necesario. Siempre está presente el valor de la renovación, ahora bien, lo que hay que tener en cuenta, es que se tiene que aprovechar estos conceptos desde el punto de vista turístico, porque no solo se debe basar en la idea de que es un monumento de hace 500*

años, es ver qué historia lleva dentro de ese monumento o en el entorno por el cual está rodeado.”

2.4.1 Acciones Culturales del Gobierno

Los Ayuntamientos, las diferentes Juntas de Vecinos y las distintas organizaciones turísticas trabajan en coordinación para el desarrollo y ejecución de acciones culturales locales, sobre todo las fiestas patronales, carnavales, actividades culturales y folklóricas y actividades patrias.

El Estado Dominicano, a través del Ministerio de Cultura y en coordinación con los organismos descentralizados desarrollará una política de formación en recursos humanos orientada a la profesionalización de los agentes y gestores culturales, fomentará y garantizará la formación de agentes y gestores culturales a nivel técnico y superior, para la integración del proceso de gestión cultural a todos los niveles y en las distintas modalidades existentes.⁸

2.4.2 Ministerio de Turismo

La actividad turística se inicia formalmente en nuestro país en el año 1931, cuando se promulga la Ley No. 103, sobre Automóviles para Turistas, sin embargo, es con la promulgación de la Ley no. 4378, del 30 de noviembre de 1934, sobre Secretaria de Estado, que se implementa un sistema de dirección y organización de la actividades

⁸ <http://www.cultura.gov.do/leydecultura.htm>

turísticas. Durante el año de 1964 se promulgo la Ley no. 541, Orgánica de Turismo, que creó la Dirección Nacional de Turismo dependiendo directamente del Poder Ejecutivo y le dio la calidad de ser el máximo organismo regulador del sector, eliminando así la anterior Dirección General de Turismo.

En el año 1979, la Ley No. 84 dispuso que la Dirección Nacional de Turismo e Información fuera elevada a Secretaria de Estado, con el objetivo de tener un organismo rector del sector turismo del más alto nivel, dotado de todos los recursos necesarios para implementar coherente y armónicamente la estrategia oficial para el desarrollo y promoción del turismo, disponiendo también que la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo de Turismo pasara a ser organismo adscrito a dicha Secretaria.

Dentro de las funciones principales del Ministerio están: Evaluar los proyectos de infraestructura turística, vigilar el desarrollo turístico del país, regularizar y reglamentar todas las empresas que ofrecen servicios de agencias de viajes y operadores turísticos a nivel nacional y diseñar estrategias de mercado con la finalidad de promover el turismo.

2.4.3 Clúster Turístico de Santo Domingo (CTSD)

El Clúster Turístico de Santo Domingo es una línea de enlace de planeación estratégica, con el objetivo de identificar, unir y fortalecer cada uno de los sectores que conforman la cadena de valor del turismo, motivándolos a crear planes de acción conjuntos, tendentes a solucionar los problemas que les afectan y a sacar provecho de las oportunidades para generar ventajas competitivas que surgen de esa acción de dos o más causas cuyo efecto es

superior a la suma de los efectos individuales. Su apertura comenzó en el año 2003, fue dado en un momento histórico que coincidió con una necesidad privada y una voluntad pública de querer posicionar a Santo Domingo como un destino turístico.

“El Clúster es una organización sin fines de lucro basada en una alianza público-privada, en el que participan activamente el Ayuntamiento, el Ministerio de Turismo, Cultura y el Ministerio de Medio Ambiente, incluyendo a las universidades, empresas, asociaciones y sindicatos de la cadena de valor del sector turístico del Gran Santo Domingo”. (Oscar Hungría -Asesor del Clúster Turístico de Santo Domingo)

Como primer paso se propuso lograr la incorporación legal del Clúster, objetivo alcanzado el 28 de Febrero del año 2008, mediante la Resolución No. 0014, de la Procuraduría General de la República, el cual queda incorporado como asociación sin fines de lucro.

2.4.3.1 Principales Propósitos del Clúster Turístico de Santo Domingo (CTSD)

Hacer del Turismo un negocio bueno para todos.

Convertir a Santo Domingo en un destino turístico atractivo y exitoso a partir de ser competitivo para mantener y consolidar la membrecía, cuenta con un sistema de registro actualizado con los principales datos, así como también, la comunicación fluida y permanente, con invitaciones a actividades, talleres y seminarios donde se les da información generalizada de la misión, visión, valores y principios del Clúster.

2.4.4 Otros Organismos Estatales

- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Biblioteca Nacional.
- Centro Internamiento de Microfilmación, Restauración de Documentos, Libros y Fotografías (CENTOMIDCA).
- Museo de Arqueología Submarina.
- Comisión Nacional Técnico Forestal.
- Comisión Permanente de la Feria Nacional del Libro.
- Dirección Nacional de Parques.
- Centro Audiovisual Histórico Cultural.
- Museo Nacional de Historia y Geografía.
- Oficina de Patrimonio Cultural Alcázar de Colon.
- Comisión para la Consolidación de Monumentos y Sitios Históricos de la Ciudad.
- Teatro Nacional.

2.4.5 Organizaciones no Gubernamentales competentes

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------|
| • Fundación García Arévalo. | Fundación Nouveau. |
| • Fundación Arawak. | Fundación Barceló Pro-Cultura. |
| • Fundación Barceló Pro-Turismo. | Fundación Cultural Dominicana. |
| • Casa del Escritor Dominicano. | Fundación Ciencia y Arte. |
| • Fundación Cultural Bayahonda. | Casa de Teatro. |

2.5 Turismo Cultural en República Dominicana

El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos culturales. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en cuanto contribuye -para satisfacer sus propios fines- a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada.

La cultura dominicana en sus múltiples manifestaciones constituye la base de la nacionalidad y de la actividad propia de la sociedad dominicana en su conjunto, como proceso generado individual y colectivamente por los dominicanos y dominicanas. Dichas manifestaciones que constituyen parte integral de la identidad y la cultura dominicanas, se nutren, además, de los altos valores de la cultura universal y se enriquecen mutuamente.

En la actualidad está siendo calificado como un turismo alternativo y no como el atractivo principal con lo que cuenta nuestra Nación. La atracción de lo histórico cultural, se va

ampliando cada día más hacia nuevos mercados; como lo podemos ver en la actualidad, por ejemplo: las visitas a lugares arquitectónicos de épocas coloniales, las visitas hacia los museos de todo el mundo para observar antigüedades elaboradas por el ser humano, como las pirámides en Egipto.

La República Dominicana, con la ciudad de Santo Domingo posee una variada mezcla de culturas representativas del Nuevo Mundo y una extensa colección de monumentos y sitios culturales considerados como patrimonio cultural los cuales hay que preservar para futuras generaciones y para el crecimiento del Turismo Cultural en nuestro país.

2.6 El Distrito Nacional

El Distrito Nacional es una división territorial de la República Dominicana donde se encuentra situada la capital, Santo Domingo. Anteriormente a la fecha del 16 de Octubre de 2011, dicho Distrito era mucho más extenso, incluyendo lo que se conoce actualmente como la Provincia de Santo Domingo. La infraestructura encontrada se considera sumamente adecuada para la realización de operaciones comerciales, pero, las fuertes alzas de los impuestos y la falta de energía de manera temporal, persisten en la demarcación como un problema para las distintas regiones. Aunque el crecimiento económico de la ciudad es muy notable en el aumento en las construcciones de centros comerciales, torres, autopistas, etcétera.

Santo Domingo tiene una gran brecha social, que va desde los extremadamente pobres a los muy ricos. Las áreas de las familias de ingresos altos se encuentran en el Polígono Central de la ciudad, que está bordeado por la Avenida John F. Kennedy hacia el Norte, la Avenida 27 de Febrero al Sur, la Avenida Winston Churchill al Oeste y la Avenida Máximo Gómez

hacia el Este, y se caracteriza por sus zonas principalmente residenciales y por su muy activa vida nocturna.

Santo Domingo cuenta con áreas de alto desarrollo, entre ellas Naco, Arroyo Hondo, Piantini, Paraíso, Las Praderas, Los Prados, Bella Vista, Sarasota y otros sectores, que consisten sobre todo de edificios costosos y casas de lujo, que contrasta con las afueras de la ciudad como Gualey y Capotillo que están menos desarrollados económicamente. Bella Vista y La Esperilla son actualmente los sectores con mayor crecimiento y con grandes mega-proyectos. Gazcue pertenece a la zona Sureste más tradicional de la ciudad y se caracteriza por sus construcciones que datan de la década de 1930 hasta la década de 1960.

2.6.1 Características del Distrito Nacional

Es la sede del gobierno central; Poder Ejecutivo, se localiza en el Palacio Nacional; Poder Legislativo, se encuentra en el edificio del Congreso Nacional (Cámara de Diputados y el Senado). También es sede del tribunal judicial superior del país, La Suprema Corte de Justicia, ubicado en el entorno del sector La Feria. Además alberga los principales edificios y oficinas del Estado de todo el país, llamados Ministerios (anteriormente Secretarías de Estado).

Posee uno de los lugares más populares y visitados del país es la Ciudad Colonial que fue uno de los primeros asentamientos hecho por Cristóbal Colón y los exploradores españoles en el Nuevo Mundo. Cuenta con varios lugares de interés histórico y está declarada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

El Distrito Nacional cuenta con variedad de actividades para la vida nocturna. Lugares de alto nivel como, discotecas, casinos, hoteles, restaurantes con open bar internacional que están a la disposición de ciudadanos y turistas. Hay una variedad de restaurantes que especializan en los siguientes tipos de comida: criolla, italiana, francesa, mexicana, española, china y japonesa; también Steakhouse y Mariscos. Hay una gran variedad de salas de cine que reproducen películas en inglés (con subtítulos) y están a la par con estrenos mundiales. Puntos de entretenimiento y cultura como centros de jazz, teatro en vivo, conciertos y eventos deportivos están disponibles a través de toda la semana.

Otros lugares populares son:

- **Plaza de la Cultura Juan Pablo Duarte:** acoge varios museos nacionales y es anfitriona de la Feria Internacional del Libro todos los años. También alberga el Teatro Nacional, donde a menudo tiene conciertos la Orquesta Sinfónica Nacional bajo la dirección del Maestro José Antonio Molina. Al igual que la Biblioteca Nacional, el Museo del Hombre Dominicano, el Museo de Arte Moderno, Museo Nacional de Historia Natural, entre otras cosas.
- **Centro Olímpico Juan Pablo Duarte:** un magno complejo deportivo en el centro de la ciudad. Cuenta con varias instalaciones como el Estadio Olímpico Félix Sánchez.
- **Estadio Quisqueya - Estadio de Béisbol:** el hogar de dos equipos nacionales: Tigres del Licey y Leones del Escogido.

2.6.2 Desarrollo Histórico Cultural del Distrito Nacional

El Distrito Nacional constituye ejemplo de riqueza del patrimonio histórico cultural reconocido internacionalmente. Es conocida por ser la capital primada de América, descubierta por Cristóbal Colón en 1492 y por ser la primera sede del gobierno español en el Nuevo Mundo, posee una magnífica colección de edificaciones del siglo XVI que incluyen desde casas reales e iglesias que reflejan el estilo arquitectónico de un legado histórico.

“Durante el gobierno del Dr. Joaquín Balaguer, a finales de los años 1960 y principio de los años 70, creó la Dirección de Patrimonio Cultural que dependía directamente de la Presidencia comenzó una labor de preservación de los monumentos civiles, religiosos (La Catedral, El Convento de Los Dominicos, Convento de Regina, del Carmen, etc.), fuertes, entre otros”. (Oscar Hungría -Asesor del Clúster Turístico de Santo Domingo)

Otros de los atractivos histórico culturales que posee el Distrito Nacional, podemos citar: La Ciudad Colonial, declarada Monumento Cultural de la Humanidad; el Mercado Modelo como centro artesanal; los museos de Ámbar y Larimar; El Faro a Colón; el Festival del Merengue; el Desfile Nacional del Carnaval; el Parque Nacional Submarino La Caleta con dos barcos museos hundidos para el buceo y su cementerio indígena; balnearios de ríos subterráneos en el trayecto Santo Domingo-San Pedro de Macorís; la artesanía de influencia indígena Benyí en la Caleta y Coca en Los Bancos de Boca Chica; sus fiestas patronales, etc.

Entre las otras magnificencias que Santo Domingo puede entregar en aspectos culturales, encontramos el folklore dominicano, teatro, museos, arte, música, y el carnaval lleno de colores, entre otras y tantas cosas que nuestra nación puede ofrecer.

2.6.3 El Futuro del Turismo Cultural en Santo Domingo

De acuerdo a los diferentes estudios realizados en la zona del Gran Santo Domingo, se ha podido demostrar que, el turismo cultural y los patrimonios que representan este tipo de turismo, están llegando a convertirse en el segmento más seleccionado por el turista; ya que representa una oferta diversificada en Santo Domingo y con un nuevo concepto de lo que es turismo. En los últimos años el turismo se ha convertido en un fenómeno de grandes ingresos para nuestro país.

En lo que corresponde a Santo Domingo, este ha generado un incremento en las principales fuentes de ingresos para los dominicanos; generando empleos, ayuda a las comunidades por parte del gobierno y las entidades turísticas, mayor seguridad en las zonas, construcción de nuevas vías de tránsito y mejora de las infraestructuras.

El turismo cultural llegará a convertirse en el eje principal de la economía dominicana y en el desarrollo sostenible de una actividad que sustenta a la economía del país. Por los aspectos históricos culturales y naturales que posee, la Ciudad de Santo Domingo pasará a ser un atractivo mejor desarrollado en contraparte al turismo actual (sol y playa). Pero para lograr todo esto, se debe concientizar al dominicano de lo que son los patrimonios culturales y atractivos naturales que tiene el Gran Santo Domingo para ofertarlos a nivel internacional.

“El dominicano para promocionar al exterior un producto, primero debe de conocer dicho producto, y esto se logra visitando y viviendo esa experiencia de adquirir el producto. A través de la creación de diferentes programas en los cuales, en los cuales se integren a las diferentes comunidades”. (Japonesa Capellán –Directora de Turismo en el Ministerio de Cultura)

Entre algunos impactos socioculturales en el pueblo dominicano que posee el turismo cultural actualmente, y que se pueden ver involucrados en la mentalidad de las personas con el pasar de los años, cabe destacar que:

Produce un efecto sobre los hábitos de consumo, sobre las pautas de conducta, hábitos y costumbres. Del mismo, puede producir un cambio en los valores humanos, sociales, éticos y morales al intercambiarse puntos de vista, valores, opiniones y conceptos de la vida. Produce un efecto de aculturación a nivel individual. Un intercambio de pautas de conducta, hábitos y costumbres adquiridos de la sociedad que se visite.

Establece unos cambios urbanísticos, medios ambientales y arquitectónicos que influyen y modifican la demografía del mercado receptor. Incluye el contacto con extranjeros facilita el conocimiento de otras culturas, ideas, formas de vida e idiomas. El contraste con otras culturas y la curiosidad del turista repercute positivamente en el reconocimiento, la protección y la rehabilitación de tradiciones antiguas y de edificios históricos.⁹

⁹ Montaner Montanejo, Jordi. Psicosociología del Turismo; página 62; Editorial Síntesis.

La Ciudad Colonial es un atractivo rico en historia, tradiciones y costumbres propias del dominicano y como tal debe implementarse su desarrollo para llegar al mercado internacional, que en mi opinión ha sido tradicionalmente la principal fuente generadora de ingresos del país. Pero para esto se debe concientizar a los dominicanos para que se logre un mejor de desarrollo de la Ciudad.

2.7 Turismo Ecológico de República Dominicana

2.7.1 Concepto Ecoturismo

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente o pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.”
(Arquitecto planificador y ambientalista Héctor Ceballos, funcionario de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza).

Se denomina ecoturismo al uso de áreas naturales por la actividad turística en forma sostenible, con la finalidad de disfrutar y conocer su cultura e historia natural, sobre la base de planes de manejo que minimicen los impactos en el medio ambiente, a través de modelos de capacidad de carga y monitoreo periódico, integración de las comunidades

locales otras medidas que conserve y preserven dichas reservas para las generaciones presente y futuras.¹⁰

2.7.2 Historia del Turismo Ecológico en la República Dominicana

Si bien es cierto que en la década de los años ochenta se despierta cierto interés por visitar los Parques Nacionales que se fueron creando a partir de la década anterior, no es sino hasta los inicios de los años noventa cuando se perfila su proceso de desarrollo, con la creación de la unidad de ecoturismo en la Dirección General de Parques (hoy Subsecretaría de Áreas Protegidas y Biodiversidad); el surgimiento de la primera tour operadora de ecoturismo (Ecoturisa); y la oferta de aventura en Jarabacoa por parte de Rancho Baiguat y Get Wet (rafting, canyoning y cabalgata).

A partir del año 1995, el proceso se acelera con nuevas empresas en otros puntos de la geografía nacional; realización de talleres y conferencias en la materia; creación de la Comisión Nacional de Ecoturismo por parte de la Secretaría de Estado de Turismo. En el año 1996, la Secretaría de Estado de Turismo hace suyo el modelo de desarrollo sostenible; crea la asesoría Ecoturística y Ambiental; promueve los atractivos naturales o ecoturísticos como parte de la oferta publicitaria del país; se establecen nuevas empresas ecoturísticas en diferentes zonas del país; se promueve el ecoturismo a través de las oficinas de Turismo en el exterior, entre otras acciones.

¹⁰Troncoso, Bolívar; Ecoturismo y Desarrollo Sostenible en República Dominicana, El Caribe y El Mundo, capítulo 1; página 14.

Desde el año 1997 se crea el Departamento de Ecoturismo y Medio Ambiente en la Secretaría de Estado de Turismo; se inicia la capacitación de guías locales de ecoturismo; se celebra la Primera Feria Nacional de Ecoturismo y Producción en Jarabacoa, donde se implementa la “Estrategia Nacional de Desarrollo Ecoturístico” por parte de la SECTUR.

Para el año 1999 el ecoturismo siguió creciendo con la instalación de nuevas empresas con ofertas llamativas y otros lugares de interés ecoturístico se fueron descubriendo como Los 27 Charcos de Damajagua en Puerto Plata; se llevó a cabo la Tercera Feria Ecoturística y de Producción en Sabana de La Mar; se actualiza el Banco de Datos de las Empresas Ecoturísticas.

Para el año 2000 el ecoturismo estaba consolidado, convertido en la segunda oferta turística del país, básicamente como oferta complementaria; Jarabacoa se consolidó como el polo turístico de mayor crecimiento en el área del Caribe antillano; se inició el proceso de creación de la Asociación de Empresas Ecoturísticas; se capacitó en ecoturismo a los guías del pico Duarte (Mata Grande, La Ciénaga y Manabao, y Sabaneta de San Juan de la Maguana); se firmó el Memorando de Entendimiento para la regulación en la observación de ballenas jorobadas en Samaná, entre otros acontecimientos.

En el año 2001 se celebró la Quinta Feria Ecoturística y de Producción en la presa de Hatillo, Cotuí; se creó la Asociación de Empresas Ecoturísticas; se le presentó Secretario de Turismo la propuesta de Código Ético para el Desarrollo del Ecoturismo en Dominicana, para ser emitido como resolución en el Año Mundial del Ecoturismo (2002); el Consorcio Ambiental Dominicano (CAD), con RARE, capacitó los primeros promotores ecoturísticos del país.

A partir del año 2002 varios organismos de cooperación internacional financiaron proyectos de Ecoturismo, como la ruta del cacao orgánico de Yamasá por parte de la GTZ; la cooperación italiana inicia el proyecto de la ruta del café en la provincia de Salcedo y el proyecto de Ecoturismo Comunitario Guariquén en Las Galeras de Samaná; se llevó a cabo la sexta versión de la Feria de Ecoturismo y Producción; surgieron varias empresas de agroturismo en El Bonao y Junó de Higüey; entre otras acciones.

En el año 2003 se continuó la consolidación del Ecoturismo a nivel nacional con iniciativas como el programa de capacitación en empresas ecoturísticas para la provincia de Monte Plata financiado por la GTZ; el Comité de Ecoturismo de la Junta Agroempresarial Dominicana (JAD) inicia los tours por las rutas Agroturísticas (mango, flores, café, cacao, tabaco, etc.); el Licenciado Bolívar Troncoso fue invitado como expositor al Encuentro Internacional de Turismo Responsable de Marsella, Francia, y fue acompañado por la señora Esperanza, Presidenta de la Asociación de Mujeres de Los Calabazos de Jarabacoa, quienes tienen el proyecto de Ecoturismo comunitario Sonido del Yaque.

En el año 2004 el Ecoturismo se va consolidando y afianzando con el Clúster Ecoturístico de la provincia de La Vega, destacándose los de los municipios de Jarabacoa y Constanza; la formación del Clúster Ecoturístico de Barahona, quienes realizan el Plan Maestro Turístico de la provincia, con mayor componente del Ecoturismo; se inicia un programa ambicioso con el Involucramiento de los gobiernos locales o Ayuntamientos, conocido con el nombre de Corredor Ecológico de la Cordillera Septentrional, creando los Distritos Ecoturísticos por Resolución de las Salas Capitulares, entre otras acciones.

Desde el año 2005, hasta este momento, se está perfilando como de importantes iniciativas ecoturísticas, destacándose la realización del Plan Maestro de Desarrollo Ecoturístico de la provincia de Hato Mayor; la iniciativa ecoturística comunitaria de Blanco, comunidad montañosa de Bonao con grandes recursos naturales, donde se ha diseñado la ruta del café, entre otras iniciativas.

2.7.3 Situación Actual del Turismo Ecológico en Santo Domingo

“Dada las circunstancias por las cuales se encuentra Santo Domingo hoy en día, se puede decir que la reparación de los diversos atractivos naturales situados en el área de Santo Domingo, conlleva un proceso. Se está trabajando conjuntamente con los Ayuntamientos, las Alcaldías y las demás organizaciones para plantear las posibles maneras de mejorar y preservar los medios que necesitan una mayor atención.” (Mayo Rodríguez Hernández - Viceministro de Medio Ambiente).

Al desarrollar el potencial ecológico que posee la República Dominicana, hay que tomar las áreas fundamentales con que cuenta Santo Domingo. El desarrollo ecoturístico cuenta con importantes destinos distribuidos en la geografía nacional, tales como: El Parque Mirador Sur, rodeado de miles de árboles y utilizado diariamente por cientos de personas para ejercitarse y la realización de actividades de carácter nacional e internacional.

En la parte opuesta a la Ciudad Colonial desde el río Ozama inicia el Parque Mirador del Este. Dentro del parque se encuentra el Faro a Colón (atractivo situado en un punto ecológico y cultural) y los Tres Ojos, su nombre se debe a las tres lagunas de aguas profundas y cristalinas que se encuentran dentro de una gigantesca cueva y en la cual se

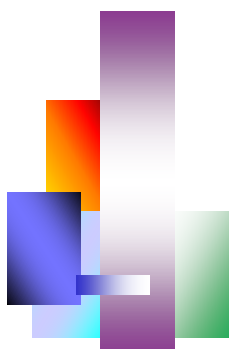
puede descender a través de una escalera que te permite apreciar la vegetación oriunda de la Ciudad así como el conjunto de estalagmitas que se encuentran en ella.

A 20 kilómetros de la ciudad de Santo Domingo se encuentra el Parque Nacional Submarino La Caleta el cual, a pesar de su deterioro por parte de las autoridades correspondientes, como parque ecológico, es considerado de gran atractivo para las personas que practican el buceo por su gran diversidad de corales y fauna marina. Del mismo modo, Santo Domingo cuenta con el Jardín Botánico Nacional, el cual posee una rica y variada vegetación del bosque caribeño que aún se conserva. También el turismo de aquí visita las Cuevas de las Maravillas, que posee una gran biodiversidad, cavernas con arte rupestre.

“El crecimiento de las actividades ecoturísticas y con ello el surgimiento de nuevas empresas, unido al aumento sostenido del turismo convencional, se unen a las diferentes ofertas con las que cuenta Santo Domingo, las perspectivas son de continuar su ascendente crecimiento año tras año. Este desarrollo de empresas ecoturísticas y la integración de áreas protegidas a la oferta del ecoturismo demuestran la gran importancia de esta actividad turística diseminada por toda la geografía nacional.” (Oscar Hungría -Asesor del Clúster Turístico de Santo Domingo).

CAPÍTULO III

LA OFERTA DISPONIBLE DE PRODUCTOS



3.1 Inventario de Recursos Culturales para ofrecer

Una combinación entre los museos, monumentos, iglesias, donde apreciamos sus creaciones y la solemnidad de sus construcciones, del arte y majestuosidad que encierran; así como sus historias, vuelven de cada uno de ellos un atractivo individual con suficiente valor por si solos. Es por eso que se hace oportuno hacer un inventario, clasificando los atractivos según sus características principales.

3.1.1 Los Monumentos

La herencia hispaniola es uno de los principales atractivos con que cuenta el país ya que posee las primeras construcciones y la primera ciudad o villa en América.

3.1.1.1 Monumentos Arquitectónicos Civiles:

- Primera Catedral de América

Catedral Metropolitana y Primada de América:

Nuestra Señora de la Encarnación

- Primer Hospital

Primera
Torre del
Homenaje



- Alcázar de Colon



- Casa de Bastidas



- Primera Universidad



- Casa de Diego Caballero



- Casa de “El Tapao”



- Casa de Hernán Cortes



- Casa de Juan de Vitoria



- Casa de Juan Pablo Duarte



- Casa de Ramón Matías Mella



- Casa de Francisco del Rosario Sánchez



- Casa de Nicolás de Ovando



- Casa de la Familia Dávila



- Casa de Las Gárgolas



- Casa del Cordón (Primera vivienda familiar de América)



- Casa de Tostado

(Museo de la Familia Dominicana)



- Casa de La Moneda



- Monasterio de Los Jesuitas



- Casa del Sacramento



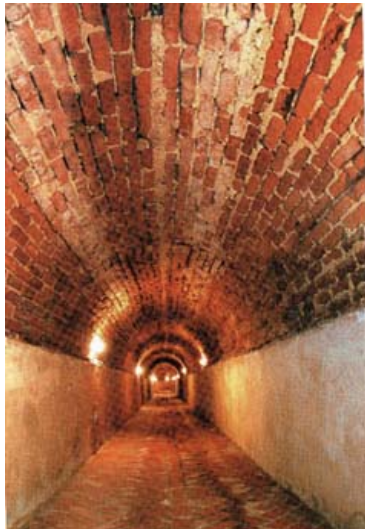
- Museo de Las Casas Reales



- Palacio de Borgella



- Alcantarillas Coloniales



- Colegio de Gorgón



- Museo Naval de las Atarazanas Reales



- Palacio Consistorial



3.1.1.2 Monumentos Arquitectónicos Religiosos:

- Imperial Convento de los Dominicos



- Iglesia y Convento de Santa Clara



- Iglesia y Convento de las Mercedes



- Iglesia y Convento de Regina Angelorum



- Iglesia de Santa Bárbara



- Iglesia y Convento

Nuestra Señora del Carmen



- Capilla de San Andrés



- Iglesia Hospital de San Lázaro



- Iglesia de San Miguel



- Ermita de San Antón



- Capilla de Nuestra Señora de los Remedios (Primera de América)



- **Capilla de Nuestra Señora del Rosario**



- **Iglesia Nuestra Señora de la Altagracia**



- **Iglesia de la Tercera Orden de los Dominicos (Abandonada Biblioteca Nacional)**



3.1.1.3 Monumentos Arquitectónicos Militares:

- **Fortaleza de Santo Domingo**



- **Fuerte de El Invencible**



- **Fuerte de la Carena**



- **Fuerte de la Caridad**



- **Fuerte de la Concepción**



- **Fuerte de San Diego**



- **Fuerte de San José**



- **Fuerte del Angulo**



- **Portal Carlos III (Entrada**



Fortaleza)

- **Polvorín de la Fortaleza**



- **Fuerte San Gil**



3.1.1.4 Otros lugares de interés culturales:

- Puerta de la Misericordia



Puerta del Conde



- Puerta de San Diego



- Plaza de España



- Plaza Fray Bartolomé de las Casas



Plaza Duarte



- **Plaza Montesinos**



- **Plazoleta de los Curas**



- **Plazoleta Padre Billini**



- **Baluartes Nacional**



- **El Palacio Nacional**



- **Radio Televisión Dominicana**



- Calle El Conde



- Mercado Modelo



- Altar a la Patria



- Casa de Teatro



- El Faro a Colon



- Bellas Artes



- Atarazanas



- **Independencia Financiera**

- **Museo de la Catedral**



- **Museo de la Porcelana**



- **Museo Larimar**



- **Parque Independencia**



- **Quinta Dominica**



- **Reloj del Sol**



- **Logia Cuna**



PLAZA DE LA CULTURA

Teatro Nacional



Museo del Hombre Dominicano



Museo de Arte Moderno



Biblioteca Nacional



3.1.2 Manifestaciones Culturales

En Santo Domingo se celebran las fiestas sincrético-religiosas de advocaciones con carácter nacional como es el caso de Las Mercedes y La Altagracia, que tienen sus parroquias en la Ciudad Colonial. Existen celebraciones como la de la Dolorita con los Congos, la del Espíritu Santo, la de La Virgen del Amparo, y la de La Altagracia en Agosto en la zona de Villa Mella.

La Semana Santa empieza en Santo Domingo, primera ciudad europea en el Nuevo Mundo, el Domingo de Ramos con la bendición de los ramos en el templo de Nuestra Señora de las Mercedes. El Jueves Santo por la mañana se hace la Misa Crismal y los sacerdotes renuevan sus promesas y se entregan los Santos Oleos a las parroquias. A medio día del Viernes Santo se imparte el Sermón de las Siete Palabras, acompañados de los actos conmemorativos de la Pasión y Muerte de Jesús y la Adoración de la Santa Cruz. En la noche del Sábado Santo tiene lugar la Vigilia Pascual, hasta la madrugada. El Domingo de Resurrección culmina y llega a su fin, la Semana Santa con una misa al medio día.

3.1.2.1 Santorales y Devociones

- San Miguel
- San Antonio
- Espíritu Santo
- La Altagracia
- Santa Bárbara
- Las Mercedes
- San Lorenzo

3.1.3 Música y Danza

Los Atabales, son el género de la música dominicana que mejor representa la tradición rítmica africana. A su vez ofrecen como contrapartida de sus múltiples ritmos, la melodía y la temática hablada de origen europeo. También llamados Palos de Vela, proliferan en República Dominicana más de cincuenta modalidades de los mismos en todas las regiones. En su forma más pura representan una música ceremonial traída por los negros esclavos del África donde predominan las influencias del Congo, Angola y Camerún.

La Tumba, de procedencia africana, fue el baile nacional dominicano hasta mediados del siglo XIX, alcanzando difusión y popularidad en toda su geografía hasta concentrarse en los campos de Jarabacoa, en la provincia de La Vega, y desaparecer finalmente.

El Merengue es un género musical, usualmente de tono alegre orientado a la danza en parejas. De origen africano y español nacido en su forma actual en República Dominicana. Donde más se escucha, su característica melodía acompañada por la tambora (tambor de dos parches), la güira, el acordeón. En 1844 el Merengue aun no era popular, pero en 1850 se puso de moda y fue bien acogido entre los dominicanos. En la década de 1850 se desencadenó una campaña en contra del Merengue, que ya había ido difundiéndose entre las masas populares pero que era rechazado por la clase alta por su vinculación con la música africana y por sus letras picarescas, vulgares y de doble sentido. El Merengue es hoy un baile típico de la República Dominicana, desde donde se ha ido difundiendo por el mundo.

La Bachata, también conocida como género del amargue o música de guardias, este ritmo surge con la espontaneidad popular siendo los intérpretes del barrio. Nace como un bolero

de cuerdas siendo José Manuel Calderón por algunos investigadores como el iniciador de este género de los años 60 del pasado siglo.

El Son, durante muchos años se han discutido la posibilidad del origen dominicano del son y si este puede considerarse un ritmo nacional. Este género musical aparece entre los años 1870 y 1890 alrededor de las ciudades de Montecristi y Puerto Plata. Existe la teoría de que el son es un híbrido entre los elementos hispanos y africanos que parece haberse derivado del bolero, o es una forma nativa de tocar bolero rítmico o bolero con jaleo que se mantuvo hasta los años veinte del siglo pasado. Se le asigna su creación a Miguel Matamoros. Para algunos investigadores lo que hoy se conoce como bachata fina, no es más que el Son al estilo de principios del siglo XX.

El Pambiche o “merengue apambichao” tuvo origen en Puerto Plata hacia el año 1917. Se dice que es un tipo de merengue desarrollado durante la primera ocupación militar norteamericana, entre los años 1916 y 1924, como una imitación a los frustrados intentos de los estadounidenses por no poder bailar de forma correcta en las fiestas a las cuales asistían frecuentemente.

El Carabiné, es un baile elegante, de figuras con marcha y contramarcha, balance, medias vueltas, ronda y gran ronda. Son seis parejas las indispensables para que el baile posea combinación de figuras. El origen del Carabiné se remonta al siglo XVIII.¹¹

¹¹ Solano, Rafael. (2009). Música Folklórica. (Resumen). Sistema Nacional de Cultura de la República Dominicana.

La Mangulina: a mediados del siglo XX predomina en el Sur de la República. Tiene vueltas rápidas como el Vals pero con mayor movimiento y variedad ya que a las vueltas siguen los pasos al frente y hacia detrás.¹²

3.1.4 Tradiciones y Costumbres

La cultura dominicana se basa, fundamentalmente, en la conformación de dos culturas madres: la española y la africana, tiene un poco de indígena. Entre las tradiciones y costumbres celebradas están: El culto al Barón del Cementerio, la cena de la Navidad, comer habichuelas con dulce en Semana Santa, Celebración a la Virgen de la Altagracia Patrona de la República Dominicana, Celebración de los Reyes Magos, el almuerzo típico a las 12:00m: arroz, habichuela y carne, desprender el con-con el caldero después del almuerzo; el Carnaval en el mes de Febrero; baile de palos, y otras tradiciones en el día de “San Miguel” y “Virgen de la Altagracia”, el Sancocho utilizado en ocasiones especiales, entre muchas otras.

Entre las creencias Dominicanas están: Galipotes, Zánganos, Bacá, las Virtudes del Agua de Mayo, Amarradores de Agua, las Cabañuelas, La Ciguapa, Las Brujas, Las Nimitas, Los Negros, las Mascaras del Diablo, la Piedra de Rayo, entre otras.

Cuentos, cantos y juegos: estas tradiciones tienen su origen durante la colonia, y fueron utilizados hasta el siglo pasado, en la actualidad su vigencia es desapercibida, ejemplos: cuentos Juan Bobo y Pedro Animal, Los Tres Pelos, Una tarde de Verano, Arroz con leche,

¹² Lizarde, Fradique. (1974). Danzas y bailes folklóricos dominicanos. Museo del Hombre Dominicano-Fundación García Arévalo, Editora Taller, Santo Domingo.

La Pájara Pinta, Me Case con un Enano, Matarilerile, Mambrú, Pimpón, El Lobo, Caracolito de la Mar, el Pañuelo, entre otros.

3.1.4.1 Carnavales y Festivales

El Carnaval de Santo Domingo, encuentra sus inicios en el imperio de Carlos V, tanto sus vestimentas como en sus juegos particulares de las naranjas. Después el de La Vega es uno de los carnavales más viejos de América.

La historia del carnaval se inicia con el poblamiento de la isla por parte de los españoles, quienes instauran una cultura católica europea en la que el carnaval se entiende como una liberación de las apetencias carnales del individuo, permitida por la Iglesia antes del tiempo de la cuaresma, donde los católicos sufren el periodo de abstinencia casi total de los placeres de la carne.

La mezcla de culturas hace que la iglesia sea más permisiva en esta tierra nueva, y mientras en Europa las hogueras de la inquisición ardían con la carne de los herejes. En esta isla, al final de las procesiones religiosas se permitía a los esclavos negros adornar al Cristo Católico a “su manera”, con tambores y disfraces, o sea, haciendo uso de los rituales de otras culturas.

Los barrios de la capital son un “factor fundamental de identidades urbanas y suburbanas”, de donde han surgido los personajes de carnaval: Se me muere Rebeca, Califé, Los Indios, los Alí Ba-Bá (adoptados hoy en otras comunidades del país), Robalagallina, Los Waikiki, Los Africanos, etcétera, que se enriquecieron con los Diablos Cojuelos.

En 2002, el Dr. José Guillermo Mieses (Pepe) propone la creación de la Asociación de Diablos Cojuelos Unidos (ADIU), la cual se convierte en una institución sin fines de lucro en el año 2003, y por iniciativa del propio Dr. Mieses, se obtiene por resolución de la Sala Capitular del Ayuntamiento del Distrito la designación de Carnaval del Distrito Nacional a ser celebrado todos los Domingos de Febrero en la Ave. México, mediante la Resolución No. 144-04 y con ello surge una nueva forma de organizar el carnaval del Distrito Nacional que ya tenía varios años siendo un carnaval callejero.

En el Distrito Nacional se practican una serie de festivales que son auspiciados y apoyados por los Organismos principales como medio de exponer la cultura dominicana algunos son:

- Bienal de Artes Visuales, Ministerio de Cultura, Museo de Arte Moderno.
- Bienal de Pintura del Caribe y Centroamérica, Ministerio de Cultura, Museo de Arte Moderno.
- Celebración Marzo mes del Teatro.
- Bienal Teatro Grupal, Ministerio de Cultura.
- Bienal de Arquitectura de Santo Domingo. Muestra Internacional de Cine de Santo Domingo, Anual, Evento Privado.
- Festival de Cine Fundación Global, Anual, Evento Privado.
- Festival de Música de Phillipe Entremont. Fundación Sinfonía. Celebración Bienal, Mes de Abril en el Teatro Nacional.
- Temporada Sinfónica, Anual Marzo-Abril, Teatro Nacional

- Festival del Merengue, anual, julio-agosto, Ministerio de Turismo.
- Festival de Música Presidente, Cervecería Nacional, fecha variable.
- Festival de Jazz en Casa de Teatro, anual.
- Feria Nacional e Internacional del Libro, Abril. Ministerio de Cultura.

3.1.5 Arte y Artesanía

Conocer el arte y la cultura de un país es conocer a su gente, sus costumbres y la sensibilidad de los artistas que lo han creado. La artesanía en la República Dominicana es un oficio exquisito y noble para muchos lugareños de este país. Descubrir el verdadero arte nativo es entrar de lleno en el espíritu de los dominicanos.

La artesanía dominicana se caracteriza por el uso de los colores fuertes y elementos naturales que abundan en la isla. Materiales como la caoba, el metal, el coco, el barro, ámbar, larimar, concha marina, cacho de vaca, etc. quedan transformados en: bellas esculturas, cofres, muebles y una innumerable cantidad de objetos decorativos.

El turista puede deleitarse paseando por los atractivos mercados y plazas del Distrito Nacional como el Mercado Modelo, la calle El Conde, las Atarazanas y la Casa de Bastidas donde es posible elegir entre una gran variedad de artículos como objetos de cuerno, cuero, concha de caracol, ámbar, larimar, alfarería, cerámica o cestería.

El ámbar al igual que el Larimar, piedra preciosa de color azul cielo, se encuentran exclusivamente en la República Dominicana, se utilizan para la creación de todo tipo de

joyas sobre todo en la producción de preciosos collares, hechos en diferentes diseños y formas.

Los amantes de la escultura quedaran cautivados por la belleza de las figuras de caoba, de las mascararas de los diablos cojuelos o por las lindas cajitas de música que tocan el merengue.

Las muñecas de Lime forman parte de la artesanía de la República Dominicana, la podemos encontrar en todo país. De rostro anónimo, con vestido largo, cargando agua en tinajas, vendiendo frutas u ofreciendo flores, o con la cabeza cubierta por un pañuelo, han tenido, por su calidad artística y técnica, una fuerte demanda tanto nacional como internacional.

También las pintorescas máscaras del Carnaval, que en cada región adquieren un significado diverso, son fabricadas y pintadas a mano.

En lo relacionado al arte y arte sacro tenemos:

- Talleres de los diseñadores de moda.
- Talleres de confecciones de chacabanas.
- Talleres de Fabricación de trajes de Carnaval.
- Talabartería- En los alrededores del mercado modelo.
- Tiendas de regalos y suvenir de la Ciudad Colonial y el Mercado Modelo.

En el Distrito Nacional se realiza la Feria de artesanía dominicana al igual que la feria artesanal Navideña, en el Parque Colón en el mes de Diciembre. Casa de Teatro realiza semanalmente su feria de artesanía junto con el Ministerio de Cultura.

Las principales Salas de Exposiciones Artesanales son:

- Sala de exposiciones Quinta Dominicana, Santo Domingo.
- Sala de Arte Ramón Oviedo. Ministerio de Cultura.
- Salón de exposición del salón de la alta Escuela de Pintura y de Escultura. Palacio de Borgella.

3.1.5.1 Pintura y Escultura

La influencia cultural de Europa en el Nuevo Mundo tuvo lugar en la Arquitectura y el diseño urbano de las ciudades, como su principal muestra de expresión; a la que luego se introdujeron la orfebrería, la platería y finalmente la pintura y la escultura.

“La arquitectura colonial atravesó una enorme variedad de estilos y en cada uno de ellos el aporte de las tierras conquistadas es notable. En Santo Domingo lucen nuevos bríos el estilo romántico, el gótico, el barroco y el neoclásico. Prevalecía, en la pintura y en la escultura, el aspecto sacro del tema ya que era en los conventos donde se aprendía y se practicaban bellas artes.”¹³

¹³ Ureña Rib, Fernando. (2009). La pintura Dominicana, Arte Dominicano, (Resumen).

La escultura dominicana empezó su desarrollo con la inmigración de artistas e intelectuales españoles que, huyendo de la guerra civil española se establecieron en nuestro país. A través de su influencia nació la Escuela de Bellas Artes y desde entonces en el arte dominicano han surgido magníficos pintores y escultores reconocidos tanto nacional como internacionalmente.

Lamentablemente, la escultura es un arte que no se ha difundido ampliamente en la República Dominicana, a pesar de que existen muchos escultores dominicanos con una excelente producción artística. Es un arte que requiere de muchos recursos y no es valorizado en su justo precio; al tener poca difusión, muchas personas no conocen a los escultores ni sus obras.

En el Distrito Nacional se muestran obras de estos artistas en los parques y bulevares del mismo. También en las calles se puede apreciar las pinturas al óleo, cuyo origen lo encontramos en la vecina Haití, han hecho de su cuadros otros de los objetos más característicos de República Dominicana cuyos artistas han incorporado llamativos elementos y motivos propios que les dan personalidad y atractivo.

3.1.5.2 Teatro

En la República Dominicana, desde 1961, año del ajusticiamiento del dictador Rafael Leonidas Trujillo Molina, existe un sólido movimiento teatral. Hay una veintena de salas importantes en el país, entre las que se destacan el Teatro Nacional, el Palacio de Bellas Artes y Casa de Teatro, en la capital, Santo Domingo. Además, el Teatro Popular del

Centro, en Santiago de los Caballeros, el Teatro de la Vega y la Sala Cándido Bidó, en Bonao.

En el Distrito Nacional se producen montajes durante el año, así como varios Festivales y temporadas de teatro nacional. También, a menudo se celebra un festival internacional.

Salas de espectáculos y Casas de cultura en el Distrito Nacional

- Teatro Nacional
- Teatro Roba la Gallina
- Casa de Teatro
- Bellas Artes
- La Quinta Dominicana
- Casa de Italia
- Centro Cultural Español
- Centro Cultural Alemán
- Teatro las Mascaras de Germana Quintana
- Casa de Francia
- Teatro Guloya
- Teatro la Fiesta del Hotel Jaragua
- La Cuarta Espacio Teatral

3.1.5.3 Materiales de fabricación artesanal (hierro, madera, cuero y cerámica).

El hierro y su decoración, han puesto de moda una de la artesanías existentes más antiguas. A golpe de martillo con el metal candente se pueden obtener excelentes resultados. Son antiquísimos el conocimiento y trabajo más o menos artístico del hierro según lo han revelado testimonios arqueológicos. La fundición de hierro propiamente dicha o reducción del hierro al estado líquido no fue conocida hasta el comienzo del siglo XIX, debido a que en la Edad Antigua se obtuviera hierro semifundido.

La artesanía en metal, conlleva a técnicas elementales que se utilizan para su manejo: grabado, cincelado, repujado, y modelado; como se trata de materiales nobles, los metales requieren, para su empleo en las labores artesanales, algunos conocimientos técnicos, sin los cuales la creación no sería posible o se vería seriamente imposibilitada. Cortar, limar o grabar con ácido son partes de los procesos artesanales del modelado del metal que hay que aprender y/o dominar, por lo menos hasta un cierto punto.

El tallado en madera, como una forma de arte, incluye cualquier tipo de escultura, del bajorrelieve a la figura de tamaño natural, mobiliario, y decoraciones arquitectónicas. Las herramientas son gubias simples, cinceles, mazo de madera e instrumentos afilados. Las maderas usadas varían grandemente en dureza y grano. Las más comúnmente empleadas incluyen el boj, el pino, el nogal, el sauce, el roble, y el ébano.

La cerámica en la actualidad se aplica a muchos productos, utilitario o artístico, hechos con este material, entre otros: los objetos de uso cotidiano, vajilla, esculturas, azulejos, pero también los ladrillos, muebles sanitarios, aisladores térmicos y eléctricos, y muchos objetos más utilizados en la industria. “Sin duda la artesanía hecha de este material, con todas sus

variantes de arcillas, técnicas, usos, decorado y calidad, forman parte del concepto general de la cerámica”¹⁴

Los materiales básicos para la elaboración de cerámica son la arcilla y el caolín. Según la composición, el uso, la temperatura del horno y la deformación de estos materiales el momento de la cocción o quema, es lo que determina su uso: para loza, vajilla de porcelana, azulejos, gris, ladrillo u otros objetos de uso industrial.

3.1.6 La Gastronomía Dominicana



La gastronomía dominicana es una fusión entre la africana, la española y la taina. También tiene influencias árabes e italianas. Es una combinación de color y sabor, típica de la cocina del Caribe. En todas las clases sociales del país perciben gustos, hábitos y técnicas culinarias muy semejantes frente a una “vastísima pluralidad de platos”.

¹⁴ Díaz de Cossio, Alberto y Francisco Javier Alvarez. La Cerámica Colonial y Contemporánea, FONART-FONAPAS, MÉXICO, (1982).

3.1.6.1 Origen de la Gastronomía Dominicana

La cocina dominicana es el resultado de diferentes culturas procedentes de países en distintos continentes. Antes del arribo de los conquistadores españoles en 1492 los taínos, nativos indígenas, tenían ya una cultura culinaria que reflejaba los ingredientes y limitaciones propias de la isla. Afortunadamente algunos de estos todavía forman parte de nuestra tradición culinaria. Al arribo de los españoles, nuevas plantas, animales y métodos de cocción fueron introducidos a la isla e incorporados a la cocina criolla. Los españoles añadieron los sabores del mediterráneo y aquellos que les habían sido heredados a su vez, de los árabes que dominaron la Península Ibérica por varios siglos previos al descubrimiento y conquista de América.

La introducción de los esclavos africanos en el año 1507, añadieron nuevos sabores a nuestras tradiciones culinarias. La influencia de los esclavos es notoria en los caldos condimentados y las habichuelas que son típicos de los países latinoamericanos con mayor población negra. Siguiendo el camino de nuevos inmigrantes: comerciantes, conquistadores e invasores llegaron a nuestra isla nuevos frutos, ingredientes y sabores que hoy forman parte esencial de nuestra mesa. El arroz de Asia se combina con el bacalao y el arenque de los mares del norte; el espagueti de Italia.

3.1.6.2 Influencia en la Gastronomía Dominicana

Un rastreo histórico remite a la dieta de los pobladores aborígenes que encontraron los españoles al arribar a la isla, uno de cuyos productos más elaborados: El casabe, fabricado de la yuca, se convertiría por sus excelentes condiciones de conservación en el pan de la conquista que avitualló las empresas expedicionarias que partieron desde la isla hacia tierra

continental, estos también usaban la yuca hervida. A pesar de haber sido exterminados por los colonizadores, los indígenas dejaron para la posteridad parte de su tradición culinaria.

La jagua y la bija también eran usadas por los indígenas, esta última como pintura corporal y que el ají era “el sazón aborígen por excelencia”. Entre los taínos tuvieron gran importancia los tubérculos. A parte de la yuca, consumían batata, el lerén, el palmito, la bija, yautía y mapuey aunque cultivaron el maní y el maíz. Frutos consumidos por los aborígenes y presentes entre los dominicanos son la piña, la lechosa, el caimito, la guanábana, el mamón, jobo, la jagua, el zapote, el anón, la guayaba.

El mabí, hecho de bejuco indio, es otra perdurable herencia taína que puede apreciarse actualmente en el famoso mabí seibano elaborado de la fermentación del bejuco indio, emerge como bebida refrescante adquirida de nuestros antecesores precolombinos.

La técnica del barbecue, hoy tan popular y considerada exótica en nuestro país, tiene su origen en la barbacoa de ahí su nombre en la que asaban los tainos sus alimentos: jutías, iguanas, aves, pescados, y mariscos, rendían sus carnes frescas en esta parrilla primitiva y succulenta.

3.1.6.3 La dieta de la colonia, el inicio de una mezcla

Con el desarrollo de la ganadería como actividad productiva principal de la Colonia, se inició el consumo de carne -especialmente de reses montaraces- que caracterizó la alimentación de españoles, de esclavos y criollos. Ganado vacuno, gallina y puercos cimarrones brindaban proteínas a la dieta. Este cuadro lo completaban el casabe y las viandas, encontrándose entre estas el plátano, que había sido traído desde África como el

alimento para los negros, terminaría extendiendo sus bondades al resto de la población. En 1783, Moreau de St. Mery observaba que los plátanos, el maíz y el casabe, hacían las veces del pan de mesa criolla, Randolph Keim, ya en los inicios de la etapa republicana, en 1860, agregó a este repertorio la apetitosa arepa.

Los españoles trajeron, asimismo, el arroz que se convertiría en la base de la dieta criolla y la caña de azúcar, que se reprodujo bien y dió paso al nacimiento de la industria azucarera y con ella a la del ron y a la producción de dulce como la raspadura y el melao. A su vez, la producción de jengibre tuvo especial significado en la economía colonial, tanto como reglón de exportación como una bebida estimulante local.

Otros productos que atravesaron los océanos para quedarse fueron la berenjena y el orégano. Entretanto dice Hugo Tolentino Dipp, la habichuela roja llegó desde Centroamérica en el siglo XVI para convertirse en la inseparable compañera del arroz. Cita de un documento del año 1577 donde ya se mencionaba la unión del arroz y los frijoles.

3.1.6.4 Un Sabor innegable: La Cultura Africana

La cultura africana era el ingrediente que faltaba en la receta del sabor criollo. Las esclavas serian usada en el trabajo doméstico y dejarían su sello en la cocina como es el caso de los tostones verde, el mangú y el mofongo. lo mismo de los pasteles en hoja , ya que los africanos cocinaban alimentos envueltos en hoja de plátanos y los pasteles son populares en San Cristóbal, donde hubo gran concentración de esclavos y donde se cultivaba especie típicamente africana , como el funde y maní Congo.

También es posible que el alto consumo de víveres como el plátano, ñame, yautía, e incluso la yuca, que existe en las Antillas se deba parcialmente a una herencia cultural africana.

3.1.6.5 Otras Culturas que influyeron en nuestra dieta

Desde finales del Siglo XIX hasta mediados del Siglo XX, hubo una inmigración de personas del Medio Oriente, especialmente desde Líbano. Sin embargo, su comida no ha tenido gran impacto sobre la dominicana excepto en cuanto a algunos platos, como las hojas de repollo rellenas de carne y arroz (niños envueltos), que en Medio Oriente se hace con hoja de vida, y el quipe (kepe o kibbeh libanés) que es posible conseguir en todo el país, todos los días como bocadillo, con carne de res en el lugar de carnero.

Finalmente un factor importante durante el periodo colonial y posterior hasta finales Siglo XIX, es la gran inmigración desde las islas canarias. El inmigrante canario es el que viene a definir la comida criolla antillana, desde la manera de preparar (“colar”) el café hasta la existencia de “las pulperías”. Las zonas de mayor concentración de canarios en nuestro país fueron Baní y San Carlos aunque se distribuyeron por prácticamente todo el territorio nacional, ya que la mayoría eran inmigrantes que vinieron a trabajar el campo. De origen canario, y no africano como asumen, es el uso de la harina de maíz (el gofio canario) para cierto platillo como el guanimo, surullos y surullito, etc. Este consumo predomina en las regiones del país donde hubo más asentamiento canario y menos esclavos africanos (Cibao Central, Bani). Hasta hace década atrás, la harina incluso se preparaba de manera artesanal con unos molinos de piedra idénticos a los empleados en las islas Canarias.

Qué decir del cacao, que ingresó entre los Siglos XVI y XVII, faltaría hablar del aguacate, acompañante perfecto para tan variados menús. La habichuela con dulce, símbolo por excelencia de la cocina de cuaresma y que se cree tiene su origen en Francia y muchas otras de las cuales han sido platos exquisitos de nosotros a los cuales les hemos dado nuestro toque de sabor.

La comida italiana también tiene alrededor de más de 50 años en el país con la gran llegada de la pizza y han seguido creciendo con restaurante especializado en pasta como son los espaguetis, raviolis, coditos, lasaña, linguinis y otros.

Nuestros hábitos alimenticios están estrechamente ligados a la cultura africana y haitiana en la región fronteriza gracias al contacto social cotidiano que hay entre ellos, un ejemplo palpable de esto es el Chambre, un plato rico en víveres, guándules y carnes como también el arenque con batata.

3.1.6.6 Platos típicos de Santo Domingo

La Cocina Dominicana está basada en ingredientes frescos, y una gran variedad de vegetales, los cuales hacen de la nuestra una cocina variada y saludable. La base de nuestra cocina es el sofrito, una mezcla de vegetales y hierbas, sazones y otros ingredientes salteados hasta que liberen su sabor.

El desayuno para los dominicanos es usualmente una comida ligera, consistente, generalmente, en pan, chocolate, cocoa o café con leche. Algunas veces, sin embargo, se podría tomar un desayuno más consistente en mangú: plátanos verdes hervidos y hechos

puré, huevos y/o salami frito acompañados con cebolla salteadas con vinagre y sal. Un menú similar se utiliza generalmente para las cenas.

La comida base de la cocina criolla antillana es el arroz con habichuela, cariñosamente llamada “la bandera”. Consiste en arroz blanco y frijoles rojos. Está el moro dominicano, que es el conocido como moros y cristianos, es una variante del anterior pero que, en este caso, el arroz y los frijoles se cocinan juntos. En regiones costeras, se le acostumbra a echar leche de coco, especialmente al de guándules. Inclusive hay variantes de moro hecho con trigo, maíz o sorgo en lugar de arroz.

El sancocho, llamado “el plato nacional”, su origen proviene del ajiaco de los taínos. Pero hay que reconocer que para los primeros habitantes europeos de la isla, en la que los víveres y la carne eran fáciles de conseguir, el sancocho sería una manera fácil de preparar una comida completa. Es un plato que se prepara en ocasiones especiales ya que su preparación es larga y contiene muchos ingredientes. El sancocho tradicional se hace de carne de res, pero el sancocho de siete carnes es la versión de lujo.

El rico “Locrio de Pollo”, esta quizás es la versión clásica y la más popular del Locrio, es posiblemente el descendiente de la paella española, y combina vegetales, arroz y pollo, se sirve con tostones y con una rica ensalada a base de aguacate.

Diversos platos deliciosos a base de maíz son: el “buche de perico” en el Cibao y el “chenchén” y el “chacá” que según historiadores es de procedencia Africana.

Entre los postres podemos mencionar: El dulce de leche dominicano es sólido y, usualmente, se vende en forma de bloques, muy diferente a como se prepara en otros países latinoamericanos. El “arroz con leche”, probablemente de origen árabe. También el Piñonate, hecho con coco finamente rayado, “el Conconete”, hecho con harina de trigo y coco, este aparenta ser un dulce de origen cocolo, y su nombre es derivado de la palabra inglesa para coco, (“coconut”). Las Habichuelas con Dulce, son imprescindibles en Semana Santa, esta es una crema de frijoles rojos pero dulce y otras especias, se acostumbra comer con las llamadas “galletitas de leche”.

Entre las bebidas esta el antes mencionado Mabí o Perú es una bebida ligeramente fermentada producida a partir del Bejuco Indio. Se produce en todo el país como una bebida refrescante. “El Cacheo” es una bebida que se produce a partir del tallo de la palma cacheo y es ligeramente fermentado. Solamente se hace en lugares donde existe tal palmera.

La Mamajuana que es una bebida alcohólica típica del país a la que los dominicanos le atribuyen poderes afrodisíacos; contiene raíces, bejuco, hojas, palos y especias dulces. También puede estar hecha a base de mariscos. El guavaberry es un licor elaborado usando el fruto de arrayán. Es una bebida introducida en la región este por los cocolos aunque ya el fruto existía aquí antes de su llegada.

Es posible que se escape uno que otro manjar dominicano, que sin lugar a dudas la gastronomía dominicana lleva en sus raíces, las simientes de varias culturas, las cuales hemos hecho nuestras, haciéndole modificaciones y siendo hoy en día las preferidas de nosotros. La gastronomía dominicana tiene sin lugar a dudas gran potencial.

3.2 Inventario de Recursos Naturales que pueden ser Ofertados

El Jardín Botánico



- Los Tres Ojos



- Mirador del Norte



- Mirador del Sur



La Caleta

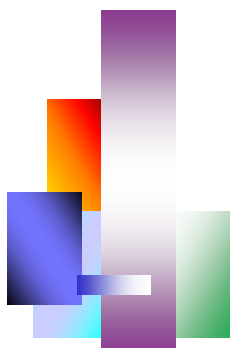


- Engombe



CAPÍTULO IV

LA MEZCLA PROMOCIONAL EN EL SECTOR TURÍSTICO



La Promoción está muy ligada a la función de marketing relacionada con la comunicación persuasiva, hacia audiencias objetivo, de los componentes del programa de marketing para facilitar el intercambio entre el fabricante y el consumidor, y ayudar a satisfacer los objetivos de ambos.

"La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan".

Comunicación persuasiva

Incluye un intento de persuadir a la audiencia objetivo para asumir una nueva actitud o para adquirir un nuevo comportamiento frente a un servicio o producto.

4.1 Mezcla Comunicacional

La Mezcla Comunicacional, es parte fundamental de las estrategias de mercadotecnia, debido a que la diferenciación del producto, el posicionamiento, la segmentación del mercado y el manejo de marca, requieren de una promoción eficaz.¹⁵

Por lo que según, nuestro criterio, es una manera de conjugar, unir distintas herramientas mercadológicas, que se utilizan dentro de la comunicación, con el objetivo de promover, persuadir y/o comunicar sobre un producto o una empresa determinada. Utilizando diversas herramientas como son: la publicidad, promoción de ventas, las relaciones públicas, mercadeo directo, publicidad no pagada.

¹⁵ Del libro: Fundamentos de marketing, 13a Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Págs. 577 y 578.

4.1.1 Conceptualización de Mezcla Promocional o Comunicacional

Para la *American Marketing Association (A.M.A.)*, la Mezcla Comunicacional es *"un conjunto de diversas técnicas de comunicación, tales como publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas, que están disponibles para que un vendedor (empresa u organización) las combine de tal manera que pueda alcanzar sus metas específicas"*.¹⁶

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", *La Mezcla Comunicacional o "mezcla total de comunicaciones de marketing de una empresa, consiste en la combinación específica de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo que la empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de publicidad y marketing"*.¹⁷

Para Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", *La Mezcla Comunicacional es la combinación de ventas personales, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas de una organización"*.¹⁸

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., *"el Mix de Comunicacional (mezcla de promoción) es un elemento del marketing mix de la empresa que sirve para informar al mercado y persuadirlo respecto a sus productos y servicios. El mix de comunicación utiliza herramientas como la venta personal, publicidad, promoción de ventas, merchandising (o*

¹⁶ Definición extraída del sitio web de la American Marketing Association, MarketingPower.com, sección Dictionary of Marketing Terms.

¹⁷ Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Pág. 470.

¹⁸ Del libro: Fundamentos de marketing, 13a Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Págs. 577 y 578.

promoción en el punto de venta), relaciones públicas y publicidad blanca (comunicación en medios masivos que no paga la empresa u organización que se beneficie con ella".¹⁹

4.1.2 Elementos de la Mezcla Comunicacional

4.1.2.1 Publicidad

La Publicidad es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.²⁰

Al momento de implementar en campanas publicitaria para el sector turístico, debemos de pensar en tener muy bien claro los objetivos que deseamos conseguir con la misma, sin olvidar, que con esta campana, lo que buscamos es: Informar, Persuadir y Recodar al público objetivo a quien nos dirigimos.

4.1.2.2 Venta Personal

Forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores.²¹

En este caso en el sector turístico, se debe implementar estrategias de elección de canales alternos para llegar al público objetivo en las diversas ofertas turísticas culturales y ecológicas que deseamos vender.

¹⁹ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 217.

²⁰ Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Pág. 470.

²¹ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 217.

4.1.2.3 Promoción de Ventas

Consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio. Por ejemplo: Muestras gratuitas, cupones, paquetes de premios especiales, regalos, descuentos en el acto, bonificaciones, entre otros.²²

Como es lógico, la promoción de ventas busca un impacto directo en el comportamiento de los compradores de una marca o una empresa. Como un punto adicional es necesario tener en cuenta que la promoción aunque no genere una compra inmediata, ayuda a fortalecer la “identidad de marcas de las organizaciones”, mejorando el reconocimiento a largo plazo, por lo que las empresas turísticas y hoteleras deberán de tener muy en cuenta, para su implementación y difusión de ofertas puntuales, como es en el caso del turismo cultural y ecológico.

4.1.2.4 Relaciones Públicas

Consiste en cultivar buenas relaciones con los públicos diversos de una empresa mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena “imagen corporativa” y el manejar o bloquear los rumores, las anécdotas o sucesos desfavorables. Incluye boletines de prensa y eventos especiales.²³

"Las Relaciones Públicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los

²² Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Amstrong, Pág. 470.

²³ <http://www.gestiopolis1.com/recursos8/Docs/mkt/fundamentos-de-marketing.htm>

que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes".²⁴

Como hemos apreciado, en las relaciones públicas, lo que ganamos en el sector turístico y hotelero es notoriedad en el mercado, buscar una mejor proyección de imagen del producto turístico, haciendo uso de esta estrategia permite que las instituciones u organismos se vean de manera diferente en el mercado y al público en que nos estamos dirigiendo.

4.1.2.5 Marketing Directo

Consiste en establecer una comunicación directa con los consumidores individuales, cultivando relaciones directas con ellos mediante el uso del teléfono, el fax, correo electrónico, entre otros, con el fin de obtener una respuesta inmediata.²⁵

A medida que va pasando el tiempo, nos damos cuenta de que esta herramienta de marketing directo es de mayor importancia, puesto, el consumidor de servicio, va buscando ventajas competitivas y el trato personalizado y directo, de llevar la información a personas particulares es una ventaja para el sector turístico y hotelero, ya que nos permite, enfocarnos más directamente en donde queremos cautivar y persuadir para los paquetes a ofertar.

²⁴ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/relhumitoiz.htm>

²⁵ Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Pág. 470.

Hoy en día, con el incremento de las redes sociales y el internet, vamos observando, como podemos llegar a más personas de una manera ágil, rápida y segura, con el objeto de informar y comunicar nuestras características y beneficios que otorgamos en el sector, además, de que esta herramienta puede ayudar a incentivar el marketing boca a boca, lo cual, puede ayudar a incrementar las ventas.

4.1.3 Importancia de la Mezcla Comunicacional para las Empresas

La comunicación es una de las variables del marketing mix, integrada por un conjunto de herramientas comunicacionales masivas: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, las ventas y/o comunicación personal y marketing directo.

La importancia de cada una de estas herramientas influye en el logro de los objetivos de marketing, y se enfoca en comunicar mediante la información o la persuasión a individuos, organizaciones y/o grupos sociales, una oferta de manera directa o indirecta para satisfacer la relación de intercambio entre oferentes y/o demandantes.

Cabe destacar, que el éxito de muchas de las empresas depende del nivel de comunicación que utilicen, si quieren posicionar un producto en un buen lugar en la mente de los consumidores o el blanco de público objetivo tiene que hacer uso de la comunicación, de una comunicación efectiva, debe de llegar con mensaje adecuado, al publico indicado.

El impacto financiero al inicio de cualquier jornada de comunicación enfocada al sector turístico se ve negativo pero a la larga tiene un impacto positivo, si no se da a conocer el producto, es imposible que se quede en el tiempo, si no se hace uso de la comunicación, el producto turístico no permanecerá.

4.2 Plan Estratégico Promocional.

A raíz de todos estos elementos la mezcla promocional, que para la mayoría de la empresas que deseen hacer un reposicionamiento o cambio de estrategia se realiza un plan de marketing estratégico que no es más que, un documento formal en el que se intenta plasmar, por parte de los responsables de una compañía (directivos, gerentes, empresarios...) cual será la estrategia de la misma durante un período de tiempo, generalmente de 3 a 5 años.

4.2.1 Estrategias y Tácticas Promocionales

Todo plan táctico de mezcla promocional conlleva una serie estrategias y tácticas, junto a la realización de los mismos, de los cuales deben poseer un cronograma planificado partiendo del conocimiento que una estrategia no es más que un plan a seguir para cumplir con los objetivos establecidos. A raíz de esa estrategia se formulan las tácticas que son mecanismos o métodos para poder ejecutar las estrategias, las cuales deben estar ligadas al cumplimiento de los objetivos a largo o corto plazo.

Estrategia Promocional no es otra cosa que la determinación de los medios promocionales que se consideran más idóneos para cumplir los diferentes objetivos y acciones más adecuadas para conseguirlo.

Su elaboración debe partir de la definición de cuál es el posicionamiento de imagen deseado para nuestro establecimiento, y una vez definido, determinar cuáles objetivos y acciones son las más adecuados para conseguirlo.

Para llevar a cabo este plan estratégico es necesario tomar en cuenta algunos parámetros:

- ¿A quién vamos a promocionar? Consumidor, Comprador, vendedor.
- Conocimiento de que vamos a promocionar: gustos, preferencias, hábitos de compra, clase social, etc.
- Herramientas a utilizar en la promoción.

Luego de tener claro todos esos parámetros es que podemos determinar cuál sería la mejor estrategia a elegir para cumplir con los objetivos, debemos conocer el mercado y los sectores que nos vamos a dirigir, y el análisis del mismo sector.

Tácticas promocionales

Una táctica no es más que un medio específico con el cual se pone en práctica una estrategia. Por lo que una táctica promocional, es poner en práctica lo planteado en la estrategia.

4.3 Importancia de un Plan Promocional para el Sector Turístico

A raíz de la fuerte afluencia de turistas en todo el país, el sector turismo – unas de las principales fuentes generadoras de empleos e ingresos- se han visto en la necesidad de atraer diferentes públicos; para potencializar a República Dominicana como un potencial turístico en todo el Caribe.

Ahora bien, para lograr dicho objetivo, se necesita una buena impresión de lo que Santo Domingo como destino; para ello es vital la implementación de un plan promocional que impulse el turismo en toda la región.

Si bien conocemos, que todo producto, sea turístico o no, necesita la implementación de ciertos planes para llevar a cabo su proceso de desarrollo, nuestro país no es diferente en ese aspecto.

El sector turismo a nivel mundial, tiene un gran apogeo para el desarrollo de un país y cada día busca como crear un producto nuevo o en caso de Santo Domingo un producto diferenciado que lo haga diferente a los demás. El turista busca siempre conocer cosas nuevas, nuevos lugares, nuevos atractivos para su relajación o su gusto.

Para José Leonardo Guzmán (Encargado de Promoción y Eventos de Baltimore Dominicana, C. Por A. - BALDOM), *“Al momento de llamar la atención del turista sobre un lugar, es necesario que luzca atrayente, para que el turista tome la iniciativa de visitar ese destino. Necesita adoptar diferentes formas de oportunidades promocionales que sigan impulsando al sector turístico, siendo las que se han venido construyendo hasta ahora (mezcla promocional, correos a clientes potenciales, publicity, etc.). Sin embargo, nuestro país está desarrollando un concepto diferente del turismo y más rentable.”*

Es por eso que al momento de Santo Domingo como un destino variado (cultural, ecológico), necesita la implementación de un plan promocional para lograr atraer ese público objetivo que busca algo diferente y que solo Santo Domingo le puede ofrecer.

4.4 Situación Actual en Santo Domingo para las Oportunidades Promocionales

La investigación realizada ha dado como resultado que en Santo Domingo existe el potencial apto para ofertar el turismo en la Ciudad. De igual forma, a través de un trabajo de relaciones públicas se puede lograr un posicionamiento del producto de manera significativa, sobre el cual se desea ofrecer para la comercialización del turismo cultural y ecológico. Situación de Santo Domingo:

- Oportunidad Promocional
- Reto Competitivo
- Publicidad Adversa
- Conflictos por Intereses Particulares

Propuestas:

1. Formación de grupos de asistencia por parte de los organismos pertinentes para la creación de pautas, leyes y políticas de lugar.
2. Apoyar de manera continua a las agencias de viajes y tour operadoras para la oferta y desarrollo de este nuevo concepto; así como los diferentes sectores de la comunidad.
3. Promover a través de los medios de comunicación (televisivos, radiales, etc.) los diferentes atractivos que posee Santo Domingo, tratando de no perjudicar la imagen de la zona.

4. Implementación de planes de seguridad dentro de los propios organismos, buscando desarrollar como fuente principal, la actividad turística. De igual forma, la creación de un grupo específico que se encargue de los factores económicos.

4.5 Análisis De Viabilidad Para El Desarrollo Del Turismo Cultural Y Ecológico (Agencias De Viajes)

4.5.1 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. Los diseños son estrategias con las que intentamos obtener respuestas a preguntas como:

4.5.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación a describir es de tipo **Cualitativo-Descriptivo**, esto con el propósito de describir la aceptación que tendría la creación de un producto combinado de turismo cultural y ecológico para la ciudad del Gran Santo Domingo, obtener características y las cualidades que lo hacen ser un producto diferenciado.

Una investigación cualitativa es aquella que busca obtener informaciones a partir del análisis de cualidades del objeto de estudio.

Una investigación descriptiva es aquella cuyo objetivo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

4.5.1.2 Alcance de la investigación.

La investigación se aplicará en la ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, a agencias de viajes y tour operadores, también se entrevistará el público en general que pueda dar información sobre la necesidad de hacer turismo cultural y ecológico en la República Dominicana.

4.5.2 Tipo de Muestreo y Determinación del tamaño de la Muestra

El muestreo a utilizar es el no probabilístico debido alto grado de dificultad para contactar a los elementos seleccionados en la muestra. El no probabilístico es un muestreo sin requerimientos formales, el cual en la mayoría de los casos queda a juicio de los investigadores.

En este tipo de muestreo, las unidades muestrales no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por el responsable de realizar el muestreo. Estos muestreos comparten las características siguientes:

- La selección de la muestra no es al azar, se basa en el criterio del investigador.
- No se pueden incluir por lo tanto ecuaciones de probabilidad, ya que no aplica ninguna teoría de dicha disciplina.

- Por consecuencia no pueden calcularse datos como margen de error o nivel de confianza
- El costo de dichos muestreos es más barato comparado con un muestreo probabilístico

4.5.2.1 Muestreo por Conveniencia

Se toma la muestra de las poblaciones accesibles, para poder darle curso a la investigación de manera rápida. Este tipo de muestreo se selecciona cuando la población no es tan elevada y la accesibilidad es complicada.

- ✓ El tamaño de la muestra seleccionada es de 15 agencias de viajes y 120 personas.

Diseño de instrumento de recolección de datos:

Se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas con la finalidad de recopilar las informaciones pertinentes de los encuestados. **(Ver anexo del cuestionario)**

Presentación de los Resultados

1. Encuestas a las Agencias de Viajes

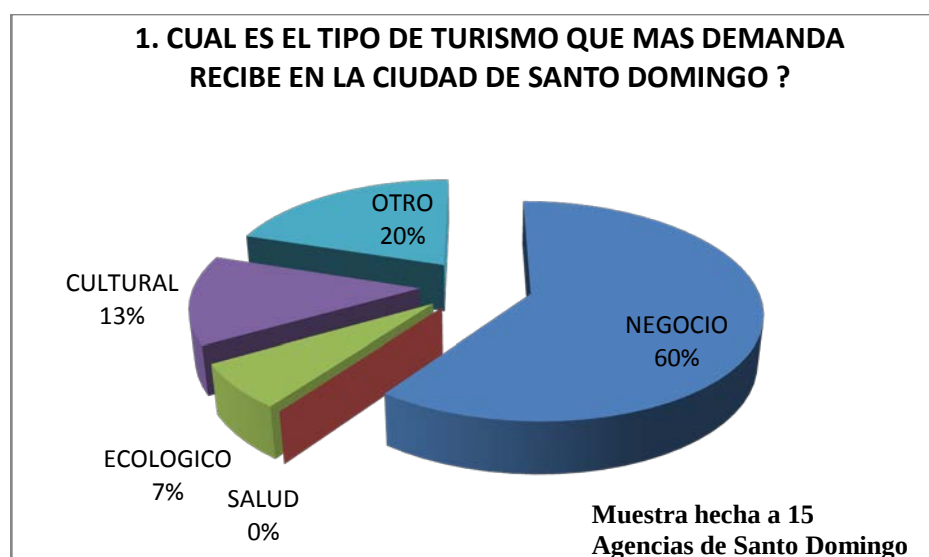
Para determinar el punto de vista y el tipo de turismo que las agencias de viajes ofrecen a sus clientes, con que regularidad, decidimos entrevistarlas.

Lo primero era analizar qué tipo de turismo recibe más demanda, luego ver si existe una oferta actual que se compare a la nuestra. Así mismo ver si las agencias de viajes estiman que en realidad esos recursos tienen el efecto de atractivo con la suficiente relevancia tanto en el turismo cultural como en el ecológico. Así como saber cuáles son los atractivos que en la actualidad reciben más demanda en ambos casos.

Lo más importante era medir que receptividad tendría nuestro proyecto, así que decidimos ver si están dispuestos a ofrecer un turismo histórico, cultura y ecológico, procedimos a realizar un total de 15 entrevista que son la muestra de las Agencias de Viaje en la ciudad de Santo Domingo. Con estas entrevistas obtuvimos los siguientes resultados.

1. ¿CUAL ES EL TIPO DE TURISMO QUE MAS DEMANDA RECIBE EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO?

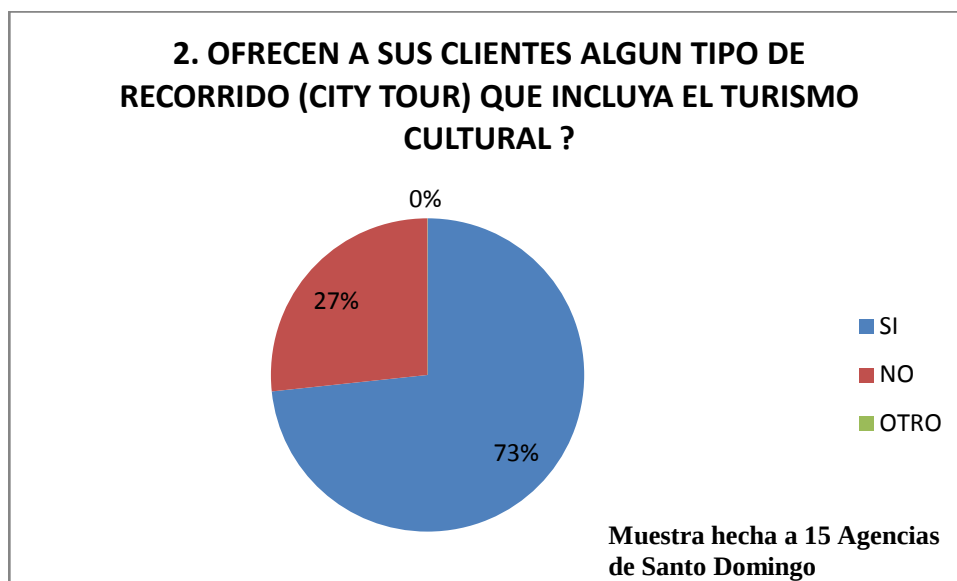
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NEGOCIO	9	60%
SALUD	0	-
ECOLÓGICO	1	7%
CULTURAL	2	13%
OTRO	3	20%
TOTAL	15	100%



Al preguntar cuál de los turismos recibe más demanda el turismo de negocio obtuvo un 60% siendo este el turismo más demandado en las agencias de viajes. El turismo ecológico alcanzo un 7% y el cultural un 13%. Sin embargo el turismo de salud no obtuvo ningún voto. Otro tipo de turismo obtuvo un 20%. Dejando claro que este puede ser un producto explotable.

2. ¿OFRECEN A SUS CLIENTES ALGÚN TIPO DE RECORRIDO (CITY TOUR) QUE INCLUYA EL TURISMO CULTURAL?

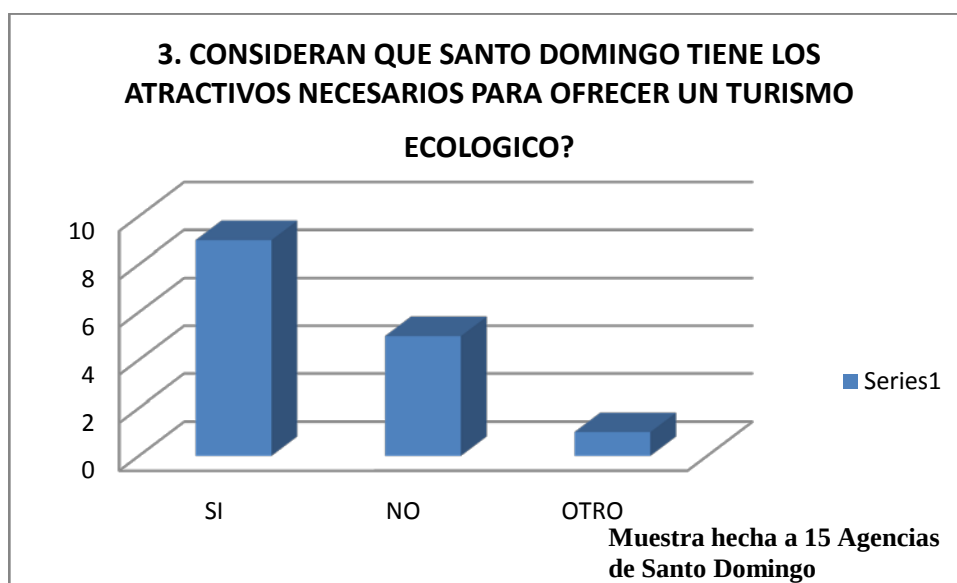
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	73%
NO	4	27%
OTRO	0	-
TOTAL	15	100%



En cuanto a si ofrecen un turismo cultural el 73 % dijo que si, un 27% no ofrecía ningún turismo cultural. Dejando claro que nuestro proyecto recibía el apoyo de las Agencias para ser incluido dentro de su oferta habitual.

3. ¿CONSIDERAN QUE SANTO DOMINGO TIENE LOS ATRACTIVOS NECESARIOS PARA OFRECER UN TURISMO ECOLÓGICO?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	60%
NO	5	33%
OTRO	1	7%
TOTAL	15	100%



El 60% de las agencias consideran que Santo Domingo contiene los atractivos necesarios para ofrecer un turismo ecológico. Sin embargo el 33 % considera que no posee esos atractivos pues no están con las condiciones necesarias. Un 7% piensan que tienen otros atractivos

4. ¿CONSIDERAN QUE SANTO DOMINGO TIENE LOS ATRACTIVOS NECESARIOS PARA OFRECER UN TURISMO CULTURAL?

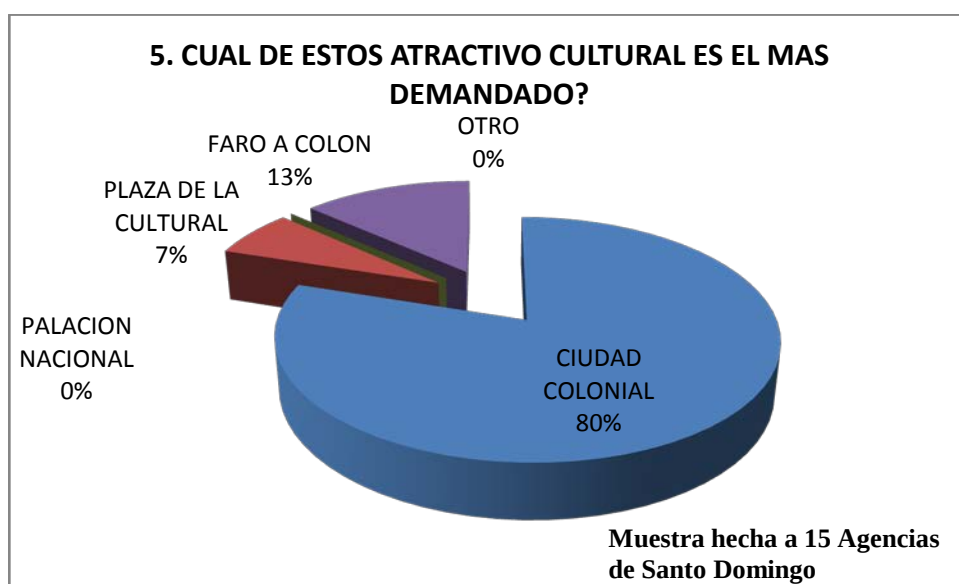
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	93%
NO	1	7%
OTRO	0	0
TOTAL	15	100%



También con el turismo cultural el 93% de las agencias consideran que Santo Domingo tiene los recursos necesarios para ofrecer un turismo cultural. El 7% considera que este le falta para poder ser ofrecido como un turismo cultural, por las mismas razones.

5. ¿CUAL DE ESTOS ATRACTIVO CULTURAL ES EL MAS DEMANDADO?

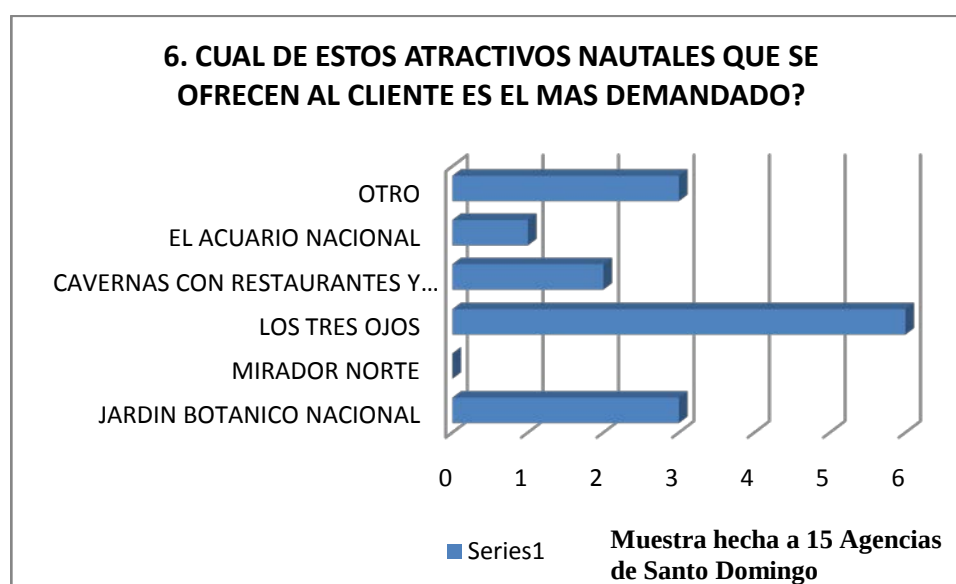
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CIUDAD COLONIAL	12	80%
PLAZA DE LA CULTURAL	1	7%
PALACIO NACIONAL	0	0%
FARO A COLON	2	13%
OTRO	0	0%
TOTAL	15	100%



Dentro de los atractivos culturales para las agencias de viajes el más demandado es la Ciudad Colonial con un 80%, luego le sigue el Faro a Colón con un 13%. La Plaza de la Cultura con un 7%. Mientras que el Palacio Nacional y otros atractivos no mencionando no obtuvieron ningún voto.

6. ¿CUAL DE ESTOS ATRACTIVOS NATURALES QUE SE OFRECEN AL CLIENTE ES EL MAS DEMANDADO?

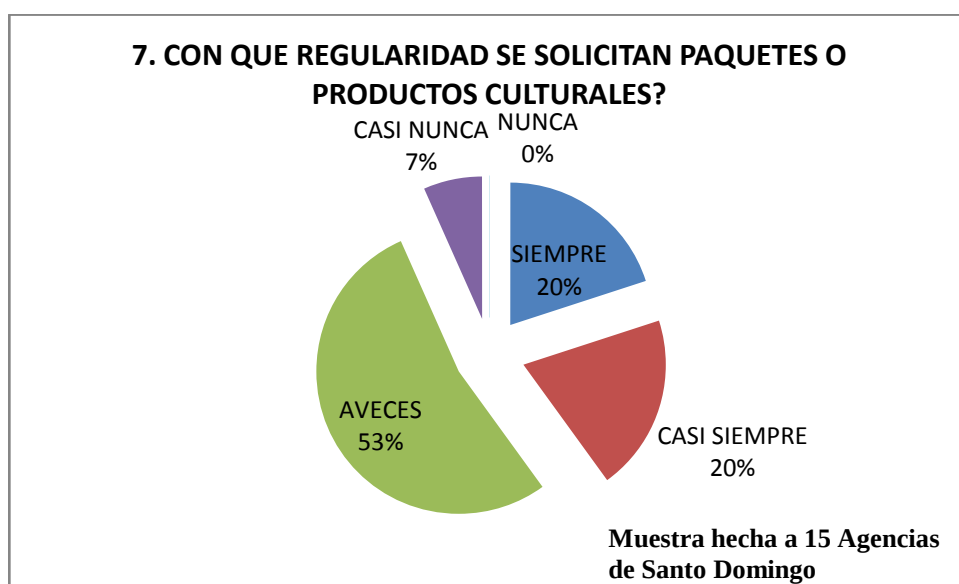
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
JARDÍN BOTÁNICO NACIONAL	3	20%
MIRADOR NORTE	0	0%
LOS TRES OJOS	6	40%
CAVERNAS CON RESTAURANTES Y DISCOTECAS	2	13%
EL ACUARIO NACIONAL	1	7%
OTRO	3	20%
TOTAL	15	100%



En los atractivos naturales el más demandado para las agencia son El Parque Nacional los Tres Ojos que obtuvo un 40%, luego el Parque Jardín Botánico con un 20% seguido de otros atractivos con un 20% que las consideran no están mencionados. También las Cavernas con Restaurantes y Discotecas obtuvieron un 13%.

7. CON QUE REGULARIDAD SE SOLICITAN PAQUETES O PRODUCTOS CULTURALES?

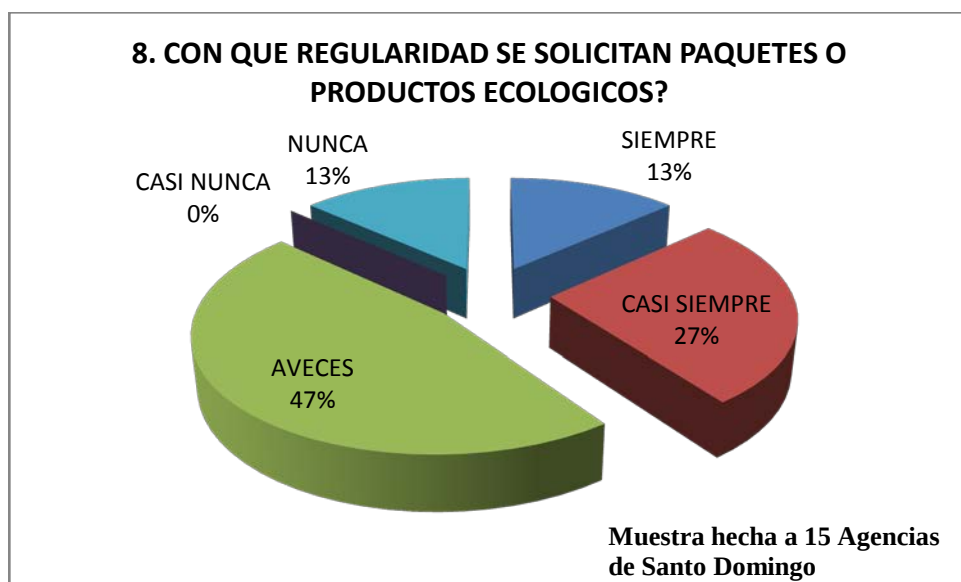
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	20%
CASI SIEMPRE	3	20%
A VECES	8	53%
CASI NUNCA	1	7%
NUNCA	0	0%
TOTAL	15	100%



El 53% de las Agencias encuestadas considera que los paquetes o productos culturales se ofrecen a veces, un 20% siempre y el otro 20% casi siempre. Sin embargo un 7% considera que casi nunca se ofrecen estos paquetes.

8. CON QUE REGULARIDAD SE SOLICITAN PAQUETES O PRODUCTOS ECOLÓGICOS?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	13%
CASI SIEMPRE	4	27%
A VECES	7	47%
CASI NUNCA	0	0%
NUNCA	2	13%
TOTAL	15	100%



En el caso de los paquetes o productos ecológicos el 47% dice que a veces se solicitan estos paquetes. Un 27 % casi siempre, un 13% considera que siempre y el 13% restante dicen que nunca se solicitan estos paquetes.

9. SI TUVIERAN UN PRODUCTO CON EL CONCEPTO COMBINADO DE TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, LO VENDERÍA?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	87%
NO	0	0%
TAL VEZ	2	13%
TOTAL	15	100%



Para concretar el 87 % de las agencias de viajes están dispuestas a vender a sus cliente un turismo cultural y ecológico en la Ciudad de Santo Domingo .Solo 2 de las 15 encuestadas haciendo un 13 % respondió que tal vez lo ofrecerían, dependiendo de lo que contenga.

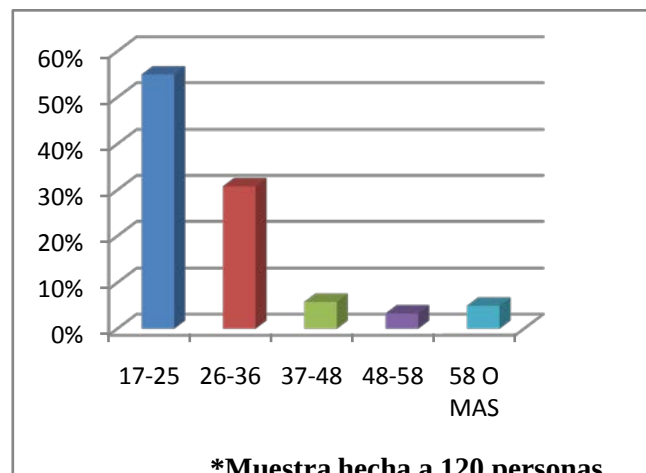
PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Entrevistas realizadas al público

Durante esta investigación se realizó una entrevista para conocer la opinión del público en general, respecto al interés que tienen en los recorridos culturales y ecológico de la Ciudad de Santo Domingo. La muestra hace un total de 120 entrevistas, que tras haberlas realizado a un público entre 17 y 60 años nos dan los siguientes resultados:

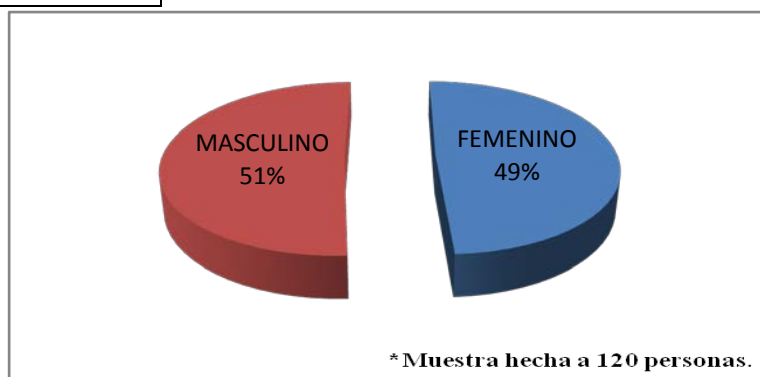
EDAD DE LOS ENTREVISTADOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
17-25	66	55%
26-36	37	31%
37-48	7	6%
48-58	4	3%
58 O MAS	6	5%
Total	120	100%



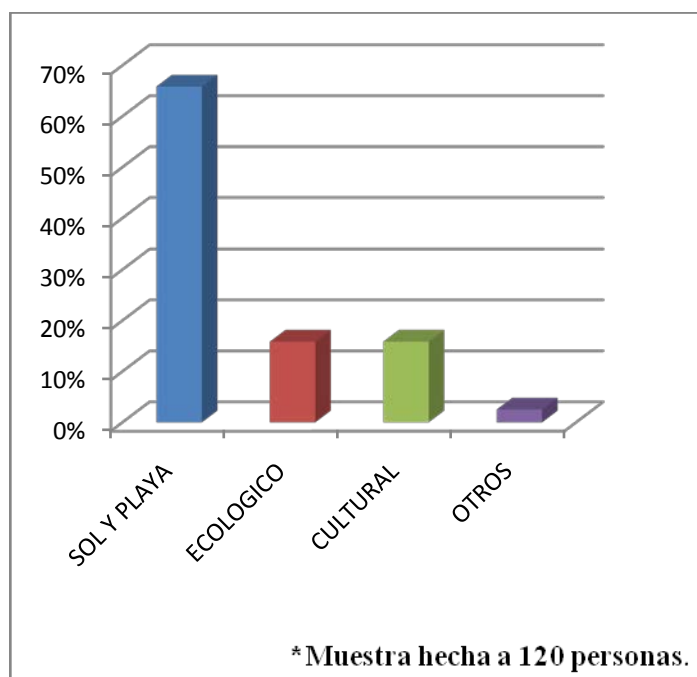
SEXO DE LOS ENTREVISTADOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	59	49%
MASCULINO	61	51%
Total	120	100%



1.- QUE TIPO DE TURISMO USTED PREFIERE?

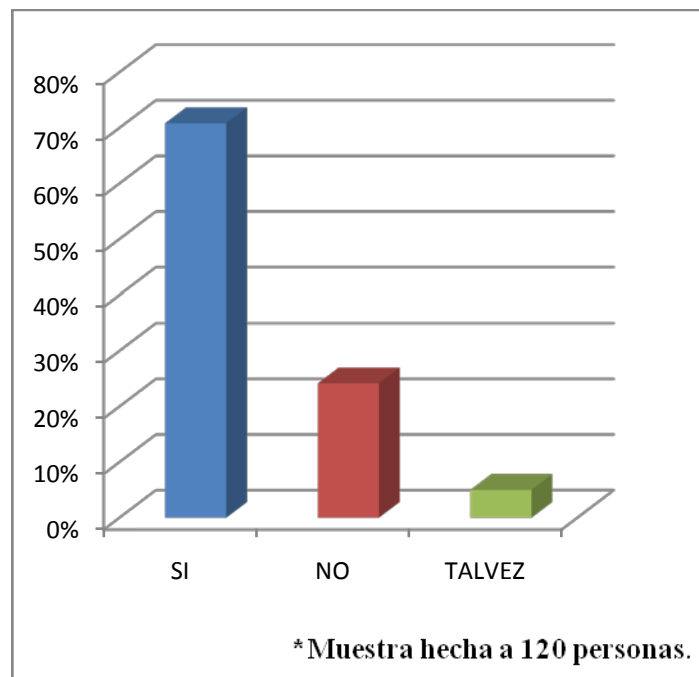
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOL Y PLAYA	79	66%
ECOLÓGICO	19	16%
CULTURAL	19	16%
OTROS	3	3%
Total	120	100%



Al preguntar qué tipo de turismo ellos prefieren, observamos que el 66 % del público encuestado prefirió el turismo de “sol y playa”, siendo este, el turismo más demandado. Entre el turismo cultural y ecológico, un 30% lo prefirió; el 3% restante optó por otro tipo de turismo. A pesar de que algunos encuestados prefirieron el turismo cultural y el ecológico este no es el más demandando.

2.- USTED HA REALIZADO ALGÚN RECORRIDO ECOLÓGICO

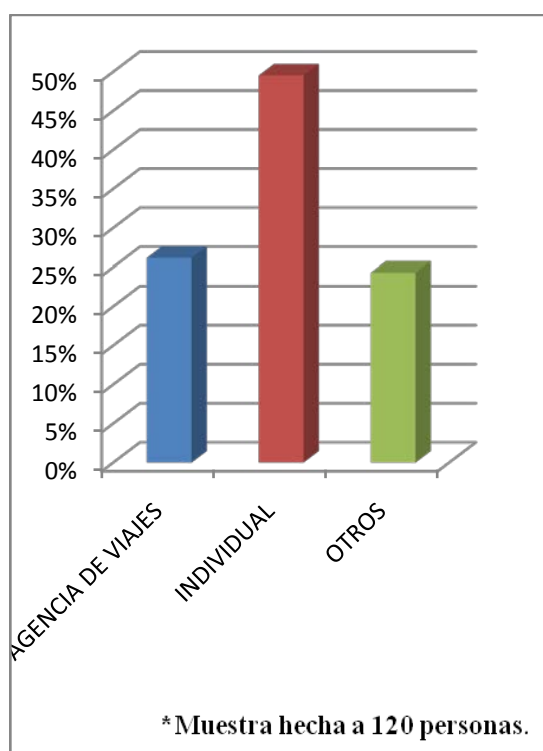
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	85	71%
NO	29	24%
TAL VEZ	6	5%
Total	120	100%



En cuanto a si habían realizado algún turismo ecológico el 71 % respondió que SI, el 24% un NO, y el 5% TALVEZ. Demostrando que el interés de realizar un turismo ecológico existe y a pesar de no estar tan promocionado las personas se interesan por realizarlo.

3.- A TRAVÉS DE QUE VÍA LO HA RECORRIDO?

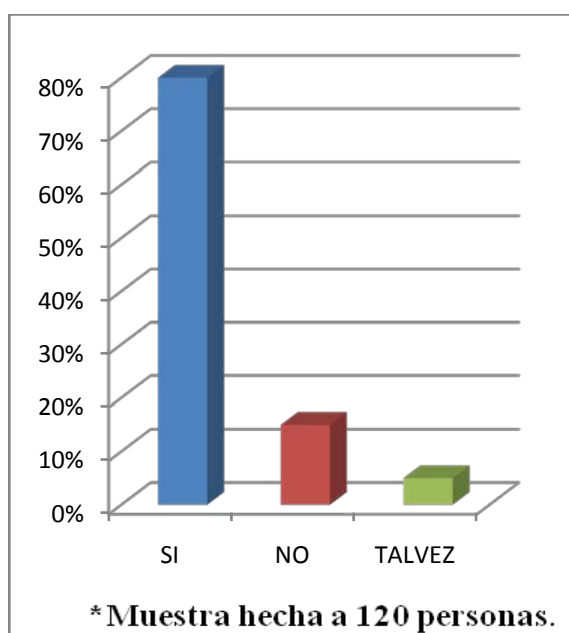
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AGENCIA DE VIAJES	28	26%
INDIVIDUAL	53	50%
OTROS	26	24%
Total	107	100%



También un 26 % han preferido hacer los recorridos a través de las agencias de viajes. Sin embargo el 50 % prefieren hacerlo individualmente, mientras que un 24% prefieren hacerlo mediante otros medios. Las agencias de viajes deben de promocionar más los recorridos culturales e históricos de la ciudad de Santo Domingo para así darle un recorrido más completo e interesante al público

4- USTED HA REALIZADO ALGÚN RECORRIDO CULTURAL?

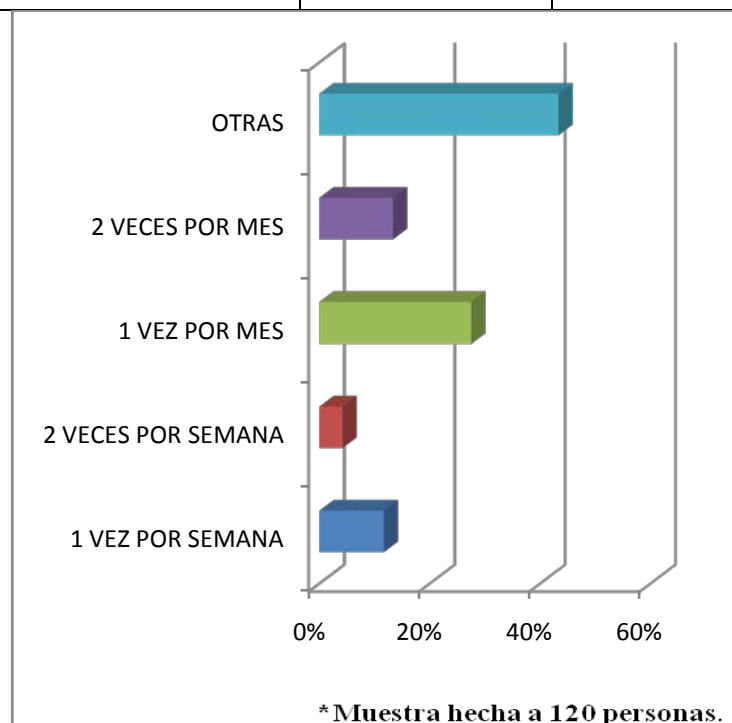
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	96	80%
NO	18	15%
TAL VEZ	6	5%
Total	120	100%



En cuanto al turismo cultural si lo han realizado mientras el 80 % respondió que lo ha realizado, un 15 % que no, y el 5% tal vez. Estos datos arrojan el interés que existe por el turismo cultural.

5.- CON QUE FRECUENCIA REALIZA RECORRIDOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 VEZ POR SEMANA	14	12%
2 VECES POR SEMANA	5	4%
1 VEZ POR MES	33	28%
2 VECES POR MES	16	13%
OTRAS	52	43%
Total	120	100%



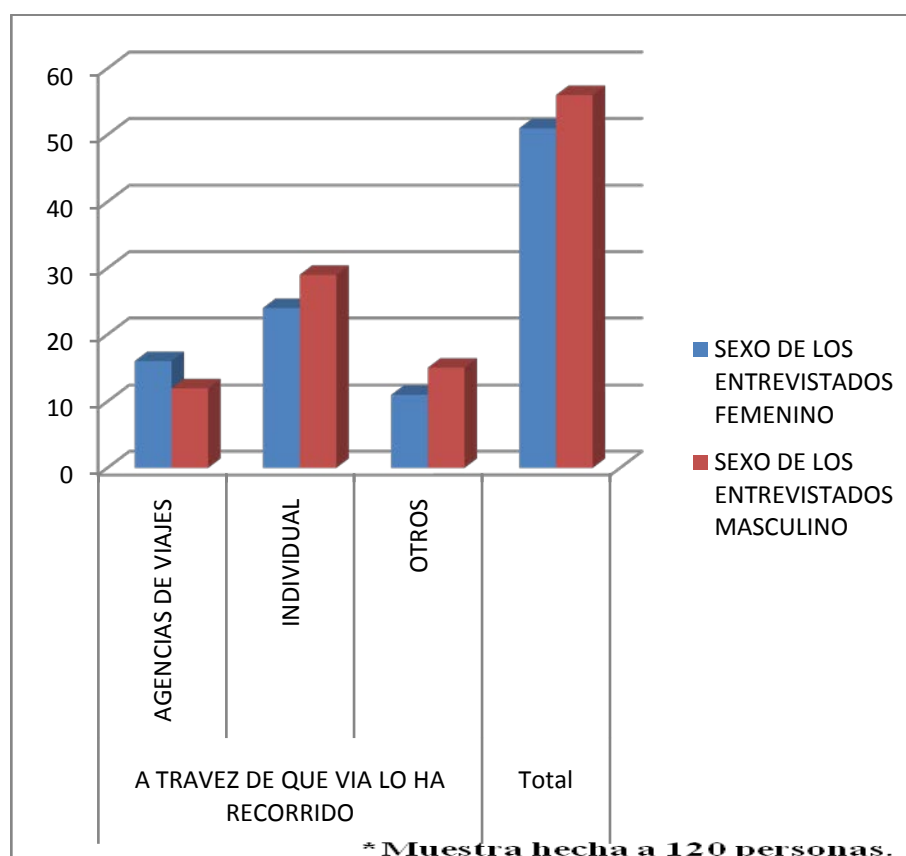
Los encuestados un 28 % realiza los recorridos 1 vez por mes, el 13% 2 veces por mes, un 4% 2 veces por mes. El 12 % prefiere realizarlo 1 vez por semana. Sin embargo el 43% de los encuestados no tenían una idea clara de la frecuencia con que realizan los recorridos. Lo que si nos dice que hay que hacer actividades programadas de estos tipos de turismo para que las personas puedan disfrutar más seguido de dichos turismos.

6.- ¿QUE LO MOTIVA A REALIZAR CUALQUIERA DE ESTOS RECORRIDOS?

Para concretar respecto a que los motivaba a realizar cualquiera de los recorridos. Esta pregunta es de tipo abierta, en la cual sometimos las encuestas a un análisis particular, en el cual pudimos visualizar que un gran porcentaje de la población encuestada nos dijo, que realizan su recorrido motivado por “conocer nuestro país”, seguido por los que nos indicaron que es por “hobby” y otros por “adquirir conocimientos de nuestro país”.

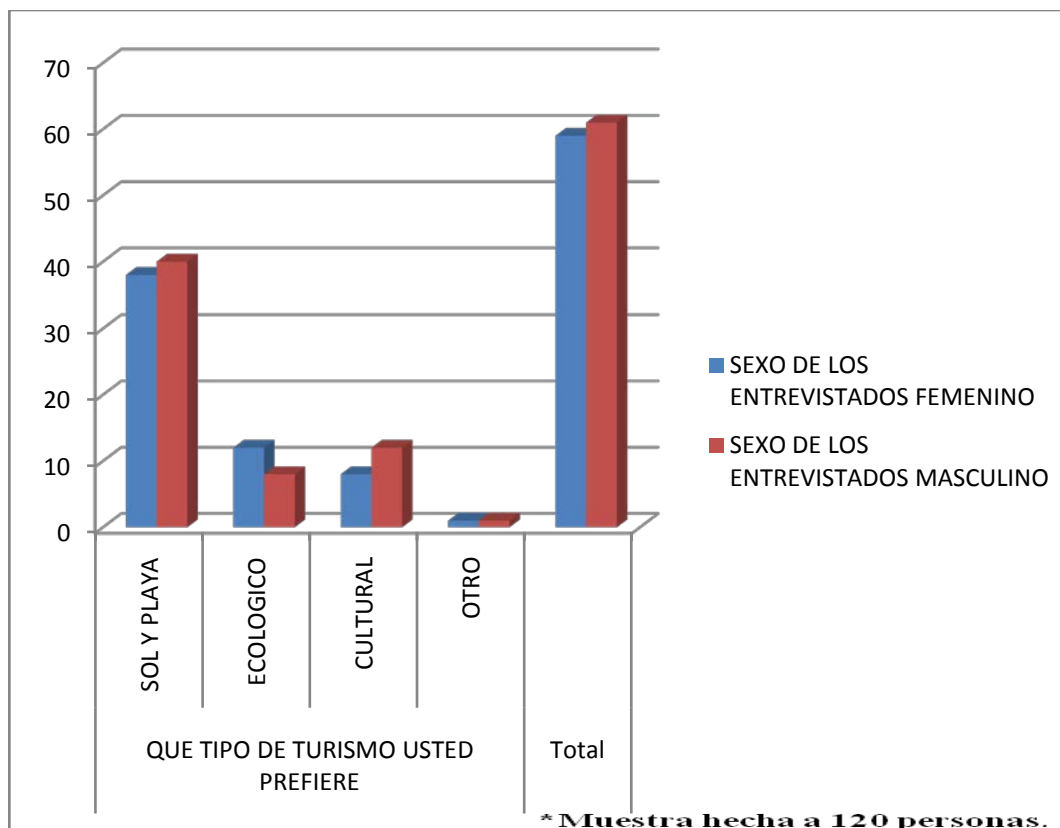
**SEXO DE LOS ENTREVISTADOS * A TRAVÉS DE QUE VÍA LO HA
RECORRIDO Crosstabulation**

		A TRAVÉS DE QUE VÍA LO HA RECORRIDO			Total
		AGENCIAS DE VIAJES	INDIVIDUAL	OTROS	
SEXO DE LOS ENTREVISTADOS	FEMENINO	16	24	11	51
	MASCULINO	12	29	15	56
Total		28	53	26	107



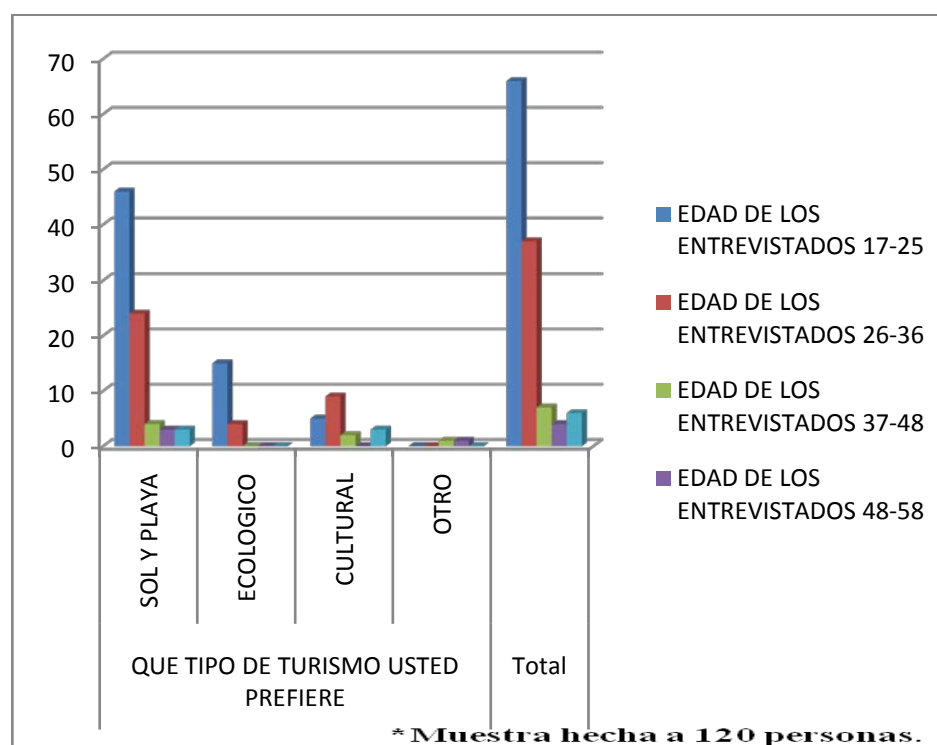
**SEXO DE LOS ENTREVISTADOS * QUE TIPO DE TURISMO USTED
PREFIERE Crosstabulation**

		QUE TIPO DE TURISMO USTED PREFIERE				Total
		SOL Y PLAYA	ECOLÓGICO	CULTURAL	OTRO	
SEXO DE LOS ENTREVISTADOS	FEMENINO	38	12	8	1	59
	MASCULINO	40	8	12	1	61
Total		78	20	20	2	120



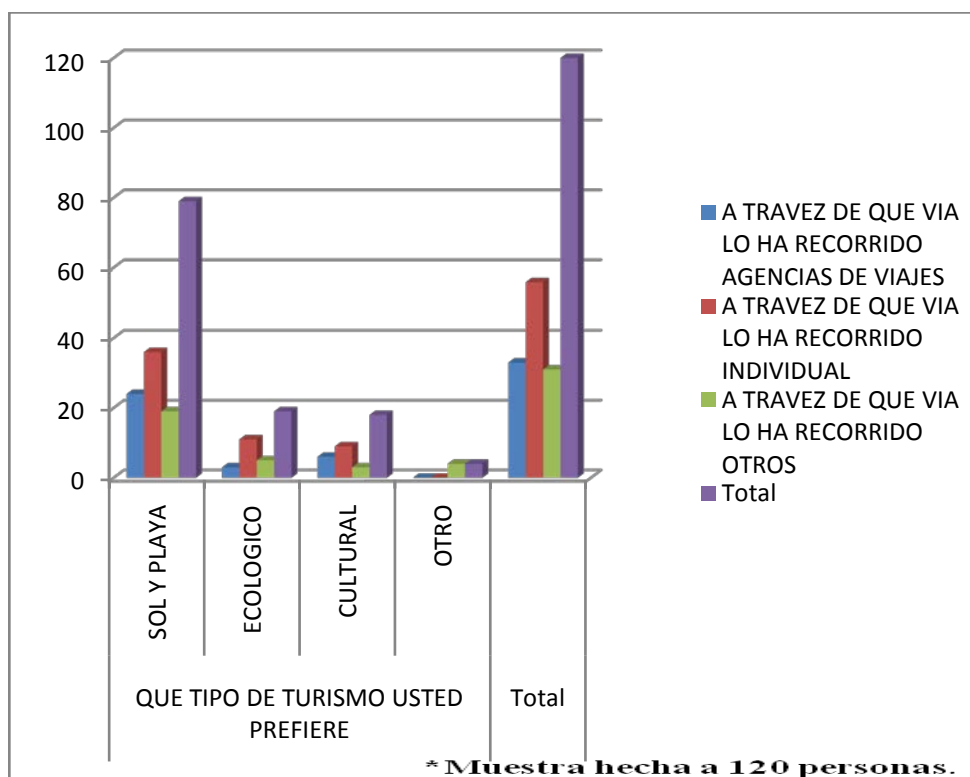
**EDAD DE LOS ENTREVISTADOS * QUE TIPO DE TURISMO USTED
PREFIERE Crosstabulation**

		QUE TIPO DE TURISMO USTED PREFIERE				Total
		SOL Y PLAYA	ECOLÓGICO	CULTURAL	OTRO	
EDAD DE LOS ENTREVISTADOS	17-25	46	15	5	0	66
	26-36	24	4	9	0	37
	37-48	4	0	2	1	7
	48-58	3	0	0	1	4
	58 O MAS	3	0	3	0	6
Total		80	19	19	2	120



QUE TIPO DE TURISMO USTED PREFERE * A TRAVÉS DE QUE VÍA LO HA RECORRIDO

		A TRAVÉS DE QUE VÍA LO HA RECORRIDO			Total
		AGENCIAS DE VIAJES	INDIVIDUAL	OTROS	
QUE TIPO DE TURISMO USTED PREFERE	SOL Y PLAYA	24	36	19	79
	ECOLÓGICO	3	11	5	19
	CULTURAL	6	9	3	18
	OTRO	0	0	4	4
Total		33	56	31	120



Según las agencias de viajes, el turismo más demandado es el de negocios, no obstante más del 50% de estas ofrecen a los clientes City Tours en la Ciudad de Santo Domingo, ya que saben que la Ciudad de Santo Domingo posee los atractivos culturales necesarios para explotarlo y atraer visitantes que no solo podrán disfrutar de una oferta muy completa sino también educativa, que puede ser divertida.

Las Agencias de viajes consideran que La Ciudad Colonial es la que posee el mayor atractivo cultural; por la gran cantidad de riquezas históricas y culturales que la misma posee. En cuanto a los atractivos naturales el más demandado es el Parque Nacional de los Tres Ojos, seguido por El Jardín Botánico.

A pesar de que la ciudad de Santo Domingo tiene los suficientes atractivos culturales y naturales, solo a veces los clientes Nacionales y/o Extranjeros solicitan lo mismo. Esto nos indica que debemos impulsar este tipo de turismo implementando estrategias y tácticas que favorezcan al desarrollo del mismo.

Casi el 90% de las agencias de viajes, es decir la gran mayoría están dispuestas a vender paquetes combinados con atractivos Culturales, Histórico y Ecológicos. Esto es una parte muy positiva ya que contaremos con el apoyo de las mismas para desarrollo de este turismo combinado

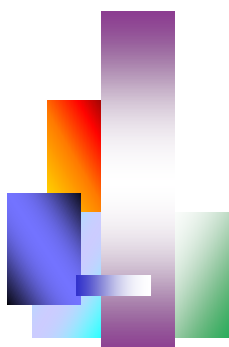
Respecto a las entrevista del pueblo dominicano ellos prefieren los atractivos de sol y playa. Sin embargo han realizado el turismo cultural y ecológico pero de una manera mínima

Más del 70% de las personas han realizado un recorrido ecológico, pero no a través de agencias de viajes, sino de modo individual. Se debe de buscar la forma de involucrar a las agencias de viajes para que al momento de ofrecer sus recorridos ofrezca un paquete más amplio y combinado a sus clientes.

La frecuencia con que las personas realizan recorridos en la ciudad de Santo Domingo es poco frecuente, la mayoría lo hace solo una vez por mes y en mayor proporción la duración entre un recorrido y otro es indeterminada.

CAPÍTULO V

ESTRATEGIA PROMOCIONAL DEL TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO



A raíz de las investigaciones que nuestro proyecto de grado arroja en el análisis, pudimos observar que la gran mayoría de la población del pueblo dominicano ha realizado el turismo cultural y ecológico de una manera tímida e individual. Sin embargo el turismo de sol y playa es el más demandado.

En otro punto, hemos decidido transmitir las diversas estrategias y comunicación por mediación de las agencias de viajes de Santo Domingo. .A pesar de que a veces se ofrecen productos ecológicos la mayoría de ellas están dispuestas a ofrecen un turismo cultural y ecológico combinado. Se considera que Santo Domingo posee los atractivos culturales para ofrecerlo a sus clientes. Sin embargo el mismo es solicitado a veces

Con el objetivo de buscar dinamizar el sector turístico en la Ciudad de Santo Domingo, en el ámbito histórico cultural y ecológico, con la diversificación de la oferta actual que permita satisfacer la demanda de *este tipo de turismo, Creamos diversas ofertas que generaran un mayor beneficio a la población local distribuyendo nuevos empleos optimizando así el uso de los recursos existentes. Incrementando los ingresos en la economía nacional, atrayendo nuevos mercados. Sin olvidar que estas ofertas están avaladas por una serie de estrategias y tácticas dirigidas al sector Cultural y Ecológico.*

5.1 Turismo Cultural

Aprovechando la extensa y variada oferta cultural e histórica en la Ciudad de Santo Domingo, hemos identificado varias Estrategias a desarrollar, conjunto con sus tácticas, para una mejor rentabilidad del planteamiento del plan promocional.

5.1.1 Objetivos

- Crear la imagen de la Ciudad de Santo Domingo como destino turístico cultural de primer orden en el mercado a nivel nacional como internacional para el usuario final.
- Elaborar programas en colaboración con el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Cultura, los Ayuntamientos del Distrito Nacional y el Clúster Turístico de Santo Domingo.
- Estimular los dominicanos y turistas a visitar los monumentos de la Ciudad de Santo Domingo, aprovechando su valor histórico.

5.1.2 Estrategias y Tácticas Promocionales

Estrategia No.1	
Estructurar un plan de trabajo o actividades que se realizan en la actualidad, en el turismo histórico	
<u>Tácticas:</u>	❖ Hacer una calendarización donde se establezcan las actividades culturales actuales que se realizan mensualmente. ❖ Realizar y dar a conocer las características de los monumentos que forman el inventario de recursos históricos culturales de la ciudad de Santo Domingo.

Estrategia No.2	
Implementar actividades promocionales de acuerdo al desarrollo histórico cultural de la ciudad de Santo Domingo.	
<u>Tácticas:</u>	❖ Crear una campaña promocional en diferentes periodos del año de la Ciudad de Santo Domingo.

.

Plan táctico:

❖ 1era Actividad Promocional:

Realizar un calendario con imágenes de monumentos históricos de la ciudad de Santo Domingo, auspiciado por el Ministerio de Cultura y Turismo. Además de buscar diversas empresas patrocinadoras relacionadas al medio (Imprenta, fotógrafos, publicitarias, hoteles, y relacionados del área).

Para esto se deberá seleccionar los puntos de ventas a comercializar el calendario, siendo puntuales, tales como: Supermercados Nacional, En el Ministerio de Cultura, en el Clúster Turístico de Santo Domingo y en las agencias de viajes de la capital. Los fondos recolectados serán destinados a la remodelación y mejoramiento de la ciudad colonial, para así contribuir al embellecimiento y conservación arquitectónica.

Una manera que vamos a difundir esta actividad promocional al público objetivo tanto nacional como extranjero, es contratar un grupo de promotoras para que visiten los diferentes puntos históricos, plazas comerciales, y restaurantes temáticos de Santo Domingo. Además, se planea capacitar a los guías turísticos y agencias de viajes, acerca del calendario y el apoyo al mismo, para retribuir un beneficio cultural a la población dominicana de Santo Domingo.

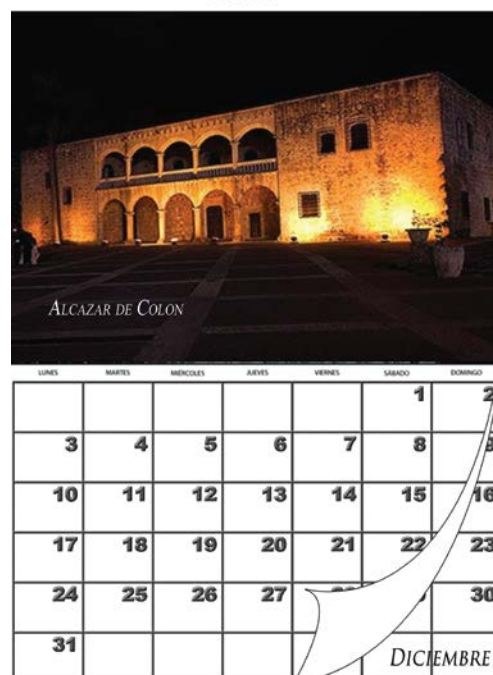
Otra forma de dar a conocer los atractivos culturales de Santo Domingo, es colocar estos calendarios en las diferentes líneas aéreas con los destinos turísticos más relevantes, pero de manera gratuita, para así llegar a un público internacional.

1ra Actividad Promocional - Venta de Calendarios

NOVIEMBRE 2011 – DICIEMBRE 2011 – ENERO 2012

Son los meses para poner en venta estos calendarios en los diferentes puntos de venta.

*ENERO
2012*



❖ 2da actividad Promocional.

Se va a planificar 4 actividades mensuales, durante un periodo de 3 meses, en los fines de semanas en los diferentes puntos históricos, que consistirá en: realizar show en vivos o presentaciones de los diversos ritmos pintorescos que caracterizan la cultura e idiosincrasia del dominicano. Ya luego de haber término el primer ciclo de 3 meses, entonces, se hará un descanso de 2 meses, para preparar el segundo ciclo de ritmos caribeños.

Para la efectividad y monitorio de la estas actividades, se tendrá que hacer un calendario organizado con las fechas y lugares a realizar. Para el desarrollo de esta actividad se buscara el apoyo financiero de instituciones relacionadas al turismo histórico de nuestro país.

Una manera de difundir esta información, es la realización de flyer, que se van a distribuir por los diversos puntos estratégicos de la ciudad de Santo Domingo, como son: 27 de Febrero con Máximo Gómez, Cuidad Colonial, Plazas comerciales, Universidades (UNAPEC, INTEC, UNIBE, PUCMM, UCSD Y UASD), entre otros puntos. También, se contara con el apoyo de las agencias de viajes de Santo Domingo, las cuales dentro de su paquete turísticos, coordinaran en esas fechas las visitas de los turistas, además del respaldo en las instituciones que están auspiciando e involucradas en la misma actividad.

Los grupos de baile, saldrán de las diversa universidades, que van a apuntar estas comunidades de bailarines en el ministerio de cultura, durante el mes de Enero 2012, solo tendrán este mes, para su inscripción. El objetivo de esta actividad es incentivar, involucrar a la ciudadanía dominicana, de los valores culturales que nuestra hermosa capital tiene.

2da actividad Promocional. Baila tu Cultura

abril 2012							mayo 2012							junio 2012						
lu	ma	mi	ju	vi	sa	do	lu	ma	mi	ju	vi	sa	do	lu	ma	mi	ju	vi	sa	do
						1		1	2	3	4	5	6					1	2	3
2	3	4	5	6	7	8	7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10
9	10	11	12	13	14	15	14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17
16	17	18	19	20	21	22	21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24
23	24	25	26	27	28	29	28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	
30																				

*Los días señalados en el calendario, serán los días donde se estarán realizando las promociones de las actividades en las diversas universidades, plazas comerciales y vías más importantes del país.

*8 días de Abril promocionando las actividades de Mayo

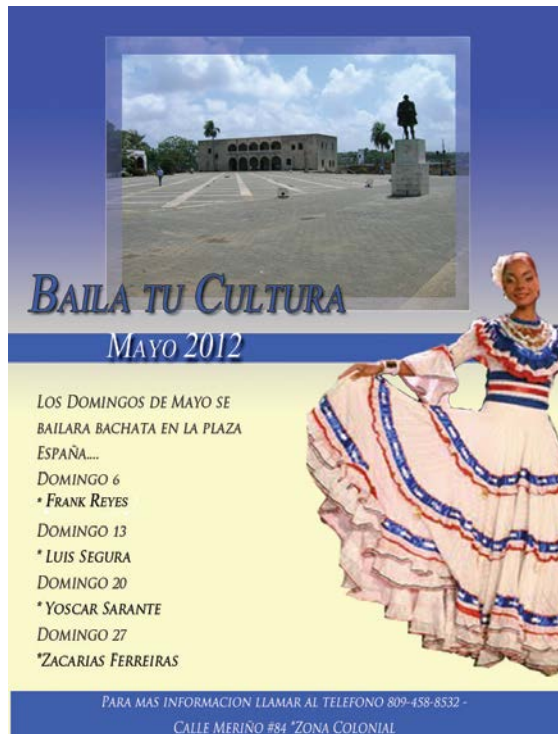
*4 días de Mayo para promocionar los de Junio

*2 días en Junio para promocionar el cierre

*29 de Junio para el control post-actividad.

*Los domingos de Mayo y Junio se realizaran las actividades en los monumentos de la ciudad.

Flyers:



BAILA TU CULTURA
MAYO 2012

LOS DOMINGOS DE MAYO SE
BAILARA BACHATA EN LA PLAZA
ESPAÑA....

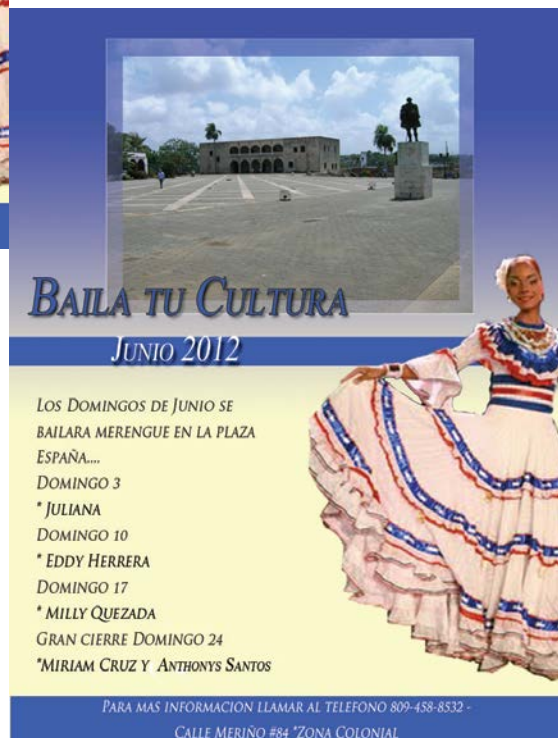
DOMINGO 6
* FRANK REYES

DOMINGO 13
* LUIS SEGURA

DOMINGO 20
* YOSCAR SARANTE

DOMINGO 27
* ZACARIAS FERREIRAS

PARA MAS INFORMACION LLAMAR AL TELEFONO 809-458-8532 -
CALLE MERINO #84 "ZONA COLONIAL"



BAILA TU CULTURA
JUNIO 2012

LOS DOMINGOS DE JUNIO SE
BAILARA MERENGUE EN LA PLAZA
ESPAÑA....

DOMINGO 3
* JULIANA

DOMINGO 10
* EDDY HERRERA

DOMINGO 17
* MILLY QUEZADA

GRAN CIERRE DOMINGO 24
* MIRIAM CRUZ Y ANTHONYS SANTOS

PARA MAS INFORMACION LLAMAR AL TELEFONO 809-458-8532 -
CALLE MERINO #84 "ZONA COLONIAL"

3er Actividad Promocional.

Se utilizara la pagina web del ministerio de cultura, en donde crearemos un concurso para los colegios de santo domingo, en donde mediante un formulario van a inscribir a 3 grupos de estudiantes de 4 integrantes cada uno, para que estos participen en trivias semanales que van a colocarse en el portal del ministerio, y estos, deberán de contestar estas preguntas de una manera clara y rápida, ya que tendrá un tiempo medido para las mismas.

Las publicaciones de los equipos ganadores de los colegios que van avanzando en las etapas de aprendizaje se realizaran cada 20 días en los periódicos Listín Diario y Diario Libre.

Faltando 2 semanas para la culminación del concurso de trivias culturales, entonces, los últimos equipos pasaran a la final, que tendrá lugar en la plazoleta del Alcázar de Colón, en un actividad cultural, diversidad, y abierta a todo el público familiar que desee apoyar a los distintos grupos finalistas de estudiantes. Este día se realizaran diversas preguntas con un toque de dificultad, para así medir el grado de aprendizaje cultural por parte de los estudiantes.

Se contemplara un premio final de becas en universidades privadas de gran prestigio, además de dotarles de laptop, y otros equipos electrónicos para su manejo estudiantil.

Estrategia No.1	
Construir una vía de comunicación continua con los proveedores de servicios nacionales e internacionales.	
<u>Tácticas:</u>	❖ Participar en ferias nacionales e internacionales donde se promueva el turismo cultural. ❖ Las Agencias de Viajes, van a difundir vía electrónica a su cartera de clientes, las diversas actividades promocionales, ya mencionadas con anterioridad, para de esta manera brindar apoyo.

Estrategia No.2	
Crear un comité con la participación de los Organismos Estatales correspondientes e integrar al Sector Privado.	
<u>Tácticas:</u>	❖ Gestionar enlaces con las instituciones pertinentes para promover el turismo cultural. ❖ Procurar integrar a las distintas organizaciones estatales en las diversas actividades promocionales a realizar durante un periodo, buscando como responsabilizar a personas claves dentro de las mismas.

5.2 Turismo Ecológico

Tomando en cuenta que el ecoturismo está generando las mayores corrientes turísticas por los cambios de preferencias de los mercados existentes, pudimos determinar:

5.2.1 Objetivos

Ofertar la ciudad de Santo Domingo y sus alrededores, como un destino combinado ecológico dando a conocer los atractivos naturales potenciales en las zonas circundantes.

- Ofertar al mercado nacional e internacional con las potencialidades con que cuenta la ciudad de Santo Domingo y sus alrededores, para el ecoturismo.

5.2.2 Estrategias y Tácticas Promocionales

Estrategia No.1	
Crear rutas Ecoturísticas tomando en cuenta todos los recursos naturales en las zonas de Santo Domingo.	
<u>Tácticas:</u>	❖ Listar los diferentes atractivos ecoturísticas en santo domingo. ❖ Capacitar guías para rutas ecoturísticas. ❖ Hacer alianzas con las agencias de viajes para que dentro de sus paquetes turísticos ofrezcan este producto. ❖ Incluir en las rutas los parques nacionales.

Estrategia No.2	
Crear programas en colaboración entre el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Medio Ambiente, el Ayuntamiento del Distrito Nacional.	
<u>Tácticas:</u>	❖ Crear convenios particulares de participación en actividades planificadas. ❖ Crear reuniones en conjuntos, para tomar decisiones, buscando consensos y beneficios comunes.
Estrategia No.3	
Concientizar la preservación de los espacios naturales que posee la ciudad de Santo Domingo.	
<u>Tácticas:</u>	❖ Capacitar y concientizar al personal que labora en los puntos ecoturísticos de Santo Domingo, de la preservación de estos recursos naturales. ❖ Creación de un brochure informativo de la ubicación de los diferentes sitios ecoturísticos en Santo Domingo, para esto utilizaremos el mismo personal que cuando el turista le visite, estos le entreguen la información, además de difundirlos en stand, en las plazas comerciales de nuestra capital.

Estrategia No.4	
Establecer facilidades adecuadas que permitan a los nacionales y extranjeros disfrutar de los atractivos culturales e históricos de la Ciudad de Santo Domingo.	
<u>Tácticas:</u>	❖ Crear rutas culturales. ❖ Señalizar los lugares históricos. ❖ Elaborar un mapa en sitios estratégicos de Santo Domingo, mostrando la ubicación de los atractivos ecoturísticos
Estrategia No.5	
Crear una campaña publicitaria, para dar a conocer los diferentes atractivos ecológicos con que cuenta la zona de Santo Domingo	
<u>Tácticas:</u>	❖ Crear un Flyer con imágenes ecoturísticas de Santo Domingo, para darlas a conocer. ❖ Crear una campana de infomerciales en medios televisivos. ❖ Crear un plan de medios, para planificar los diferentes mecanismos a implementar para difundir los diversos atractivos ecoturísticos de Santo Domingo. ❖ Crear un catalogo con imágenes ecoturísticas, para que el mismo sea entregado a los turistas nacionales e internaciones en los aeropuertos del país, en las agencias de viajes y/o hoteles de la capital dominicana.

ESTRATEGIA COMBINADA (CULTURAL Y ECOLÓGICO)

Estrategia:

Crear una ruta consecutiva que converja los diferentes lugares históricos y ecológicos. “ECO-CULTURA SANTO DOMINGO 2012”

Tácticas:

- a) Seleccionar los puntos históricos, culturales y ecológicos principales a formar parte de la ruta.
- b) Crear un mapa enfatizando los puntos que convergen la ruta. (Calendarizar)
- c) Diseñar el uniforme del personal que va a trabajar en la Ruta ECO-CULTURA Santo Domingo 2012.
- d) Crear una campaña publicitaria en los diversos medios a utilizar, para dar a conocer este proyecto. (TV, Periódico, Flyers, Banner electrónicos, Revistas especializadas, Back Lights, Carteles en puntos estratégicos)
- e) Realizar reuniones con profesores específicos de materias relacionadas en las universidades de la capital Dominicana, con el objetivo de promover y dar a conocer el proyecto ECO-CULTURA SANTO DOMINGO 2012.

Universidades como: UNAPEC, UASD, UCSD, PUCMM, INTEC, UNIBE.

a) Puntos Históricos, Culturales y Ecológicos



c) Uniformes:

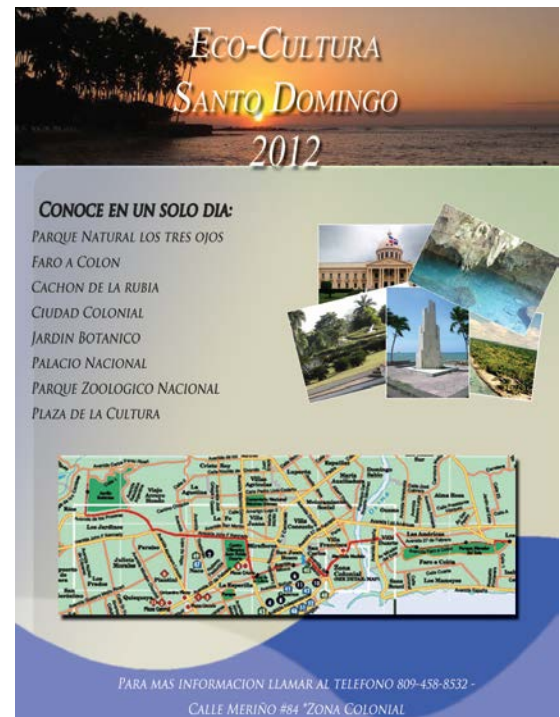
UNIFORME DEL PERSONAL

UNIFORMA DE LAS PROMOTORAS



d) Campaña Publicitaria:

Flyers:



Publicaciones en periódicos



Back Lights



Banner Electrónico



CONCLUSIÓN

Como se pudo apreciar, la Ciudad de Santo Domingo cuenta con el potencial turístico necesario y apto para convertirse en una de las zonas generadora de ingresos primordiales para el país. Esto demuestra que el país no solo cuenta con atractivos de sol, playa y arena, sino que ofrece mucho más por su gran contenido histórico cultural y ecológico. Sin embargo, los dominicanos como se pudo notar en las encuestas realizadas, no poseen un fuerte interés en el caso del turismo cultural y se inclinan por la parte de sol y playa. Por ende, para la realización de las diversas estrategias, se tomaron en cuenta, qué cosa busca el turista que visita Santo Domingo, dándonos así una breve síntesis de sus gustos.

Es significativo mencionar que el turismo es un importante renglón de la economía mundial y nacional en especial. Una de las razones es la diversidad de empresas que pueden ser establecidas a partir del flujo de turistas y sus intereses. Estas empresas incluyen a: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, gift shops, compañías de transporte, etc.

Cabe destacar, de igual forma que, el turismo cumple con los requisitos necesarios para convertirse en la fuente principal generadora de bienes y servicios del país. De tal manera, la visión que se tiene del desarrollo del turismo cultural, debe de incrementarse en la conciencia, no solo del dominicano, sino del extranjero que visita nuestro país.

Los recursos culturales y ecológicos que posee la ciudad de Santo Domingo, debe generar un criterio de conservación no solo al turista que nos visita; sino al nacional que debe de mantener y proteger los lugares que representen la autenticidad del dominicano. Con ello buscamos mantener y cuidar debidamente nuestros monumentos, cultura, parques y áreas protegidas, manteniendo y protegiendo así el medio que los rodea.

Cabe enfatizar, que para el desarrollo de las estrategias se necesita la implementación de un plan promocional para lograr una buena imagen de Santo Domingo como destino turístico histórico cultural y ecológico.

El Turismo Ecológico como alternativa para ampliar la oferta turística del país genera una serie de impactos positivos, incidiendo en varios aspectos tales como: económico, ambiental y social. Los impactos económicos son altamente beneficiosos para la protección y mantenimiento de las áreas protegidas.

Desde mediados del siglo pasado, se han incrementado las iniciativas, movimientos, reuniones y formulación de pautas para la preservación de los recursos naturales promoviendo el uso responsable de los atractivos naturales y el respeto a la cultura. Como consecuencia de esto surge el turismo sostenible, que se refiere a la práctica de la actividad turística respetando la naturaleza y las comunidades para evitar el impacto negativo de las reservas naturales que este pueda causar.

De esta forma se viabiliza que generaciones futuras también puedan disfrutar y hacer uso de esos recursos. Generalmente, las personas que practican el turismo ecológico sienten una inclinación hacia las actividades que permiten la conservación de los recursos y están conscientes de la repercusión de los posibles daños que el ser humano puede causarle al planeta.

Las empresas ecoturísticas dominicanas deben trabajar en conjunto con las instituciones gubernamentales culturales y organizaciones pertinentes para la creación de estrategias que permitan integrar el turismo cultural y ecológico con la imagen del país que se promociona actualmente.

Esto es imprescindible porque tal como se ha podido constatar con las informaciones provistas en este trabajo investigativo. Las inclinaciones hacia el turismo se han incrementado debido al aumento en la conciencia lógica y la necesidad de un turismo responsable de los recursos.

En cuanto a la infraestructura necesaria para el apropiado desarrollo del ecoturismo en la zona de Santo Domingo, se ha investigado que en general, aunque existen oportunidades de mejora, el país cuenta con vías de acceso en condiciones aceptables. Sin embargo, los servicios básicos como agua, electricidad, disposición de desechos tóxicos y seguridad ciudadana deben ser provistos de manera eficiente y ser garantizados por el Estado dominicano.

No obstante, la propuesta más significativa en referencia a la estructura que debe apoyar al ecoturismo expresada en este trabajo investigativo es sin duda la creación de una institución ecoturística dominicana que vele por los intereses particulares de este sector. Esto hará posible la participación de los empresarios ecoturísticos en las iniciativas de promoción del país a nivel internacional. De igual forma, la ayuda por parte de las instituciones concernientes al turismo ecológico, deben de conservar los espacios naturales ubicados en la Ciudad; con el fin de lograr un impulso en dichas áreas ecoturísticas.

RECOMENDACIONES

1. Ajustar los sistemas de Calidad Turística para ambas áreas del turismo en la Ciudad de Santo Domingo.
2. Crear estrategias promocionales para desarrollar el turismo histórico, cultural y ecológico en Santo Domingo, resaltando todas aquellas características naturales y culturales que son parte muy importante de nuestro país y de quienes somos.
3. Regular y controlar la venta ambulante e informal en todas las zonas turísticas.
4. Integrar la cultura con la actividad turística para que esta se convierta en herramienta de desarrollo fortaleciendo la identidad del país a través de la educación, concientizando a los ciudadanos de los valores que posee el país por su gran diversidad en aspectos tanto culturales como naturales.
5. Formar guías capacitados exclusivamente para el producto histórico cultural y ecológico.
6. Crear ferias internacionales, entre otras actividades relacionadas al turismo cultural y ecológico y que pueden promocionarse tanto a nivel nacional como internacional. así como la participación activa en las internacionales.

7. Sugerir a los Ministerios de Turismo conjuntamente con el de Medio Ambiente y el de Cultura, que realicen jornadas de capacitación sobre el turismo cultural y ecológico que puede desarrollarse en la ciudad de Santo Domingo.
8. Destacar la conservación de nuestros atractivos naturales y lugares históricos culturales y su importancia económica y social para el país, desarrollando programas de conservación, revalorización y cuidado tanto en los lugares de interés histórico como del medio que lo rodea.
9. Actualizar las leyes y decretos reflejados en la Constitución sobre el cuidado del medio ambiente en espacios que representen factores turísticos que se promueven en la Ciudad de Santo Domingo.
10. Insertar la educación cultural en la enseñanza escolar desde los primeros cursos de primaria hasta por lo menos segundo nivel de secundaria, haciendo de la cultura dominicana parte de la vida cotidiana de las ciudadanías.
11. Mantener un programa interinstitucional de Conservación de los monumentos, museos, parques y lugares turísticos que representen un ingreso para nuestra nación entre los Ministerios, Alcaldías y Organizaciones Internacionales.
12. Hacer un llamado para combatir contra la falta de respeto y pulcritud por las comunidades locales hacia los parques, lugares ecológicos y culturales de Santo Domingo, así como de los monumentos.

13. Las agencias de viajes y tour operadoras deben trabajar conjuntamente con las empresas de alojamiento de la ciudad para incluir a sus clientes la oferta de la visita a la ciudad, tomando en cuenta el turismo histórico cultural y ecológico del Distrito Nacional como alternativa recreacional.
14. El Ministerio de Turismo debe establecer acuerdo con las líneas de cruceros que visitan nuestros puertos, con el propósito de posicionar y ofertar la ciudad de Santo Domingo como un puerto de destino y el producto de visita histórico cultural y ecológica.
15. Incluir dentro de las visitas turísticas de la ciudad, rutas de festividades religiosas. Destacando que Santo Domingo es rico en tradiciones y costumbres religiosas, como son las procesiones de Semana Santa, San Miguel, etc.
16. Integrar en el sector turístico, tanto el público como el privado para el mejoramiento de las infraestructuras y calidad de los servicios del país.

BIBLIOGRAFÍA

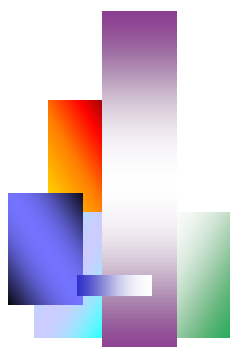
- Phillip Kotler, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo; Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 1997.
- Aurelio Cebrián Abellán, Turismo Cultural y Desarrollo Sostenible; 1⁰ Edición, 2001; Impreso en España.
- Miguel Ángel Acerenza, Promoción Turística: un Enfoque Metodológico; Edición Trillas 2000.
- Taylor, G., El Marketing y las Nuevas Demandas Turísticas; Papers de Turisme, no. 2, 1990
- Veloz Maggiolo, M.: Tipología del tema haitiano en la literatura dominicana, Universo, 3, 1972.
- Remanentes culturales indígenas y africanos, Revista Dominicana de Antropología e Historia, 7-8, 1974.
- Lizardo, F.: Danzas y bailes folklóricos dominicanos, Santo Domingo, 1974
- Tejera, Emiliano: Palabras indígenas de la isla de Santo Domingo, Santo Domingo, 1935.
- Tejera, Emilio: Indigenismos, Santo Domingo, 1977.

- Veloz Maggiolo, M.: Sobre cultura dominicana y otras culturas, Santo Domingo, 1977.
- Larrazábal, C.: Vocabulario de afronegrismos, Boletín de la Academia Dominicana de la Lengua, 4, Santo Domingo, 1951.
- Mir, Pedro: Tres leyendas de colores, Santo Domingo, 1969.
- Sáez, José Luis: Apuntes para la historia de la Cultura Dominicana, Santo Domingo, 1997.

FUENTES DE INTERNET:

- http://www.ahk-turismo.org/es/index.php?option=com_content&task=view&id=57&Itemid=70
- http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud
- http://www.dominicanaonline.org/portal/espanol/cpo_noti774.asp
- <http://www.turismosantodomingo.com/arte-y-cultura.html>
- <http://www.oei.es/pensariberoamerica/colaboraciones15.htm>
- <http://www.jarabacoaguide.com/guia/ecoturismo/turismo-naturalista.html>

ANEXOS



ANEXO #1: ANTEPROYECTO



UNIVERSIDAD APEC

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

FECHA: 15/07/2011

A : ESCUELA DE TURISMO
ASUNTO : PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

TEMA : "ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA EL
DESARROLLO DE UN TURISMO CULTURAL Y ECOLOGICO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO."

SUSTENTANTE(S) : BRS. WILLIAN DAVID DIETSCH 2004-1265
ADA MELBA BERAS 2005-1066
AULIO HERNANDEZ PUIGVERT 2006-2298

RESULTADO DE LA : APROBADO: X FECHA: 15/07/2011

EVALUACION

DEVUELTO PARA CORRECCION: _____ FECHA: _____

OBSERVACIONES : LA EVALUACIÓN DE ESTE PROYECTO FUE REALIZADA
POR: LIC. ADALBERTO ADAMES

C.G _

DR. MANUEL NUÑEZ
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES



UNIVERSIDAD APEC

UNAPEC



Decanato de Turismo

Proyecto de Trabajo de Grado

**ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA EL DESARROLLO DE UN TURISMO
CULTURAL Y ECOLOGICO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.**

Proyecto de Trabajo de Grado para optar por el Titulo de Licenciados en Administración de

Empresas Turísticas y Hoteleras

Sustentantes

Willian David Dietsch 2004-1265

Ada Melba Beras 2005-1066

Aulio Hernández Puigvert 2006-2298

Santo Domingo, D.N.

4/Julio/2011

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

1.0 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA QUE TRATARA EL TRABAJO DE GRADO

1.1 Definición conceptual del problema con citas y referencias bibliográficas.

1.2 Descomposición de los elementos conceptuales que definen el problema. (Aspectos relevantes que lo constituyen).

1.3 Delimitación en el tiempo y el espacio con explicación de razones que lo justifican.

1.4 Cuestionamientos que se plantea los solicitantes ante el problema a desarrollar.

1.4.1 Grandes preguntas relativas al concepto que determinaran los objetivos generales de trabajo de grado.

1.4.2 Sub.-preguntas operativas relacionadas con los elementos del concepto que determinaran los objetivos específicos, secundarios, u operativos del trabajo de grado.

2.0 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

2.1 Importancia del tema dentro del entorno real en el cual se realizara el estudio.

2.2 Datos cuantitativos numerales, con sus fuentes de información que justifican el estudio del tema y sus elementos.

3.0 OBJETIVOS DEL TRABAJO DE GRADO

3.1 Generales

3.2 Específicos

4. METODOLOGÍA OPERATIVA PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO.

5. TÉCNICAS A UTILIZAR EN EL DESARROLLO METODOLÓGICO DEL TRABAJO.

6. ESQUEMA DEL CONTENIDO CON EL POSIBLE ÍNDICE TEMÁTICO DEL TRABAJO.

7. FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

1.0 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA QUE TRATARA EL TRABAJO DE GRADO.

El Ministerio de Turismo, es el órgano rector del sector turístico del país, el cual establece políticas de desarrollo del producto turístico dominicano planteando nuevas alternativas para un mismo destino.

Por la misma razón, el turismo tanto en el ámbito cultural como en lo ecológico, se ha vuelto uno de los principales pilares del turismo mundial, dado el caso de los países desarrollados y subdesarrollados que han se han visto en la necesidad de implementar un desarrollo sostenible, mediante el cual se elabore un riguroso plan de marketing para realzar eso productos culturales y el cuidado de su medio.

Hoy en nuestros días, el turista moderno se ha vuelto conocedor de lo que son los patrimonios culturales y de aquellos lugares poseedores de una amplia historia de lo que es la cultura a nivel general. El turista al visitar la ciudad de Santo Domingo, busca la autenticidad de nuestras propias raíces culturales, y si estas se encuentran en deterioro y dejadez por parte de las autoridades correspondientes, los dominicanos perderán parte de lo que lo representa como dominicanos y peor aún, el extranjero que nos visite no conocerá las raíces de esta peculiar mezcla de sabor caribeño que poseemos, que han sido plasmadas en nuestras arquitecturas.

Para no perder nuestra propia identidad como dominicanos y en ausencia de una clara visión por parte del Ministerio de Turismo, Medio Ambiente y Cultura, nos avocamos en este trabajo a su análisis, implementación estratégica y recomendaciones para lograr que no

solo se pierda nuestra cultura sino el medio que nos rodea y que nos hace ser diferentes y ser quienes somos con nuestras propias peculiaridades únicas en el Caribe y el Mundo.

1.1 Definición conceptual con citas y referencias bibliográficas.

El Ministerio de Turismo, tiene como parte de sus funciones planear, programar, organizar, dirigir, fomentar, coordinar y evaluar las actividades de la Industria Turística del país, de conformidad con los objetivos, metas y políticas nacionales que determine el Poder Ejecutivo. Determinar y supervisar los Clúster de desarrollo turístico en el país y orientar los proyectos a llevarse a cabo en los mismos. Orientar, de conformidad con las regulaciones al respecto, el diseño y construcción de todas las obras de infraestructura que requiera el desarrollo de los distintos proyectos turísticos. Coordinar, las actividades nacionales tendentes al desarrollo de la empresa hotelera. Autorizar, regular, supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos, tales como: Agencias de Viajes, Guías para turistas, Hoteles y Restaurantes, Bares, Centros Nocturnos de calidad turística, Transporte de turistas y todas la empresas y personas que brinden servicios a los turistas y/o realicen actividades turísticas. Aumentar la producción turística en el país mediante el fomento de construcción, financiamiento, mejoramiento y conservación de las empresas del sector. Coordinar las acciones de todas las dependencias del Estado relacionadas con el turismo, a fin de lograr los mejores resultados en cuanto al servicio, protección u facilitación del sector.²⁶

²⁶ http://sector.gob.do/Sobre_Mitur/Quienes_Somos.aspx

El Ministerio de Cultura es la entidad encargada de coordinar el Sistema Nacional de Cultura de la República Dominicana, y responsable de la ejecución y puesta en marcha de las políticas, planes, programas y proyectos de desarrollo cultural. Sus principales objetivos son: Promover el desarrollo Institucional y la consolidación del Sistema Nacional de Cultura, garantizando el papel eficiente y efectivo del Estado en la acción cultural pública, establecer mecanismos que aseguren la protección y preservación del patrimonio cultural tangible e intangible de la Nación, desarrollar, promover y difundir las diferentes manifestaciones en que se expresa la cultura artística y popular, promover los valores de identidad y diversidad como fundamento de una ciudadanía cultural.

Sin embargo, hoy en día la ciudad de Santo Domingo se encuentra en deterioro en cuanto a sus monumentos culturales y naturales y en la actualidad estos son utilizados como vertederos y baños para los vagabundos que cercan la zona o simplemente pasan por sus alrededores, dejando así una mala imagen de la ciudad y su principales atractivos ubicados en la Ciudad Colonial.

Del mismo modo, el Ministerio de Medio Ambiente tiene como misión, Aplicar una política de Estado integral para la conservación, protección y regulación de la gestión de los recursos naturales y el medio ambiente para alcanzar el desarrollo sostenible de República Dominicana y su visión es, Desarrollar una política abierta, democrática y participativa, basada en la cooperación y en las alianzas estratégicas entre el Estado, las comunidades y el sector empresarial, a fin de comprometer a todos los actores públicos y privados que intervienen en la gestión del medio ambiente y los recursos naturales, con un

modelo de desarrollo sostenible que garantice una calidad de vida adecuada para las generaciones presentes y futuras. Aunque no lo realice de modo total.

Es por esta razón, que estamos llamados a buscar nuevas relaciones que ayuden a fomentar, reconstrucción y limpieza de todo lo que representa nuestra historia como dominicanos y que ha sido plasmada en esos monumentos arquitectónicos a través de los años y así poder desarrollar planes que puedan ayudar al mejoramiento.

1.2 Descomposición de los elementos conceptuales que definen el problema. (Aspectos relevantes que lo constituyen).

Turismo

«El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros». Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las características más importantes del turismo. Éstas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos –tres meses– o con la personificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual –seis meses–.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.

- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.²⁷

Turismo cultural

Es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico.²⁸

Atractivos turísticos culturales

Son aquellas casas, edificios, monumentos, puentes históricos y otros que fueron contruidos por mano e ingenio pueden ser artesanías, festivales, folclore, ferias, costumbres, religiosos que están protegidos por la UNESCO y autoridades nacionales²⁹.

Zona Colonial

Herencia española que subsiste a la colonia lo es la arquitectura de casas de piedra coralina donde la vida se entretejía alrededor del llamado patio español o patio central, decorado con fuentes, vegetación y azulejos que confirman la presencia de la cultura árabe en la España de aquella época, y por lo tanto en nuestra arquitectura colonial.

²⁷ LIBRO Introducción al **turismo Amparo**

Sancho http://www.gastroestrategias.com/Introducci_n_al_turismo.pdf

²⁸ http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext

²⁹ <http://belen.conectate.gob.pa/>

Clúster

El término de origen inglés clúster se usa habitualmente para nombrar “aquellas agrupaciones de empresas y organizaciones de un mismo territorio, que están especializadas en un determinado producto, servicio o actividad, en este caso turístico”, y tiene el origen en los llamados “**distritos industriales**”. Este concepto significa sencillamente aglomeración y/o proximidad de empresas con características similares o dedicadas a una misma actividad³⁰.

Clúster turístico de Santo Domingo

El Clúster Turístico de Santo Domingo tiene como principal propósito la unificación de todos los sectores del turismo, nuestra óptica es unir, enlazar promover y fortalecer a Santo Domingo como destino turístico³¹.

Gobierno

Este término hace referencia al ejercicio del poder del Estado. Se entiende por gobierno al órgano al que la constitución le ha atribuido el poder ejecutivo sobre una sociedad y que generalmente está formado por un presidente o primer ministro, y varios funcionarios (Secretarios, ministros)³².

³⁰<http://clan-destinos.com/2008/04/19/%C2%BFque-es-un-cluster-turistico-%C2%BFy-para-que-sirve/>

³¹ <http://gosantodomingo.travel/archivos/clusters-turisticos/>

³² <http://definicion.de/gobierno/>

Sitio Histórico-Cultural

Localidad e importancia turística por su condición histórico- cultural y que por esa razón es motivo de protección oficial.

Técnica turística

Aplicación sistemática de conjuntos de principios, procedimientos y experiencias practicas de la actividad turística.

Turista

Todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.³³

Producto Turístico:

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones, resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor llamado turista.

Servicio Turístico:

Es el producto de la planta que consume el turista.

33

<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,turista.xhtml>
l

Mercado Turístico:

Conjunto de técnicas y acciones relativas a la transferencia y venta de servicios turísticos del productor al consumidor del producto turístico. También, se entiende como la adaptación sistemática y coordinada de políticas de quienes aprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional o internacional, tendientes a la optima satisfacción de determinados grupos de consumidores de búsqueda de un apropiado beneficio.

Marketing:

Es la generación de beneficios mediante la administración de recursos y actividades, las cuales analizaran, determinaran y satisfacerán los deseos y necesidades de las personas que compran productos y servicios.

Marketing Turístico:

Es el encargado de atraer a los turistas, con el previo conocimiento de quienes son, cuando desean viajar, hacia donde se les puede vender y que se les puede ofrecer.

Plan de Marketing:

Es la ordenación del conjunto de políticas, objetivos y acciones de una empresa para marcar su presencia en el mercado a lo largo de un periodo de tiempo. Es un programa de actividades, el cual establece que debe hacerse, las decisiones que deben ser adoptadas en relación al mercado, tipo de producto o servicio, a los canales de distribución, precio, promoción, etc.

Estrategias:

Es la forma de obtener el éxito en el mundo de los negocios, es el plan para conseguir los mejores resultados de los recursos, la selección del tipo de negocio en que comprometerse y el plan para lograr esa posición laboral en el campo empresarial.

Promoción:

Actividad que tiene como fin el dar a conocer o hacer sentir la necesidad de un producto.

Oferta Turística:

Se basa en unos recursos (potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas) e infraestructuras (elementos fijos que componen el mercado para atender las necesidades de los turistas) para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas.

Ecoturismo:

Es la modalidad de turismo naturalista más especializado, ya que se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales (flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc.) y las manifestaciones culturales locales, a través de los Parques Nacionales y otras áreas equivalentes, ya sean estas reservas del sector público o del privado.

1.3 Delimitación del tiempo y el espacio con explicación de razones que lo justifican.

El universo elegido es todo Santo Domingo, incluyendo las subdivisiones de Santo Domingo Norte, Santo Domingo Este, Santo Domingo Oeste y el Distrito Nacional de la

República Dominicana, que tiene como limitación geográfica al Norte, el río Isabela; al Sur, el Mar Caribe; al Este, el río Ozama, por el límite Oeste de la urbanización costa Verde, hasta la prolongación de las costas del país según el plan general de ordenación territorial turística del Ministerio de Turismo, teniendo en cuenta la diversidad de recursos naturales y culturales que la convergen.

El proceso de investigación se desarrollara durante los meses de Septiembre 2011 a Diciembre 2012, periodo cronológico que permite el cumplimiento de los objetivos planteados para el desarrollo del trabajo correspondiente.

1.4.0 Cuestionamientos que se plantea los solicitantes ante el problema a desarrollar.

1.4.1 Grandes preguntas relativas al concepto que determinaran los objetivos generales de trabajo de grado.

¿Cuál sería una buena estrategia para desarrollar la ciudad de Santo Domingo como destino Cultural y Ecológico?

1.4.2 Sub-preguntas operativas relacionadas con los elementos del concepto que determinaran los objetivos específicos, secundarios, u operativos del trabajo de grado.

¿Cómo se define los términos Turismo, Turismo Cultural y Turismo Ecológico?

¿Cómo se define el término estrategia promocional?

¿Cuáles son las zonas de la ciudad que se ven involucradas?

¿Cuáles organismos y/o instituciones gubernamentales se involucran en este caso?

¿En qué estado y como están siendo manejados los atractivos naturales y lugares históricos del Gran Santo Domingo?

2.0 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO.

2.1 Importancia del tema dentro del entorno real en el cual se realizara el estudio.

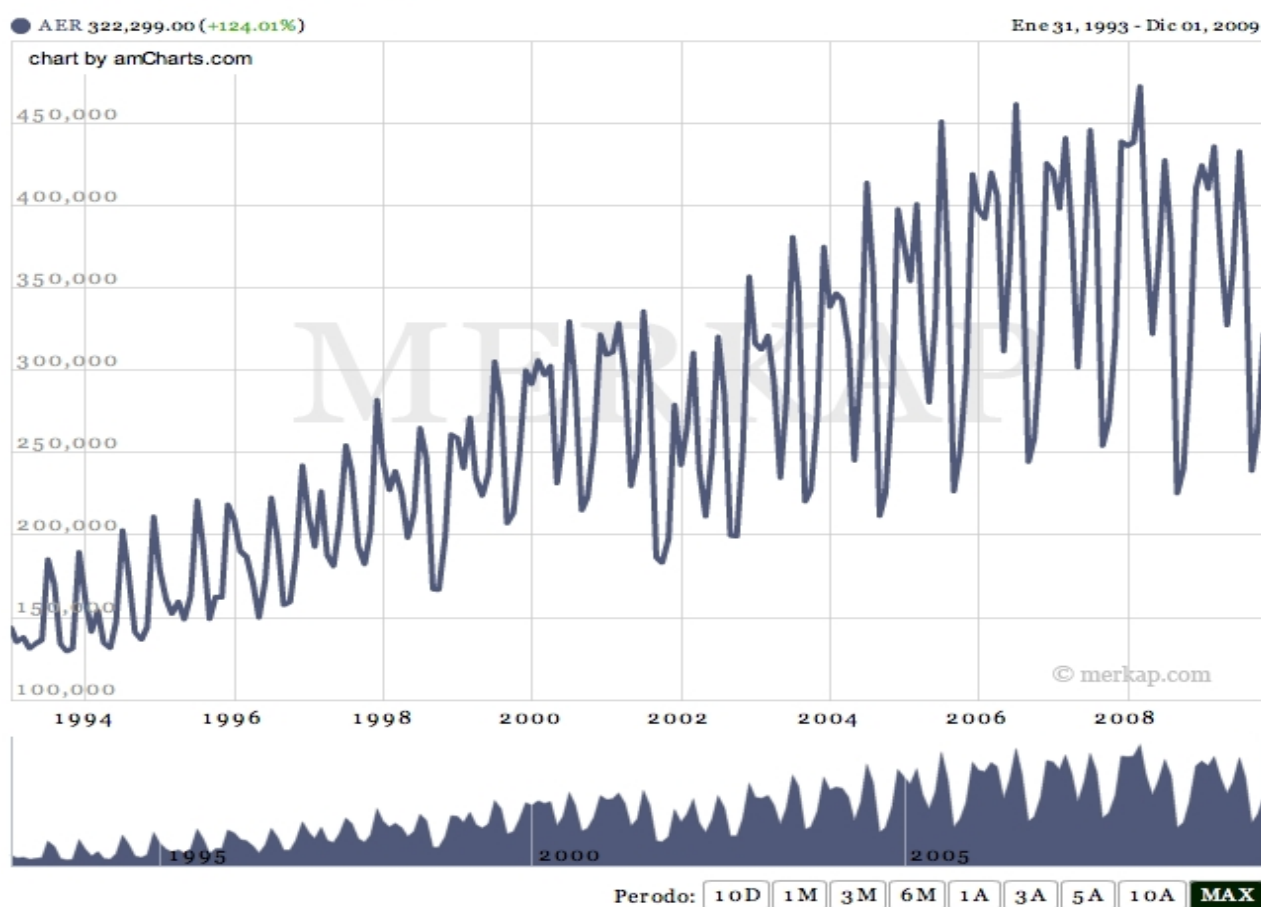
Se ha seleccionado el tema propuesto respecto a la creación de un plan estratégico promocional para un turismo cultural y ecológico en la ciudad de Santo Domingo, por considerar que por sí sola, la ciudad constituye un gran atractivo para convertirse en un gran destino, sin embargo no hemos sido capaces de colocarla como destino de interés, debido a la situación actual, palpable, de los recursos con los que contamos y al impacto indirecto sobre la sociedad dominicana.

En los últimos años se ha estado destacando en todo tipo de medios, la relevancia de estos temas específicamente siendo centro de atención y deseo de todo su desarrollo

La investigación planteada busca, a través de la aplicación de la teoría y conceptos, ampliar el conocimiento del problema actual y a la vez presentar las diferentes estrategias de promoción. En ese sentido, la propuesta es de gran importancia teniendo en consideración que como país compartimos un mismo sistema ecológico y valor cultural que debemos defender y cuidar, para poder luego explotar de una manera responsable.

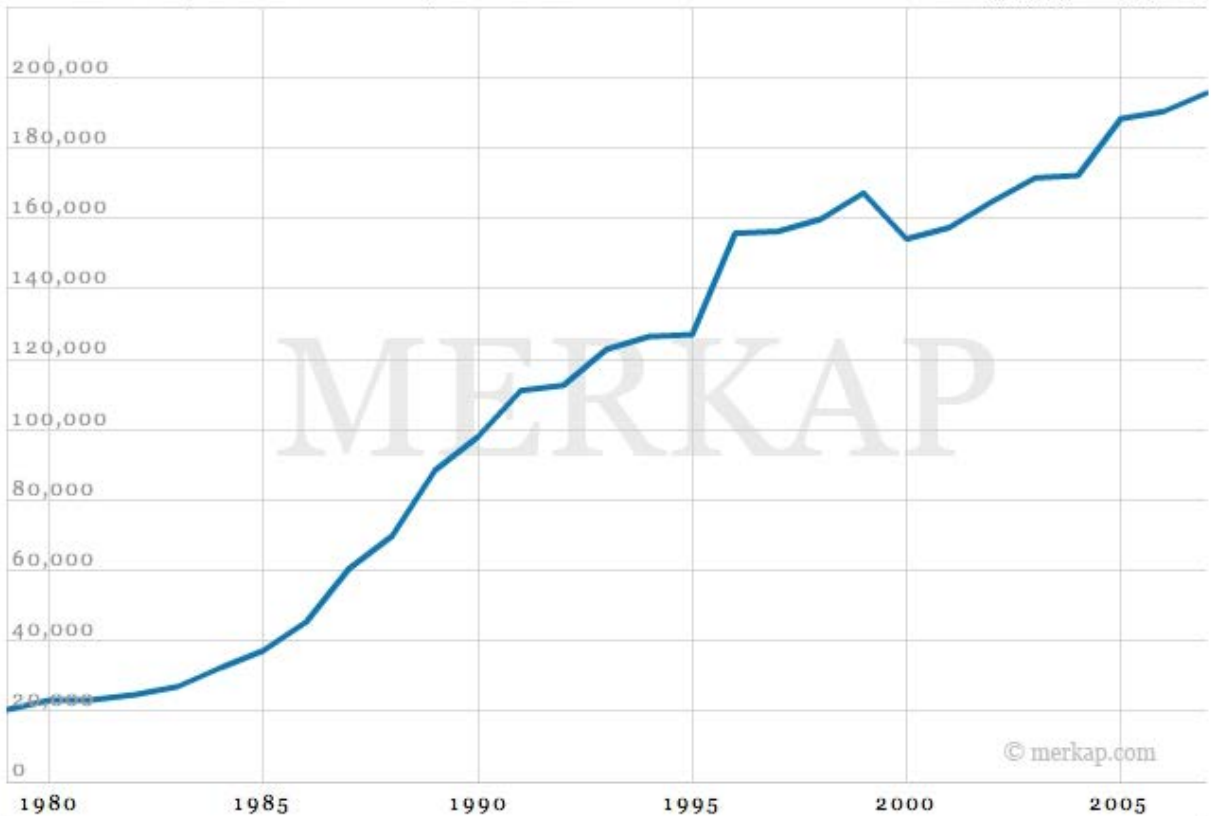
2.2 Datos cuantitativos numerales, con sus fuentes de información que justifican el estudio del tema y sus elementos.

Vía Aerea (pasajeros por mes)



Total de Empleos Generados (personas)

Nov 30, 1979 - Nov 30, 2007



3. OBJETIVOS DEL TRABAJO DE GRADO.

3.1 Generales

- Determinar los factores relevantes que inciden en el desarrollo del turismo; tanto ecológico como cultural.
- Determinar estrategias promocionales para ofertar Santo Domingo como potencialidad turística- cultural y ecológica a nivel nacional e internacional.

3.2 Específicos

- Establecer la relación existente entre los atractivos culturales y naturales de Santo Domingo para la creación de paquetes turísticos más económicos.
- Observar el papel que juega las empresas de servicios turísticos y de medio ambiente en la oferta y promoción de nuestros recursos naturales y culturales.
- Elaborar nuevas estrategias de promoción turística que estén focalizadas al turismo ecológico y cultural en Santo Domingo.
- Investigar cuáles son los principales atractivos culturales y ecológicos pertenecientes a Santo Domingo.
- Analizar la metodología que utilizan actualmente las organizaciones encargadas de promoción cultural y ecológica de Santo Domingo.

4. METODOLOGÍA OPERATIVA PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO.

Los sustentantes en la presente propuesta utilizaran los siguientes métodos

Deductivo – Analítico – Descriptivo

El argumento deductivo se contrapone al método inductivo, en el sentido de que se sigue un procedimiento de razonamiento inverso. En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático – deductivo, cuando las premisas de partida están

constituídas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos – deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables.³⁴

El método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

El método descriptivo, logra por su parte, caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando sus características y sus propiedades principales. Sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

5. TÉCNICAS A UTILIZAR EN EL DESARROLLO METODOLÓGICO DEL TRABAJO.

1. Fuentes Primarias

Son informaciones orales o escritas que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento. Para nuestro trabajo de investigación utilizaremos las siguientes fuentes primarias:

³⁴ Juan Carlos Martínez Coll, Proceso Inductivo-Deductivo, publicado por: Julio Cesar Díaz Huamán, Abril 19,2008. (<http://ingenierojuliodiaz145.blogspot.com/2008/04/proceso-inductivo-deductivo.html>)

Ø Entrevistas

Ø Encuestas

2. Observación no participante o simple

Resulta útil y viable cuando se trata de conocer hechos o situaciones que de algún modo tienen un cierto carácter público, o que por lo menos no pertenecen estrictamente a la esfera de las conductas privadas. Es factible, mediante este procedimiento, conocer hábitos de conductas, comportamientos, etc. La observación no directa o simple puede ser indirecta cuando se emplean elementos que registren aspectos visuales y auditivos del problema de investigación (cintas magnetofónicas, filmadoras, etc.)

Se observara el comportamiento y el procedimiento, así como las medidas sociales y ambientales adoptadas por las empresas turísticas al momento de interactuar con el entorno social y medioambiental circundante. Asimismo, las consecuencias que afectaran al medioambiente.

3. Fuentes Secundarias

Toda investigación implica acudir a este tipo de fuentes, que suministra información básica. Se encuentra en las bibliotecas y está contenida en libros y otros materiales documentales, como trabajos de grado, revistas especializadas, enciclopedias, diccionarios, entre otros.

Al referirse a las fuentes secundarias, en el proyecto debe definirse y señalarse el tipo de fuente y el grado de facilidad o dificultad que para el investigador tiene su utilización.

Este tipo de fuente se utilizara a través de la búsqueda y consulta de información en libros especializados, periódicos, revistas físicas y electrónicas, así como en documentos virtuales, entre otras fuentes.

1- ESQUEMA DEL CONTENIDO CON EL POSIBLE ÍNDICE TEMÁTICO DEL TRABAJO.

-Dedicatoria

-Agradecimientos

-Introducción

CAPITULO I. ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO

1.1 El Turismo

1.1.1 Clasificación del Turismo

1.1.2 Modalidades del Turismo

1.2 Producto Turístico

1.3 Esquema Básico de los Componentes de la Industria Turística

1.3.1 Esquema Básico

1.4 El Turismo en la República Dominicana

1.4.1 Breve Historia del Turismo en la República Dominicana

1.4.2 Según el Prof. Bolívar Troncoso, La Historia del Turismo en República Dominicana

1.4.3 Desarrollo del Turismo en la República Dominicana

1.5 Análisis FODA de la Ciudad de Santo Domingo en el Sector Turístico

CAPITULO II. EL TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN REPÚBLICA DOMINICANA

2. Turismo Cultural

2.1 Historia del Turismo Cultural

2.2 Situación Actual del Turismo Cultural a Nivel Mundial

2.3 Situación Actual del Turismo Cultural en Santo Domingo

- 2.4 Instituciones que promueven la cultura en Santo Domingo
 - 2.4.1 Acciones Cultural del Gobierno
 - 2.4.2 Ministerio de Turismo
 - 2.4.3 Clúster Turístico de Santo Domingo (CTSD)
 - 2.4.3.1 Principales propósitos del CTSD
 - 2.4.4 Otros Organismos Estatales
 - 2.4.5 Organizaciones no Gubernamentales competentes
- 2.5 Turismo cultural en República Dominicana
- 2.6 El Distrito Nacional
 - 2.6.1 Características del Distrito Nacional
 - 2.6.2 Desarrollo Histórico-Cultural del Distrito Nacional
 - 2.6.3 El Futuro del Turismo Cultural en Santo Domingo
- 2.7 Turismo Ecológico De República Dominicana
 - 2.7.1 Concepto de Ecoturismo
 - 2.7.2 Historia del Turismo Ecológico en la República Dominicana
 - 2.7.3 Situación Actual del Turismo Ecológico en República Dominicana

CAPÍTULO III. LA OFERTA DISPONIBLE DE PRODUCTOS

- 3.1 Inventario de Recursos Culturales para ofrecer
 - 3.1.1 Los Monumentos
 - 3.1.1.1) Monumentos Arquitectónicos Civiles
 - 3.1.1.2) Monumentos Arquitectónicos Religiosos
 - 3.1.1.3) Monumentos Arquitectónicos Militares
 - 3.1.1.4) Otros Lugares de Interés Cultural
 - 3.1.2 Manifestaciones Culturales
 - 3.1.2.1 Santorales y Devociones
 - 3.1.3 Música y Danza
 - 3.1.4 Tradiciones y Costumbres
 - 3.1.4.1) Carnavales y Festivales
 - 3.1.5 Arte y Artesanía
 - 3.1.5.1) Pintura y Escultura

- 3.1.5.2) Teatro
- 3.1.5.3) Materiales de Fabricación Artesanal
- 3.1.6 La Gastronomía Dominicana
 - 3.1.6.1) Origen de la Gastronomía Dominicana
 - 3.1.6.2) Influencia en la Gastronomía Dominicana
 - 3.1.6.3) La dieta de la colonia, el inicio de la mezcla
 - 3.1.6.4) Un Sabor innegable: La Cultura Africana
 - 3.1.6.5) Otras Culturas que influyeron en nuestra dieta
 - 3.1.6.6) Platos típicos de Santo Domingo
 - 3.1.6.7) Eventos Gastronómicos
- 3.2 Inventario de los Recursos Naturales que pueden ser Ofertados
 - 3.2.1 Distrito Nacional
 - 3.2.1 San Cristóbal

CAPITULO IV. LA MEZCLA PROMOCIONAL EN EL SECTOR TURÍSTICO

- 4.1 Mezcla Comunicacional
 - 4.1.1 Conceptualización de Mezcla Promocional o Comunicacional
 - 4.1.2 Elementos de la Mezcla Comunicacional
 - 4.1.2.1) Publicidad
 - 4.1.2.2) Venta Personal
 - 4.1.2.3) Promoción de Ventas
 - 4.1.2.4) Relaciones Públicas
 - 4.1.2.5) Marketing Directo
 - 4.1.3 Importancia de la Mezcla Comunicacional para las Empresas
- 4.2 Plan Estratégico Promocional
 - 4.2.1 Estrategias y Tácticas Promocionales
- 4.3 Importancia de un Plan Promocional para el Sector Turístico
- 4.4 Situación Actual en Santo Domingo para las Oportunidades Promocionales
- 4.5 Análisis de Viabilidad para el Desarrollo del Turismo Cultural y Ecológico (Agencia de Viajes)
 - 4.5.1 Diseño de la Investigación

4.5.1.1 Tipo de la Investigación.

4.5.1.2 Alcance de la Investigación

4.5.2 Tipo de Muestreo y Determinación del tamaño de la Muestra

4.5.2.1 Muestreo por Conveniencia

CAPITULO V. ESTRATEGIA PROMOCIONAL DEL TURISMO CULTURAL Y ECOLÓGICO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

5.1 Turismo Cultural

5.1.1 Objetivos

5.1.2 Estrategias y Tácticas Promocionales

5.2 Turismo Ecológico

5.2.1 Objetivos

5.2.2 Estrategias y Tácticas Promocionales

Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

7 FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

Para el proyecto

Fuentes Primarias

Entrevistas, Encuesta

Fuentes Secundarias

Diccionarios, Enciclopedias, Internet

- http://sectur.gob.do/Sobre_Mitur/Quienes_Somos.aspx
- LIBRO Introducción al turismo Amparo Sancho
http://www.gastroestrategias.com/Introducci_n_al_turismo.pdf

- http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext
- <http://belen.conectate.gob.pa/>
- <http://clan-destinos.com/2008/04/19/%C2%BFque-es-un-cluster-turistico-%C2%BFy-para-que-sirve/>
- <http://gosantodomingo.travel/archivos/clusters-turisticos/>
- <http://definicion.de/gobierno/>
- <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,turista.xhtml>
- Juan Carlos Martínez Coll, Proceso Inductivo-Deductivo, publicado por: Julio Cesar Díaz Huamán, Abril 19,2008.
(<http://ingenierojuliodiaz145.blogspot.com/2008/04/proceso-inductivo-deductivo.html>)

www.unwto.org

www.belen.conectate.gob.pa

www.gosantodomingo.travel

www.definicion.de

www.sectur.gob.do

ANEXO #2: ENTREVISTAS

ENTREVISTA A JAPONESA CAPELLÁN

(Directora de Turismo - Ministerio de Cultura)

1. ¿Qué piensa usted del turismo cultural Santo Domingo?

Santo Domingo más que un turismo, se debe vender como un destino cultural o debe de convertirse en uno. Esto se debe a que cuenta con aspectos históricos relacionados con los primeros acontecimientos que ocurrieron en América, lo que se conoce como las Primacías de América dentro de la ciudad y esto se ha convertido en un atractivo que todavía no hemos sabido manejar correctamente como producto para el turista.

De los 4 millones de turistas que visitan anualmente nuestro país, solo un 3% visitan la Ciudad de Santo Domingo, y cabe destacar que lo visitan de manera superficial porque como dominicanos, no hemos sabido aprovecharlo como destino cultural.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el estado actual de los monumentos?

Luego de haber pasado 5 siglos, actualmente los grandes monumentos (infraestructuras) se encuentran en muy buen estado de conservación. Claro está, como dominicanos que somos, debemos mantener un continuo mantenimiento para que estos se puedan preservar. Para lograr esta conservación, es necesaria la implementación de programas y el desarrollo e implementación un plan de gestión; que incluya no solo la conservación (físico) sino la protección (normas, regulaciones, leyes, etc.), la prevención de riesgos (desastres naturales) y el uso que se les dé a esos monumentos; ya que, estos son factores que incurran en su deterioro.

3. ¿Cómo cree usted que se puede integrar al dominicano en el desarrollo de dicho proyecto?

El dominicano para promocionar al exterior un producto, primero debe de conocer dicho producto, y esto se logra visitando y viviendo esa experiencia de adquirir el producto.

A través de la creación de diferentes programas en los cuales, en los cuales se integren a las diferentes comunidades.

4. ¿Piensa usted que las instituciones pertinentes están tomando las acciones correspondientes y/o necesarias para la conservación de los monumentos?

En la actualidad, se trabaja de manera coordinada para la preservación de los lugares históricos culturales. Todo esto en conjunto con el Ayuntamiento del Distrito Nacional, el

cual se ha ido involucrando poco a poco en las diferentes acciones y actividades que se desarrollan en el Gran Santo Domingo.

5. ¿Qué acciones cree usted que se deben tomar para alcanzar óptimos resultados de todos los atractivos culturales que forman parte del Ministerio?

Se debe de crear un producto diversificado a lo tradicional, dependiendo del interés de cada persona. Santo Domingo posee todo tipo de atractivos para promocionarse como producto; por ejemplo, El Teatro Nacional, Galerías de Arte, Historia, etc.

6. FODA del Turismo Cultural

Fortaleza

La gran diversidad cultural y natural que posee el Gran Santo Domingo.

La conservación de las diferentes infraestructuras que son consideradas de carácter histórico.

Oportunidad

El momento en el que se encuentra el turismo en la actualidad a nivel internacional.

Debilidad

La falta de desarrollo de una necesidad promocional; un producto adecuado para lograr el desarrollo de un paquete cultural.

Amenazas

Los intereses por parte de las personas que tienen un turismo tradicional y esto pueden afectar al desarrollo de un turismo cultural.

La falta de intereses comunes por parte de las diferentes entidades.

7. ¿En que aportaría un Plan Estratégico?

Es fundamental para el desarrollo turístico, hay que conocer la guía a donde se quiere llegar y lo que se quiere lograr. La creación de un Plan Estratégico, conlleva a que cada paso que se haga, sea de manera correcta y siguiendo los parámetros trazados en ese documento.

8. ¿Qué opina usted de la creación de un producto combinado entre turismo cultural y ecológico?

La creación de lo natural y cultural, no debe de ir separado. Debemos trabajar todo como un conjunto; ya que van de la mano. Sobre el espacio lo natural, se crea lo cultural y lo natural contiene una historia y una tradición que lo hace ser cultural.

Entrevistas a Kin Sánchez - Oscar Hungría

(Asesores del Clúster Turístico de Santo Domingo)

1. ¿Cuál es su opinión sobre el estado actual de los monumentos?

Oscar Hungría

El proceso de conservación de Patrimonio Monumental de la Ciudad Colonial, se ha podido mantener con el pasar de los años; se puede decir, que es una de las ciudades mejor conservadas, aunque no se puede decir que son mejores aprovechadas debido a que precisamente no se ha aprovechado de una manera continua.

Durante el gobierno del Dr. Joaquín Balaguer, a finales de los años 1960 y principio de los años 70, creó la Dirección de Patrimonio Cultural que dependía directamente de la Presidencia comenzó una labor de preservación de los monumentos civiles, religiosos (La Catedral, El Convento de Los Dominicos, Convento de Regina, del Carmen, etc.), fuertes, entre otros.

La buena conservación de los monumentos que se encuentran de pie hoy en día, fue gracias a esa política y a la creación de esa Dirección. Incluso hay lugares que todavía quedan rastros de esas edificaciones y por ser patrimonios monumentales, no se pueden destruir.

2. ¿Cuáles herramientas se utilizan para promover este concepto de turismo?

Kin Sánchez

Son básicamente las mismas herramientas utilizadas para promover tipo de turismo no cultural: publicidad, promoción, internet, en fin todos los medios de comunicación y sobre todo la idea de vender a los grandes tour operadores.

El turismo cultural, se da por 2 vías: la gente que viaja en excursiones organizadas (con guías especializados, horarios pautados, etc.). Generalmente las personas que realizan este tipo de turismo, tienen un alto nivel cultural, saben a lo que vienen porque previamente lo investigan, no solo en internet sino a través de otra vía y están conscientes de lo que quieren ver y por qué lo quieren ver. A este tipo de personas, se promueven a través de los grandes operadores y de grandes campañas publicitarias. De igual forma, se encuentran los grupos de parejas, de las personas que le gustan hacer aventuras; para este tipo de personas, se utiliza el internet.

La parte más importante de la ciudad de Santo Domingo, es el Convento de los Dominicos, primero por el Sermón de Montesino porque allí nacen los Derechos Humanos, es el germen de la Declaración de los Derechos Humanos. Se encuentra de igual forma, la Capilla del Rosario, que tiene una cosmogonía que es única dentro de una iglesia, esto se debe a que tiene 4 dioses griegos, el Sol como centro, los 12 Signos del Zodiaco y fue

construida en un momento donde la iglesia tenía el dominio total y cualquier cosa que no cumplía con sus ideales, era considerado como hereje o blasfema.

El turismo cultural tiene que ser promovido de una manera muy firme, se debe de poner en la red todo el conocimiento existente y utilizarlo en el momento que se promocione a grandes masas. De igual manera, un libro o una película, pueden ser los medios para vender un destino o país.

“Sin presencia de todos estos medios, seguiríamos siendo el secreto mejor guardado en el Caribe”.

3. ¿Piensa usted que las instituciones pertinentes están tomando las acciones correspondientes y/o necesarias para la conservación de los monumentos?

Kin Sánchez

Siempre está presente el valor de la renovación (Iglesia de Santa Bárbara, Museo de las Casas Reales, Ruinas de San Francisco), pero en general las instituciones están haciendo el trabajo necesario.

Ahora lo que si hay que tener en cuenta, es que tenemos que aprovechar desde el punto de vista turístico, porque no solo es basarse en la idea de que es un monumento de hace 500 años, es ver qué historia lleva dentro de ese monumento o en el entorno por el cual está rodeado.

4. ¿Qué acciones cree usted que se deben tomar para alcanzar óptimos resultados de todos los atractivos culturales que forman parte del clúster?

Oscar Hungría

- Una animación cultural, por ejemplo, cada domingo por la noche se celebra a las afueras de las Ruinas de San Francisco, una actividad histórico cultural propio de la zona conocida como *Bongeé* (actividad de grupo de personas que tocan todo tipo de música: merengue, salsa, etc.). Dicha actividad reúne aproximadamente 3,000 personas incluyendo personas nacionales e internacionales.
- Un cambio de mentalidad en los sectores que toman las altas decisiones; tanto público como privado, porque el turismo solo se ha desarrollado al turismo de sol y playa, lo que ha conllevado a una gran confusión de que Turismo y Hotelería de Playa es lo mismo, los hoteles piensan que son el liderazgo del sector turístico y eso ha sido por la modalidad que tiene el turismo dominicano, considerándose un turismo de playa enclave. Esto se debe a que el turismo solo se ve como turismo de playa y se ha dejado atrás todo lo que son los aspectos culturales de la zona, sin pensar que el turismo de playa de la República Dominicana es igual al turismo de

playa de México, Jamaica, Cuba, etcétera. Debido al mercado competitivo hoy en día, hay que basar el mercado en las diferencias culturales que cada cual posee.

Es preferible llamar Turismo de Ciudad en sustitución al Turismo Cultural, debido a que al igual que el concepto de Hotelería y Turismo, las personas asocian lo cultural con arte exclusivamente, sin embargo el Turismo Cultural es mucho más abarcador, tiene gastronomía, bailes, tradiciones, moda, entre otras formas de vida.

Entender que aunque tengamos las Primacías de América en muchos aspectos, no basta solo con eso, sino que cada recurso que se tiene hay que convertirlo en un producto y ese producto convertirlo en una oferta o en una propuesta publicitaria.

Kin Sánchez

La construcción de las vías hacia donde se quiere llegar tiene que tener las comodidades y la seguridad necesaria, también que cuando lleguen al lugar, este luzca limpio y presentable. No se puede tener un destino bonito y un trayecto totalmente intransitable. Deben de tener señalizaciones. Se debe de trabajar con los Ayuntamientos para que estos cuiden del lugar, Medio Ambiente, el Ministerio de Turismo, inclusive las Juntas de Vecinos de las zonas cercanas.

También, la creación de una revista con atractivos culturales y naturales que posee nuestro país y ponerlas en los aviones para así alcanzar diferentes mercados internacionales.

Se puede tener el atractivo más grande y hermoso pero si no tiene condiciones, de nada sirve.

5. ¿Cómo cree que se puede integrar el turismo ecológico a la oferta actual?

Oscar Hungría

Se puede ofrecer como paquete de lo que tiene Santo Domingo como Ciudad, ofrece los museos y monumentos históricos, pero ofrece también El Teatro Nacional y la Sinfónica, pero también El Parque de Los 3 Ojos, El Cachón de la Rubia, ofrece la Gastronomía criolla. Entonces solo basta con tener una serie de productos en una canasta para ofrecer diversificaciones a los turistas.

Hay variaciones el año entero tanto cultural como ecológico, pero son recursos que no se han sabido desarrollar adecuadamente.

Kin Sánchez

Santo Domingo es único, único productor de fresa en todo el Caribe, debido a que somos el país más alto sobre el nivel del mar; con las montañas más altas con climas totalmente cambiantes, microclimas absolutamente distintos en muchas partes dentro de una misma isla.

Se debe de promocionar lo que tenemos; ya sean: las aves, orquídeas, clima, todo aspecto ecológico que pueda ser explotado de manera responsable.

6. ¿Qué opina de la creación de un producto que combine el turismo cultural y ecológico?

Oscar Hungría

Ha llegado el momento para desarrollar el concepto de turismo cultural y ecológico, hasta ahora se había manejado un turismo únicamente de sol y playa pero ese modelo no es competitivo y existen muchos países que ofrecen lo mismo.

La presión que hay en las costas dominicanas y el cambio climático, ha comenzado a preocupar a las entidades de turismo. No se puede seguir sobrecargando las costas dominicanas.

En Santo Domingo se han juntado una serie de factores y de elementos que dicen que ha llegado la hora al destino Santo Domingo o sea al Turismo Urbano, que además es un turismo complementario al turismo de sol y playa, porque ya con la construcción de diferentes vías, se ha podido acortar el trayecto a otras zonas de nuestro país.

Kin Sánchez

Es considerado imprescindible y adecuado para el momento, esto se debe a que se unen 2 mercados. El público que es ecológico puede ser cultural y viceversa, es muy interesante ver diferentes conceptos ofreciéndose en un solo paquete. Necesita ser puesto en conocimiento del mercado.

El producto de lo cultural y lo ecológico es ideal pero se tiene que difundir y ofrecer, ahí es que se encuentra el reto verdadero.

Entrevista a Mayo Rodríguez Hernández

(Viceministro de Medio Ambiente)

1. Inventario generalizado de recursos naturales en Santo Domingo

Fuera de las regiones ya establecidas como el Acuario, el Zoológico, el Museo de Historia Natural y el Botánico; hay otros lugares que tienen grandes potencialidades que aunque quizás están en una fase de desconocimiento y de desarrollo, pero tienen su potencialidad.

Hay que tomar en cuenta lo que es **El Cinturón Verde de la Ciudad de Santo Domingo o del Gran Santo Domingo**, en el cual se pueden citar algunos puntos que tienen grandes atractivos; por ejemplo a la Rivera del Río Haina, se encuentra el Parque Ecológico Mirador del Oeste, el cual posee un atractivo cultural y ecológico conocido como el Palacio de Engombe; en donde aparecen las Ruinas de un Ingenio, una Iglesia que está siendo restaurada por los organismos correspondientes, unos almacenes y la casa del dueño de todas esas tierras para ese momento. Continuando más hacia el Norte, está el Parque Mirador del Norte que también tiene una gran potencialidad y más al Sur hay una zona conocida como el Parque Las Malvinas, ese parque sigue y bordea el Río Isabela y llega hasta el punto donde converge con el Río Ozama, donde con el paso del tiempo se ha formado una pequeña isla conocida como Isla de La Esperanza.

En el Río Ozama frente a la Isla de La Esperanza y al parque Las Malvinas está el Parque Ecológico Los 3 brazos -una zona verde con grandes árboles y bordeada por un río-,

Continuando más al Norte del río Ozama, se encuentran Los Manantiales Cachón de La Rubia, el Parque Ecológico Charles de Gaulle, el río Caño Tiburón en donde se encuentra el Bosque Doña Mayú (es una zona donde convergen el Río Tosa, Caño Tiburón y el Ozama) en esta zona existe una gran potencialidad ecoturística.

Todos esos son lugares perfectamente explotables y que el Ministerio de Medio Ambiente se ha encargado de limpiar mantenerlos en condiciones favorables para que las personas lo puedan visitar, ahora potencializar eso ya es una etapa diferente.

2. ¿Qué piensa usted del concepto de Turismo Ecológico en el Gran Santo Domingo?

El turismo ecológico como tiene un gran potencial y todo va a depender de lo que se haga. Por ejemplo la Inauguración del Tour de Santo Domingo Este, donde hay una paseo a través de la OMSA con gas natural que pasa por el Acuario, el Cachón de la Rubia, los 3 Ojos, todo un circuito. El valor ecológico está presente, lo que se tiene que saber es que hay que acondicionar cada área y crear las facilidades y las instalaciones para generar un atractivo turístico.

3. ¿Cuál es su opinión sobre el estado actual de los atractivos naturales?

Dada las circunstancias por las cuales se encuentra Santo Domingo hoy en día, se puede decir que la reparación de los diversos atractivos naturales situados en el área de Santo Domingo, conlleva un proceso. Se está trabajando conjuntamente con los Ayuntamientos, las Alcaldías y las demás organizaciones para plantear las posibles maneras de mejorar y preservar los medios que necesitan una mayor atención; aunque todo eso conlleva grandes recursos y tiempo.

4. ¿Cuáles herramientas implementa El Ministerio de Medio Ambiente para promover el Turismo Ecológico?

El ecoturismo no es una responsabilidad única del Ministerio de Medio Ambiente, más si la preservación de los lugares que tienen potencial con el ecoturismo y lo que el Ministerio ha logrado rescatar en esos lugares. En todos esos lugares encuentras gacetas de vigilancia, guarda-parques.

Las medidas que tenemos como Ministerio son preparar los lugares para el disfrute del turista.

5. ¿Piensa usted que las instituciones pertinentes están tomando las acciones correspondientes y/o necesarias para la conservación de los atractivos naturales? ¿por qué?

Sí, porque como institución, nos estamos encargando conjuntamente con los demás organismos a tomar las medidas de lugar que correspondan a cada caso. No estamos dejando atrás que los ciudadanos de la zona se apropien de los lugares naturales para sus propios fines, sino que buscamos las soluciones necesarias para preservar el medio ambiente y se obtiene involucrando a las diferentes Juntas de Vecinos, para la conservación de los atractivos y para que les genere beneficio.

6. ¿Qué acciones cree usted que se deben tomar para alcanzar óptimos resultados de todos los atractivos naturales que forman parte del Ministerio de Medio Ambiente?

El turismo ecológico es uno de los que está generando mayor interés mundialmente, o sea, hay países que apuestan al turismo ecológico, ejemplo Costa Rica.

República Dominicana tiene una gran cantidad de bosques que incluso se desconocen actualmente, ejemplo Los Saltos de Jima en la Autopista Duarte, en Bonao el cual posee varios saltos de gran altura.

En el tema de las Áreas Protegidas, se trabaja los Planes de Manejo que no son más que las guías prácticas de lo que se puede hacer o no en un área protegida, para que en función de

eso se puedan desarrollar diferentes actividades que vayan apegadas a la sostenibilidad pero también al aprovechamiento dirigido a la conservación, en otras palabras, un aprovechamiento sostenible. Pero para esto es necesario el involucramiento total de la comunidad y de las demás organizaciones en conjunto.

7. ¿Qué opina de la creación de un producto que combine el turismo cultural y ecológico?

La idea donde converja el turismo cultural y ecológico, es formidable, se trata de explotar de forma sostenible todo lo que tenemos, si existen esos factores, se vende al visitante en un solo paquete ambas cosas o 2 x 1 de atractivos. La verdadera razón es explotarlo sabiamente.

ANTONIO GIL ITURBIDES
(SOCIOLOGO – PERIODISTA)

1. ¿QUÉ ENTIENDE POR CULTURA?

Cultura es la acumulación de conocimiento. En las personas es el cúmulo de información que un individuo llega a reunir. En las sociedades es la cantidad de elementos que crean la memoria común. Es la totalidad de los conocimientos acumulados que dan origen a los ritos y costumbres, que son una especie de ejercicio nemotécnico y de preservación de esa memoria colectiva. Cada comunidad, cada grupo social, en el proceso de su integración desarrolla estos elementos que van conformando su identidad a través de esa memoria colectiva. A eso es que los sociólogos llaman identidad cultural.

2. ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS QUE IDENTIFICAN LA CULTURA DOMINICANA?

¿Existe realmente una cultura dominicana? Hace unos cincuenta años en Estados Unidos se creó un gran movimiento de intelectuales para tratar de definir si esa nación había logrado crear su propia cultura o si era, todavía, un arrastre de la cultura europea. La mayoría de los sociólogos, antropólogos e historiadores que opinaron llegaron a la conclusión de que aun Estados Unidos estaba en proceso de crear su propia identidad cultural, no obstante sus grandes aportes a la humanidad en los procesos económicos e industriales. Luego de esto se produjeron los grandes movimientos sociales que llegaron a producir la enorme influencia de intelectuales de Estados Unidos en la pintura, la literatura, la música, el folklor y todas las demás manifestaciones de la sociedad que dan origen a eso que definimos como cultura.

Es por esto que me hago la pregunta de si realmente tenemos una expresión cultural dominicana o si la nuestra está todavía un proceso en desarrollo. Tenemos muchos elementos culturales heredados de España, de África y de otras culturas que nos han influido. Tengo la impresión de que tenemos muchas tradiciones en marcha, pero todavía carecemos de la capacidad para afirmar que tenemos una expresión cultural que nos identifique particularmente. Ahora bien, aun cuando estamos en proceso, podemos considerar que esas tradiciones, aunque no son total y particularmente nuestras, son nuestra cultura, son la forma de expresión que tiene el pueblo dominicano, aun cuando decir que son netamente dominicanas sería aventurado.

El nuestro, como todos los pueblos, tiene su forma de manifestarse y esa es una forma de cultura popular.

3. ¿CONSIDERA USTED QUE EL DOMINICANO SE IDENTIFICA CON SU CULTURA? ¿POR QUÉ?

¿Qué es ser dominicano? ¿Nacer en esta tierra? ¿Bailar merengue?

Creo que el dominicano tiene una idea poco precisa de qué es ser dominicano. Hay muchas tradiciones que aun tenemos y conservamos, pero hay muchas otras que son modificadas constantemente por factores externos o exógenos. Tenemos influencias constantes de otras culturas y hasta de tradiciones vecinas más débiles que constantemente modifican a las nuestras.

Hay, sin embargo, un factor primario y elemental que constituye la identificación de los grupos humanos con el territorio donde se nace, pero esto no es suficiente para producir una identificación cultural. La nostalgia por el terruño, la familia y los amigos no son elementos suficientes para considerarlos una forma de expresión cultural. La educación, los lazos culturales, los medios de producción y los métodos empleados, las costumbres y las tradiciones arraigadas son las que constituyen el fundamento de eso que denominamos culturas. Cuando esos elementos son débiles y permanentemente alterados estamos frente a una cultura variable y débil. La globalización económica y las comunicaciones son elementos importantes que deben tomarse en cuenta en esta época y en este proceso de modificación cultural. Ahora más que nunca el fortalecimiento de la educación, la formación de la población y su identificación con tradiciones y costumbres, se impone como un factor fundamental para el sostenimiento de eso que denominamos cultura. La poca educación impide que exista una identificación con los factores culturales. Una demostración simple de cuanto estoy expresando se puede encontrar cuando analizamos la situación de los juegos infantiles tradicionales, los que han sido totalmente abandonados y las nuevas generaciones ni siquiera los conocen. En cambio, factores exógenos son predominantes: béisbol y basquetbol, entre muchos otros como Nintendo o Wii. Esto mismo se reproduce en todos los demás elementos que conforman esos lazos con costumbres y tradiciones.

4. ¿QUÉ PIENSA DE LA TRANSCULTURACIÓN?

En mi opinión no es buena ni mala. Su consideración final depende de los objetivos de cada sociedad o grupo humano. Lo que sí podemos ver a través de la historia es que el traspaso de información y costumbres de una cultura a otra ha sido la base para el desarrollo de las más grandes civilizaciones que han existido sobre el planeta pero también para su eliminación. Es evidente que el secreto de la prosperidad y de la excelencia del pensamiento no es patrimonio de ningún grupo humano en particular sino que está distribuido en todo el planeta, entre todos los humanos. Los grupos humanos más prósperos y los que han sido capaces de aportar sus propios rasgos culturales son los que han tomado información de todos los núcleos humanos y, apoyados en este cúmulo de ideas, han elaborado las propias. Hoy día, eso que denominamos Civilización Occidental, es una sumatoria de experiencias acumuladas por todo el mundo y recogidas poco a poco hasta crear una corriente de pensamiento que está influyendo en toda la humanidad de manera cardinal.

Es importante tomar en cuenta, porque la historia así lo demuestra, que una cultura no es algo estático. Las culturas están en constante evolución, aceptando y rechazando asuntos, adoptando y renegando. Es ese proceso el que determina su auge y caída como advierte Arnold Toynbee.

Existen también otros aspectos de la transculturación que debe tomarse en cuenta. Esta consideración está vinculada con la aceptación o rechazo colectivos a las ideas que vienen de fuera. Si es una decisión colectiva que las formas de vida de otras culturas son mejores y mucho más beneficiosas, entonces la transculturación se podrá considerar beneficiosa. Si acaso es a la inversa y un grupo humano considera que sus hábitos y costumbres son superiores y más importantes, entonces se considerará perjudicial.

En nuestros días hay patéticos ejemplos que demuestran estas actitudes de aceptación y rechazo. Existen grupos humanos que reniegan aceptar a las vacunas porque consideran que es una forma de contaminar al cuerpo al cual consideran un templo de Alá. También hay grupos que rechazan la aplicación de adelantos médicos, como las transfusiones de sangre, la cirugía y los trasplantes, porque es una violación a las leyes de Dios. Igualmente existen personas que se niegan a donar sus órganos a otros humanos, mientras que en el lado opuesto hay quienes donan sus organismos a la ciencia y testan la entrega de sus órganos a quienes los necesiten.

¿Quiénes tienen la razón? ¿Los occidentales que se han inventado todos estos métodos para devolver la salud y prolongar la vida de las personas o quienes dan por descontado que el ser humano tiene que cumplir indefectiblemente y sin intervención su tiempo en la Tierra para el cual está supuestamente predestinado?

Pero también la vinculación o el rechazo están vinculados al tiempo. Hay influencias culturales exógenas que en un momento se pueden considerar perjudiciales y sin embargo esa consideración colectiva puede variar con el paso del tiempo.

5. ¿CUÁLES ACCIONES SE PUEDEN TOMAR PARA QUE LOS DOMINICANOS SE SIENTAN IDENTIFICADOS?

Lo primero que se debe hacer es definir cuál es la identidad que queremos y luego enseñarla y someterla al juicio de la colectividad. Sin educación, sin conocimiento, es imposible tener cultura propia o colectiva. Es fundamental comprender que primero interiorizamos la información, la convertimos en nuestra cultura y luego la exteriorizamos y la convertimos en una cultura compartida, colectiva, nacional. La cultura social es un juicio colectivo aplicado voluntariamente y es lo que produce la identidad cultural. La escuela, la inversión en la educación es un factor básico y fundamental para crear una plataforma que defina nuestra identidad dentro de esta compleja Cultura Occidental que nos arroja y nos arrastra y a la que creemos pertenecer. La escuela es el primer paso. Con un gran volumen de analfabetos o los llamados analfabetos funcionales es imposible implantar una real cultura nacional. Cuando eso no se logra se crean pequeños grupos culturales que se apropian de informaciones y, aislados, desarrollan su propia cultura en pequeñas comunidades donde la vecindad y el roce crean un mecanismo minúsculo de educación colectiva.

Para conseguir una identificación nacional con un tipo de cultura, el país debe revisar sus metas en materia educativa porque de continuar como van las cosas actualmente se estarán creando dos sociedades con identidades distintas. Una será un grupo humano con bajo nivel

o ninguna alfabetización y otro será un sector, minoritario pero no menos importante, con una formación académica alta pero con tendencia a recibir como propia culturas extranjeras. Esto es importante tomarlo en cuenta porque en el pasado ya ha contribuido, además de otros factores, con la anulación o disgregación de eso que creíamos tener e identificábamos como cultura dominicana.

La escuela, por tanto, debe ser la base. Deben definirse objetivos comunes y comenzar a aplicarlos. Si esos objetivos se disgregan o se aplican siguiendo lineamientos externos, la identidad seguirá perdiéndose o transfigurándose como consecuencia de la transculturación.

6. ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COCINA DOMINICANA?

Para definir al todo, vamos a hacer un análisis de sus partes. ¿Podemos afirmar que existe una Cocina Dominicana? Veamos. Muchas personas consideran al arroz, con salsa de habichuelas y carne de vacuno, cerdo o gallina, como el plato por excelencia en la mesa de los dominicanos. Este plato es tan popular en el país que muchos lo llaman "la bandera dominicana". ¿Pero realmente es así? El arroz nos llegó desde Europa en el Segundo Viaje de Cristóbal Colón a finales del siglo XV, al igual que el ganado y las habichuelas. Esto es, ninguno de los ingredientes es nativo, todos nos llegaron de fuera. Se podría alegar que los dominicanos aportaron la forma peculiar de presentarlo, pero tampoco es así. Los chinos se nos adelantaron.

Se podría considerar entonces al plátano majado, puré de plátano o mangú, con huevo o salami frito como un plato típico de los dominicanos, pero también en este caso debemos tomar en cuenta que se trata de componentes importados: Los plátanos y guineos son originarios de África y llegaron a esta isla a principios del siglo XVI traídos por los padres Jerónimos cuando fueron encargados de la administración de la colonia que se había visto envuelta en numerosos conflictos políticos. Los huevos habían llegado con las gallinas aunque es evidente que en la isla había aves que podían haberlos suministrado, pero el salami, como todos los embutidos, es un producto europeo que aprendimos a hacer localmente.

Entonces ¿qué es realmente nativo? Para tener un punto de partida histórico al hacer esta consideración vamos a tomar como referencia el momento del descubrimiento. ¿Qué encontraron en la isla los europeos como alimento? La yuca, el maíz, el ají, el tomate, muchas frutas y 'otros ajos' como los llamó el Fray Bartolomé de las Casas al referirse a la forma de alimentarse de los nativos. A esto debemos agregar otros elementos como los pescados, las aves, las jutías o solenodonte y un perrito mudo, el cual, aunque lo criaba como un faldero, también servía de alimento, según los primeros cronistas. Muchos de estos alimentos hoy son imposibles porque, sobre todo los animales, están extintos o casi extintos y la pesca es un recurso poco utilizado.

De la yuca los nativos de la isla hacían casabe, el pan de las indias como lo llamó Colón, y que jugó un papel fundamental en la Conquista del Continente por los españoles. El pan de harina de trigo que producían los europeos se pudría o era atacado por los gorgojos, las

polillas, los ratones y todo tipo de plagas cuando se almacenaba en los barcos. El casabe no se pudre y las plagas le hacen poco daño. Así fue como este alimento suplió a los navegantes en sus aventuras por América y fue fundamental para facilitar la Conquista. ¿Pero qué es el casabe para nuestra comida hoy día? Representa muy poco e incluso es escaso.

El maíz es hoy uno de los fundamentales alimentos de la humanidad. Otras naciones lo utilizan de mil maneras, pero ¿cuántos platos de maíz presentamos como típicamente nuestros? Hay muchas personas que todavía se asombran cuando se enteran que el primer contacto de los europeos con el maíz lo tuvieron en esta isla y hay asiáticos que se asombran de que el maíz es una planta originaria de América. Por esto insisto en ¿cuántos platos de maíz incluimos en nuestra culinaria?

En la zona rural y en las zonas urbanas el mayor consumo estaba concentrado en los tubérculos como la yuca y la batata, los plátanos y algunos frutos como el buen pan o pan de fruta y otros similares. El arroz era poco utilizada hasta muy entrado el siglo XX.

Creo que debemos recoger todos estos elementos y comenzar un proceso para definir eso que llamamos cocina dominicana. Muchos de nuestros platos preferidos realmente tienen raíces en el exterior y son una herencia del amasijo de culturas que nos han influenciado sin que hasta ahora le hayamos logrado darles nuestra propia identidad.

Se han hecho esfuerzos, pero siempre han sido relegados. Nuestras universidades deberían dedicar tiempo a conseguir esas definiciones para lograr la identificación definitiva de lo que será nuestra identificación o cultura culinaria.

No es que rechace al arroz con habichuelas y carne como el más típico, sino que debemos crearle una identificación, porque ese plato se consume en otras sociedades de los alrededores mucho antes que aquí aun cuando se le hagan modificaciones en la preparación y la presentación.

Además, es importante tomar en cuenta que el arroz, como los derivados del trigo, fue un producto principalmente de las casi despobladas ciudades dominicanas y escasamente se usaba en las densamente pobladas zonas rurales hasta muy entrado el siglo XX. La mayor parte del arroz se importaba de Europa y Asia hasta que en el país se comenzaron a fomentarse los cultivos en gran escala desde finales del siglo XIX. Fue ya muy entrada la década de 1930 cuando se facilitó el cultivo de arroz con la construcción masiva de canales de riego que ayudaban a su cultivo. Es desde mediados de la década de 1960 y principios de la de 1970 cuando se introducen las variedades de alto rendimiento, se construye el mayor sistema de riego que permite una producción realmente masiva y se introducen las prácticas de cultivo masivo. Además, la disminución de la población rural y el incremento de la urbana, favoreció el consumo de ese alimento. Este fenómeno social se registró con mayor incidencia en los pasados 40 años. Así que debemos reflexionar sobre esto antes de asignarle el título de bandera, aunque no reniegue a que se le otorgue.

Lo que vayamos a hacer tenemos que tomarlo de manera definitiva y concreta, si es posible con definiciones y valores específicos.

7. ¿CUÁLES (Acontecimientos) DATOS HISTORICOS MARCARON LA CULTURA DOMINICANA?

La pregunta tiene implícita una consideración y una aceptación. Me acogeré a considerar las tradiciones dominicanas más que cultura dominicana. Es claro que el factor fundamental en crear las condiciones actuales del pueblo dominicano proviene del primer contacto entre nativos y europeos. De aquel encuentro, la cultura más poderosa, la civilización más fuerte, predominó. De ahí que nuestras tradiciones están tan vinculadas a la cultura hispano-católica y al idioma castellano. De la cultura primitiva de la isla ha sobrevivido muy poco, aunque en el idioma castellano se han adoptado palabras que han sido traspasadas a todas las culturas e idiomas del mundo. En el aspecto religioso han sobrevivido creencias sobre la existencia de ciguapas, los muertos y civilizaciones que habitan en las cuevas, y los espíritus de indios que se adueñan de determinados lugares. Como los europeos eran igualmente supersticiosos muchos de estos mitos fueron fácilmente adaptados y se les sumaron a los que aquellos traían.

En cuanto a la producción agrícola las técnicas de los nativos fueron ignoradas y sustituidas por los europeos, aunque ahora se descubre que eran más eficientes en muchos aspectos. Lo mismo ocurrió con la producción de la alfarería y el uso de fibras vegetales para elaborar tejidos.

La pintura como arte era casi desconocida por los nativos de la isla y únicamente se conservan algunas figuras, de trazos muy primitivos, en las cuevas que aparentemente usaban para ceremonias.

La escultura se concentró principalmente en la elaboración de figuras de dioses y en la talla de madera, pero con rasgos muy primitivos, muchos con condiciones más de artesanía que de arte.

En la música, la poesía y el teatro parece que fueron muy desarrollados, pero carecían de la escritura y por tanto era algo muy difícil de conservar. Hoy día únicamente se conocen pequeños fragmentos que fueron captados por los españoles.

Los europeos trajeron a la isla todo el resto de los elementos que hoy entendemos que son nuestra cultura: nuestra lengua, la pintura, la escultura, la talla, la música.

Desde sus inicios fue evidente que la cultura europea se impondría, pero aun ese importante aporte sufrió y muchas veces perdió impulso dejándonos en una especie de limbo, sin progresos. Ese primer impulso en ese contacto inicial se desvaneció rápidamente por períodos sucesivos de despoblaciones de la isla. La pérdida de la población, que se iba a otras partes de América, sacaba de nuestro ámbito a las personas mejor preparadas, lo que redujo la capacidad de los dominicanos de incrementar su nivel educativo y conseguir una definición cultural importante.

Durante casi cuatro siglos las tradiciones y las costumbres dominicanas fueron dominadas, más que influenciadas, por las europeas, principalmente las españolas, y por las que llegaban desde las colonias establecidas en Tierra Firme. Eso marcó nuestra forma actual de expresarnos y vivir.

Fue a mediados del siglo XIX con la influencia de Antonio Delmonte y Tejada, así como posteriormente con el puertorriqueño Eugenio María de Hostos y los inmigrantes españoles llegados tras la Guerra Civil en esa nación en 1939 que comenzó a producirse en el país un movimiento cultural que buscó establecer una identidad cultural.

Esto se logró en la música culta, en la pintura y en el teatro. Sin embargo, ese impulso parece estar diluyendo principalmente en la música culta y el teatro.

La música popular, en cambio, está encaminándose a establecer una definición que podría servir como base para todo un movimiento cultural más amplio e importante que contribuya con una identificación en todos los aspectos.

8. ¿CUÁL CONSIDERA USTED QUE HA SIDO EL ENFOQUE QUE SE LE HA DADO AL TURISMO CULTURAL?

¿Existe realmente un turismo cultural? Creo que no. En una encuesta reciente que se hizo a turistas europeos que se desmontaban de aviones en Barajas, Madrid, España, se encontró que todos sabían que habían estado en Punta Cana, pero casi ninguno -menos de diez por ciento- sabía que estuvieron en República Dominicana. De otro grupo que estuvo en Puerto Plata, algunos - por suerte los menos- creían que habían estado en México y ninguno conocía que en Puerto Plata estuvo la primera ciudad europea de América. Lo mismo, de los turistas que estuvieron en Punta Cana, ninguno sabía que estuvieron cerca de la casa de Juan Ponce de León el conquistador de Puerto Rico y La Florida.

Lo más próximo al turismo cultural es el que se hace cuando llegan los buques de turismo y algunos de los visitantes pasean por el viejo casco colonial, observando los monumentos mientras un grupo de guías les lanzan informaciones como agua que sale de una cañería.

Pero espectáculos para turistas y otras manifestaciones culturales no existen. Fuera del turismo de paseo por los monumentos y los restaurantes con comida universal que existen en la parte antigua de la ciudad es el máximo acercamiento que hemos tenido al turismo cultura. Ya ni las tiendas de regalos ofrecen artesanía criolla ya que la mayoría de las cosas que se venden allí provienen de Suramérica y Asia. La pintura que se ofrece a los turistas es producida masivamente por pintores haitianos.

¿Ofrecemos turismo cultural? Creo que esto es algo que también debemos recapitular.

9. ¿QUÉ OPINA USTED, DE LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMBINADO ENTRE LO CULTURAL Y LO ECOLÓGICO?

Sería excelente si se logra. Ojalá se pueda. Naturalmente, primero tendremos que definir qué es cultural y que consideraremos ecológico. Debemos establecer cuáles serán nuestras muestras de cada cosa.

Entrevista a José Leonardo Guzmán Manukyan
Encargado de Promoción y Eventos
Baltimore Dominicana, C. Por A. (BALDOM)

1. ¿Qué usted entiende por Promoción Turística?

Se refiere a la forma en que las empresas e instituciones gubernamentales y privadas que tienen que ver con la industria turística promocionan destinos en todas partes del mundo con el propósito de atraer y mantener un turismo constante y rentable tanto al país del que procede la promoción como a las empresas involucradas.

2. ¿Cuáles son las oportunidades promocionales viendo la situación actual en Santo Domingo?

Las oportunidades promocionales siguen siendo las mismas que hemos tenido hasta ahora (marketing mix, publicity, etc.). Sin embargo, nuestro país está desarrollando un sentido más ecológico y más rentable acerca del negocio turístico. Por supuesto, que la corrupción y la inseguridad social en que vivimos afectan nuestra imagen internacional y hace más difícil atraer turismo.

3. ¿Cuáles acciones de promoción se utilizan en el turismo?

Ferias, exposiciones de la industria
Presentaciones nacionales en actividades internacionales.
Publicidad turística.
Inclusión de actividades turísticas en sorteos de distintos tipos (fuera de nuestro país)
Las actividades que desarrollan nuestros embajadores.

4. Usted como profesional del área, que tipo de segmento se identificaría con el concepto del turismo cultural y ecológico.

El turismo cultural iría dirigido a la clase socio-económica A y B, de zonas urbanas, en edades entre los 30 y 65 años de edad, con deseos de conocer más sobre el mundo y un estilo de vida un tanto pasivo. En cuanto al turismo ecológico, el público objetivo para las actividades de promoción turística ecológica sería de clase socio-económica A y B, de zonas urbanas, en edades entre los 18 y 45 años de edad, con espíritu aventurero y un estilo de vida activo.

5. ¿Cómo usted define el término de Estrategia Promocional?

Se refiere al conjunto de actividades incluidas en el plan de marketing con la finalidad de persuadir a su audiencia a adquirir sus productos o servicio.

6. ¿Cuáles recomendaciones usted proporcionaría para la mejora del turismo actual?

Mejorar la seguridad ciudadana.

Eliminar la corrupción en las instancias que tienen que ver con el turismo.

Continuar haciendo promoción turística en el exterior.

Mejorar la infraestructura de la ciudad, mejorar la recogida de basura, educar a los guías turísticos, entre otras cosas.

7. ¿Cuáles elementos se pueden incluir en el marketing mix para el desarrollo de un turismo cultural y ecológico?

Un mayor desarrollo en el turismo cultural y ecológico, asegurando la calidad del mismo como producto de nuestro país. De la misma forma incrementar su promoción, debido a que actualmente se promociona el país como destino de sol y playa.

8. ¿Qué opina de la creación de un producto que combine el turismo cultural y ecológico?

En algún punto se puede combinar, aunque muchas veces no se podría, porque pienso que van dirigidos a públicos diferentes, sin embargo, entiendo que se podrían llevar a cabo algunos estudios que darían con la fórmula para lograrlo.

ANEXO #3: ÍNDICES

ÍNDICE DE LEYES

Ley No. 5207 que crea el Museo Nacional, de fecha 25 de marzo de 1913. Gaceta Oficial No. 2387.

Ley No. 293, sobre Monumentos Nacionales, del 13 de febrero de 1932. Gaceta Oficial No. 4440.

Ley No. 932 que declara el Baluarte “27 de Febrero” como Monumento Nacional, y disposiciones complementarias, del 27 de junio de 1935. Gaceta Oficial No. 5054.

Ley No. 4469, que agrega un párrafo al artículo 4 de la ley No. 293 del 1932, citada, del 3 de junio de 1956. Gaceta Oficial No. 7996.

Ley No. 3913 que exonera de pasaportes y visados a los turistas que visiten el país, del 26 de agosto de 1954. Gaceta Oficial No. 7739.

Ley No. 5432 que hace obligatoria la propina en hoteles, restaurantes, cafés, bares y otros establecimientos comerciales del 24 de noviembre de 1960. Gaceta Oficial No. 8524.

Ley No. 6044 que dispone que toda persona que visite el país en calidad de turista, transeúnte, podrá manejar vehículos de motor, amparado por su licencia extranjera, del 18 de septiembre de 1962. Gaceta Oficial No. 8695.

Ley No. 351 que autoriza la expedición de licencia para el establecimiento de Salas de Juego de Azar, del 6 de agosto de 1964 y sus modificaciones. Gaceta Oficial No. 3880

Ley No. 94 que crea el Centro Nacional de Artesanía, del 27 de diciembre de 1965. Gaceta Oficial No. 8963.

Ley No. 121 que crea las Comisiones de Turismo, del 4 de febrero de 1966. Gaceta Oficial No. 8970.

Ley No. 121 que autoriza el uso de una tarjeta de turismo con la cual se podrá ingresar al territorio nacional, con fines turísticos, sin necesidad de visa consular, del 9 de mayo de 1966. Gaceta Oficial No. 8984.

Ley No. 94 que prohíbe extraer arena de las playas del país declaradas de atracción turística, del 16 de enero de 1967. Gaceta Oficial No. 9021.

Ley No. 186 sobre la zona de mar territorial de la República Dominicana, del 13 de septiembre de 1967. Gaceta Oficial No. 9052.

Ley No. 194 que establece un impuesto de un 3% sobre las apuestas en los bancos y pool de los hipódromos de la República, del 19 de octubre de 1967. Gaceta Oficial No. 9058.

Ley No. 161 que agrega un párrafo a la ley No. 5432, citada, del 23 de mayo de 1967. Gaceta Oficial No. 9036.

Ley No. 281 que modifica el artículo I de la ley No. 194 citada recedentemente del 5 de abril del año 1968. Gaceta Oficial No. 9076.

Ley No. 305 que modifica el artículo 49 de la ley No. 1474 sobre vías de comunicación de fecha 23 de febrero de 1938, y lleva hasta 60 metros de la faja marítima, del 30 de abril de 1968. Gaceta Oficial No. 9082.

Ley No. 244 que crea una Reserva Forestal con el nombre de “Zona vedada Los Haitises”, del 10 de enero de 1968. Gaceta Oficial No. 9069.

Ley No. 389 que designa con el nombre de “Aeropuerto Internacional de las Américas”, el aeropuerto ubicado en Punta Caucedo, Distrito Nacional, del 18 de diciembre de 1968. Gaceta Oficial No. 9117.

Ley No. 3188 sobre Patrimonio Cultural de la Nación, del 23 de mayo de 1968. Gaceta Oficial No. 9068.

Ley No. 505 de Aeronáutica Civil, del 11 de septiembre de 1969. Gaceta Oficial No. 9165.

Ley No. 492 que declara Ciudad Colonial de Santo Domingo de Guzmán, la zona declarada por decreto No. 1650, del 13 de septiembre de 1967, y dicta otras disposiciones, del 27 de octubre de 1969. Gaceta Oficial No. 9162.

Ley No. 541, Orgánica de la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo, del 31 de diciembre de 1969. Gaceta Oficial No. 9173.

Ley No. 542, Orgánica Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo, del 31 de diciembre de 1969. Gaceta Oficial No. 9194.

Ley No. 590 que deroga la ley No. 1350 del 23 de julio de 1937, que prohíbe otorgar arrendamientos, concesiones u otros derechos sobre islas, islotes o cayos adyacentes al territorio de la República, del 2 de julio de 1970. Gaceta Oficial No. 9191.

Ley No. 594 que establece un impuesto interno de un 5% sobre habitaciones de hoteles de que excedan el valor de RD\$5.00, del 27 de julio de 1970. Gaceta Oficial No. 9194.

Ley No. 95 que declara Parque Nacional una zona de la ciudad de Puerto Plata, de 11 de marzo de 1971. Gaceta Oficial No. 9217.

Ley No. 153 de Promoción e Incentivo del Desarrollo Turístico, del 4 de junio de 1971. Gaceta Oficial No. 9232.

Ley No. 197 que designa con el nombre de “solar de las Américas”, el lugar de la Provincia en que estuvo enclavada “La Isabela”, primera ciudad fundada por los españoles en el Nuevo Mundo, del 21 de septiembre de 1971. Gaceta Oficial No. 9241.

Ley No. 221 sobre incentivo a la industria y actividad artesanal, del 18 de noviembre de 1971. Gaceta Oficial No. 9246.

Ley No. 123 que prohíbe la extracción de los componentes de la corteza terrestre llamados arenas, gravas, gravilla y piedra, del 10 de mayo de 1971. Gaceta Oficial No. 9225.

Ley No. 318 que crea el Museo del Hombre Dominicano, del 26 de abril de 1972. Gaceta Oficial No. 9266.

Ley No. 340 que modifica el párrafo del artículo 1ro., de la ley No. 221, del 18 de noviembre de 1971, citada, del 29 de mayo de 1972. Gaceta Oficial No. 9268.

Ley No. 564 para la protección y preservación de los objetos etnológicos y arqueológicos nacionales, del 27 de septiembre de 1973. Gaceta Oficial No. 9315.

Ley No. 580 que crea el Museo de las Casas Reales, del 18 de octubre de 1973. Gaceta Oficial No. 9318.

Ley No. 654 que declara zona reservada o parque nacional, el Cabo Francés Viejo y su adyacente playa El Bretón, en la costa norte del territorio nacional, del 2 de mayo de 1974. Gaceta Oficial No. 9335.

Ley No. 664 que declara zona reservada o parque nacional la Isla Cabritos del Lago Enriquillo, Provincia Independencia, del 14 de mayo de 1974. Gaceta Oficial No. 9336.

Ley No. 719 que establece que los permisos de construcciones para cualesquiera edificaciones dentro de la zona declarada de prioridad turística e interés público en la costa norte del país, deberán estar acompañados de un estudio de subsuelo, del 6 de agosto de 1974. Gaceta Oficial No. 9345.

Ley No. 67 que crea la Dirección Nacional de Parques, del 11 de noviembre de 1974. Gaceta Oficial No. 9349.

Ley No. 116 que establece un impuesto de RD\$2.00 diarios por cada habitación de moteles, paradores, apartahoteles y otros establecimientos similares, con iguales fines, del 13 de enero de 1975. Gaceta Oficial No. 9359.

Ley No. 256 que establece los mecanismos necesarios para la planificación y control del desarrollo de toda zona denominada “Polo Turístico de Puerto Plata o Costa de Ámbar”, del 13 de enero de 1975. Gaceta Oficial No. 9359.

Ley No. 409 que modifica los artículos 1,4 y 5 de la ley No. 244, citada, del 3 de junio de 1976. Gaceta Oficial No. 9403.

Ley No. 853 que concede a varias empresas hoteleras exoneraciones impositivas, incluyendo permisos para la operación de centros nocturnos de diversión y lícito entretenimiento, del 21 de julio de 1978. Gaceta Oficial No. 9486.

Ley No. 8 sobre Comisión Aeroportuaria, del 17 de septiembre de 1978. Gaceta Oficial No. 9489.

Ley No. 861 sobre Inversión Extranjera, del 22 de julio de 1978. Gaceta Oficial No. 9487.

Ley No. 915 que reglamenta el uso y el destino que los beneficiarios pudieran dar a los combustibles y bebidas alcohólicas introducidas al país por concesiones de cualquier naturaleza, del 8 de agosto de 1978.

Ley No. 84 que convierte la Dirección Nacional de Turismo e Información en Secretaría de Estado de Turismo, del 26 de diciembre de 1979. Gaceta Oficial No. 95.

Ley No. 241 que declara zona turística a la provincia de Montecristi y declara monumento histórico, la casa donde fue firmado el manifiesto de Máximo Gómez y José Martí, del 29 de mayo de 1984. Gaceta Oficial No. 9650.

Ley No. 250 que crea el Fondo de Bienestar Social de Trabajadores Hoteleros y Gastronómicos, del 12 de diciembre de 1984. Gaceta Oficial No. 9651.

Ley No. 304 que extiende la aplicación del ITBI a los hoteles, del 29 de septiembre de 1985. Gaceta Oficial No. 9670.

Ley No. 71 que dispone que para fines de la presentación y pago de impuesto sobre la renta, las personas físicas o morales, así como, las sucesiones indivisas que inviertan o reinviertan parte o la totalidad de sus rentas o utilidades, acogiéndose a las distintas leyes de incentivos fiscales, no podrán exceder anualmente por el conjunto de tales incentivos, del 50% de su renta neta imponible, del 10 de diciembre de 1986. Gaceta Oficial No. 9701.

Ley No. 105 por medio de la cual se hace una advertencia al tráfico, posesión y consumo de drogas, del 3 de diciembre de 1987. Gaceta Oficial No. 9724.

Ley No. 139 que extiende la aplicación del ITBI a los Rent-Car, del 29 de diciembre de 1987. Gaceta Oficial No. 9724.

Ley No. 2 que modifica el artículo 6 de la ley No. 199, citada, modificado a su vez por las leyes Nos. 270, 51, 8 y 43, de fecha 27 de junio y 9 de noviembre de 1966, 9 de septiembre de 1974 y 25 de abril de 1979, del 12 de enero de 1988. Gaceta Oficial No. 9726.

Ley No. 96, mediante la cual se permite la importación, instalación, operación y funcionamiento de máquinas tragamonedas u otros artefactos mecánicos o eléctricos, destinados a juego de azar, del 31 de diciembre de 1988.

Ley No. 10-96 del 9 de septiembre de 1996, que modifica los Artículos 1 y 2 de la Ley No. 116 del 1975 (impuesto diario a los hoteles, moteles, apartahoteles, etc.)

Ley No. 141-97 del 24 de junio de 1997, que declara de interés nacional la reforma de las empresas que integran la Corporación Dominicana de Empresas Estatales, la Corporación Dominicana de Electricidad, Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y el Consejo Estatal del Azúcar. Crea la Comisión de Reforma de las Empresas Pública.

Ley No. 158-01 del 9 de octubre del 2001, que establece la Ley de Fomento al Desarrollo Turístico para los polos de escaso desarrollo y nuevos polos en provincias y localidades de gran potencialidad y se crea el Fondo Oficial de Promoción Turística.

Ley No. 77-02 del 19 de julio del 2002, que declara la provincia de Hato Mayor como Provincia Eco Turística.

Ley No. 184-02 del 23 de noviembre del 2002, que modifica la Ley No. 158-01, del 9 de octubre del 2001, sobre Fomento al Desarrollo de Nuevos Polos Turísticos.

Ley No. 175-03 del 11 de noviembre del 2003, que autoriza al Poder Ejecutivo a contratar la Intermediación Financiera hasta la suma de US\$255,000,000.00, para la emisión de Notas de Infraestructura a ser colocadas en el mercado internacional de capitales, en las condiciones favorables para la República, a los fines de ejecutar el proyecto vial Autopista El Coral.

Ley No. 151-04 del 5 de abril del 2004, que declara a la Provincia de San José de Ocoa como “Provincia Ecoturística”.

Ley No. 195-04 del 28 de julio del 2004, que declara la provincia Monseñor Nouel “Provincia Ecoturística” y crea el Consejo de Desarrollo Ecoturístico de la Provincia Monseñor Nouel.

Ley No. 212-04 del 30 de julio del 2004, que declara la Provincia de Barahona “Provincia Ecoturística” y crea el Consejo de Desarrollo Ecoturístico de la Provincia de Barahona (CODEPROBA).

Ley No. 266-04 del 12 de agosto del 2004, que establece como Demarcación Turística Prioritaria el llamado Polo o Área Turística de la Región Suroeste, en las provincias Barahona, Bahoruco, Independencia y Pedernales.

Ley No. 318-04 de fecha 23 de diciembre del 2004, que modifica el párrafo III, del Artículo 1 de la Ley No. 158-01, modificada por la Ley No. 184-02, sobre Fomento al Desarrollo de Nuevos Polos Turísticos.

Ley No. 156-06 del 7 de abril del 2006, que declara la Provincia Elías Piña, como Provincia Ecoturística y crea el Consejo de Desarrollo Ecoturístico de dicha provincia.

Ley No. 40-08 del 16 de enero de 2008, que declara la provincia Juan Sánchez Ramírez, como Provincia Ecoturística e integra el Consejo de Desarrollo Ecoturístico de dicha provincia.

ÍNDICE DE DECRETOS

Decreto No. 63 que declara monumentos nacionales el Baluarte “27 de Febrero”, la Santa Basílica..., del 26 de noviembre de 1930. Gaceta Oficial No. 4306.

Decreto No. 1650, que demarca los límites de la Ciudad Colonial, del 13 de septiembre de 1967. Gaceta Oficial No. 9054.

Decreto No. 947 que constituye el Comité Nacional de Facilitación para la entrada y salida de las aeronaves en rutas internacionales, del 4 de febrero de 1967. Gaceta Oficial No. 9023.

Decreto No. 2536 que declara de interés nacional, el desarrollo de la industria turística en la República Dominicana, del 20 de junio de 1968. Gaceta Oficial No. 9101.

Decreto No. 2755, que dispone la celebración anual de la Semana de Amistad Domínico-puertorriqueña, del 20 de junio de 1968. Gaceta Oficial No. 9111.

Decreto No. 4163 que crea la Oficina de Comercio y Turismo en Madrid, España, del 12 de septiembre de 1969. Gaceta Oficial No. 9158.

Decreto No. 621 que dispone que la oficina de Patrimonio Cultural dependerá directamente del Poder Ejecutivo, del 3 de febrero de 1971. Gaceta Oficial No. 9214.

Decreto No. 661 sobre la organización de certámenes de belleza en la República Dominicana, del 18 de febrero de 1971. Gaceta Oficial No. 9215.

Decreto No. 1309 que crea e integra un comité organizador de la Semana Santa del Turismo, Amistad Domínico Puertorriqueña y Fiestas del Merengue, del 27 de julio de 1971. Gaceta Oficial No. 9240.

Decreto No. 663 del 18 de febrero de 1971, que designa con el nombre de “Costa Ámbar” el litoral norte de la provincia de Puerto Plata, del 18 de febrero de 1971. Gaceta Oficial No. 9215.

Decreto No. 974 que declara de utilidad pública e interés social la adquisición por el Estado de una extensión de terreno para la construcción del aeropuerto de Puerto Plata, del 30 de abril de 1971. Gaceta Oficial No. 9225.

Decreto No. 2125 que establece como demarcación turística prioritaria el llamado Polo de Puerto Plata o Costa de Ámbar, del 3 de abril de 1972. Gaceta Oficial No. 9270.

Decreto No. 2126 que declara de utilidad pública y de interés social la adquisición por el Estado, de varias parcelas destinadas al proceso de desarrollo turístico del Polo de Puerto Plata o Costa de Ámbar, del 3 de abril de 1972. Gaceta Oficial No. 9270.

Decreto No. 2901 que encarga al Banco Central de ejecutar, supervisar y administrar las obras de infraestructura turística a realizarse en las zonas que fueron declaradas de utilidad pública e interés social, mediante el decreto No. 2126, citado, del 8 de noviembre de 1972. Gaceta Oficial No. 9289.

Decreto No. 2330 que dispone que el Gerente de la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo tendrá la supervisión de la administración y funcionamiento de los hoteles del Estado, del 9 de junio de 1972. Gaceta Oficial No. 9273.

Decreto No. 3133, que establece una demarcación turística prioritaria llamada Costa Caribe, del 24 de enero de 1973. Gaceta Oficial No. 9293.

Decreto No. 3134 que declara de utilidad pública e interés social la adquisición por el Estado dominicano de varias parcelas del Distrito Nacional, del 24 de enero de 1973. Gaceta Oficial No. 9293.

Decreto No. 1432 que aprueba los reglamentos contentivos de las normas de aplicación de la ley No. 256 del 30 de octubre de 1975, citada, del 6 de noviembre de 1975. Gaceta Oficial No. 9390.

Decreto No. 600 que prohíbe la captura de careyes y tortugas en las aguas territoriales de la República Dominicana, del 26 de febrero de 1975. Gaceta Oficial No. 9368.

Decreto No. 2729 que dispone la elaboración de un plan de desarrollo turístico en los municipios de Constanza y Jarabacoa, del 9 de febrero de 1977. Gaceta Oficial No. 9434.

Decreto No. 350 que declara Aeropuerto Internacional al aeropuerto de la Romana, del 26 de octubre de 1978. Gaceta Oficial No. 9485.

Decreto No. 268 que declara zona arqueológica las cuevas que contienen arte rupestre pre-colombino, del 3 de octubre de 1978. Gaceta Oficial No. 9485.

Decreto No. 3326 que dispone que las apuestas que se hagan en las salas de juego de los hoteles y otros establecimientos autorizados para esos fines, deberán ser realizadas y liquidadas en dólares norteamericanos, del 24 de febrero de 1978. Gaceta Oficial No. 9464.

Decreto No. 747 que prohíbe la exportación del ámbar, del 19 de marzo de 1979. Gaceta Oficial No. 9498.

Decreto No. 1264 que designa con el nombre de Aeropuerto Internacional de Puerto Plata, al aeropuerto construido en la zona norte del país, del 17 de octubre de 1979. Gaceta Oficial No. 9513.

Decreto No. 2508 que pone a cargo de la Secretaría de Estado de Turismo las estipulaciones de los decretos No. 3133 y 3134, citados, del 17 de junio de 1981. Gaceta Oficial No. 9557.

Decreto No. 394 que autoriza el uso de tarjetas de turismo a los residentes legales en los Estados Unidos de Norteamérica, independientemente de su nacionalidad, del 25 de octubre de 1982. Gaceta Oficial No. 9599.

Decreto No. 3139 que agrega un párrafo al artículo único del decreto No. 1432 del año 1975, citado, del 22 de marzo de 1982. Gaceta Oficial No. 9575.

Decreto No. 960 que autoriza el uso de tarjetas de turismo a los nacionales de Brasil, Paraguay, Austria, Mónaco, Portugal, Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Dominica, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas y Trinidad-Tobago, del 8 de abril de 1983. Gaceta Oficial No. 9610.

Decreto No. 1667 que declara el día 20 de diciembre de cada año como “Día de Turismo”, del 19 de diciembre de 1983. Gaceta Oficial No. 9628.

Decreto No. 1483 que crea e integra una comisión encargada de regular los negocios dedicados a la recreación y expendio de comidas y bebidas, del 17 de octubre de 1983. Gaceta Oficial No. 9624.

Decreto No. 2119 que establece la tarifa de transporte turístico de pasajeros para ser aplicada en Santo Domingo, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Decreto No. 3327 que establece como demarcación turística prioritaria el llamado polo o área turística de Barahona, del 19 de septiembre de 1985. Gaceta Oficial No. 9670.

Decreto No. 479 que establece como demarcación turística prioritaria el llamado polo turístico Macao/Punta Cana, localizado en la zona Este del país, del 15 de diciembre de 1986. Gaceta Oficial No. 9700.

Decreto No. 219 que aprueba la Resolución de la Comisión Aeroportuaria No. 3704, del 11 de septiembre de 1986, que establece un cargo de RD\$15.00 a ser pagados por cada pasajero nacional o extranjero, del 17 de septiembre de 1986. Gaceta Oficial No. 9695.

Decreto No. 649 que declara Parque Nacional un área del mar Caribe con el nombre de “Parque Submarino La Caleta”, del 25 de septiembre de 1986. Gaceta Oficial No. 9695.

Decreto No. 649 que declara de utilidad pública e interés social la adquisición por el Estado dominicano de varias porciones de terreno en el municipio de Barahona, para ser destinado a la construcción de un Aeropuerto Internacional en esta ciudad, del 30 de julio de 1986. Gaceta Oficial No. 9690.

Decreto No. 81 que autoriza el uso de tarjeta de turismo a nacionales de la República de Irlanda, del 1ro. de febrero de 1986. Gaceta Oficial No. 9679

Decreto No. 189 que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano, a los residentes legales en Venezuela, cualquiera que fuere su nacionalidad, del 15 de abril de 1987. Gaceta Oficial No. 9708.

Decreto No. 226 que aprueba planes y reglamentos turísticos para la región Suroeste del país, del 27 de abril de 1987. Gaceta Oficial No. 9708.

Decreto No. 331 que establece que a partir de la entrada en vigencia del presente decreto, todas las personas nacionales o extranjeras que viajen al exterior, por vía marítima, pagarán al salir de territorio nacional un cargo por el uso de los servicios, instalaciones y facilidades de los puertos del país, del 23 de junio de 1987. Gaceta Oficial No. 9713.

Decreto No. 154 que autoriza el uso de tarjeta de turismo a los residentes legales en Canadá, independientemente de su nacionalidad, del 28 de marzo de 1987. Gaceta Oficial No. 9707.

Decreto No. 168 que autoriza la impresión de 500,000 tarjetas de turistas, del 7 de abril de 1988.

Decreto No. 26 que autoriza la impresión de 500,000 tarjetas de turistas, del 18 de enero de 1989. Gaceta Oficial No. 9752.

Decreto No. 140 que autoriza el uso de la tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano a los nacionales de la República Federal de Alemania, del 9 de abril del año 1989.

Decreto No. 356 que autoriza la impresión de 500,000 tarjetas de turistas, del 8 de septiembre de 1989.

Decreto No. 153-90 del 20 de abril de 1990, que autoriza la impresión de un millón (1,000.00) de tarjetas para turistas del valor de RD\$10.00. II

Decreto No. 185-90 del 22 de mayo de 1990, que autoriza a varias personas y empresas a utilizar franjas marinas.

Decreto No. 208-90 del 6 de junio de 1990, que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales de la República Democrática Alemana, Checoslovaquia y Hungría.

Decreto No. 211-90 del 9 de junio de 1990, que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano, a los residentes legales en la República Federal de Alemania, sin importar su nacionalidad.

Decreto No. 226-87 del 27 de julio de 1987, que aprueba los Planes y Reglamentos Turísticos de la Zona Suroeste del país (reproducción).

Decreto No. 292-90 del 19 de agosto de 1990, que designa al Lic. Andrés Vanderhotst, Secretario de Estado de Turismo.

Decreto No. 476-90 del 23 de noviembre de 1990, que modifica el Art. 2 del Decreto No. 51-89 del 6 de febrero de 1989, sobre el pago de valores por expedición de visas.

Decreto No. 480-90 del 26 de noviembre de 1990, que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano a los nacionales de la República de San Marino.

Decreto No. 481-90 del 26 de noviembre de 1990, que autoriza el uso de la tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano a los residentes legales en Italia y Holanda, sin importar su nacionalidad.

Decreto No. 517-90 del 19 de diciembre de 1990, que autoriza el uso de la tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano a los nacionales de las Antillas Holandesas.

Decreto No. 526-90 del 26 de diciembre de 1990, que autoriza el uso de la tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano a los residentes legales en Portugal, España, Francia, Grecia, Gran Bretaña, Irlanda y Dinamarca.

Decreto No. 121-91 del 25 de marzo de 1991, que autoriza a varias personas físicas o morales a desarrollar proyectos turísticos en distintos puntos del país.

Decreto No. 215-91 del 4 de junio de 1991, que declara Puerto Turístico, la ensenada de Luperón.

Decreto No. 251-91 del 30 de junio de 1991, que modifica el Art. 1 del Decreto No. 215-91 del 4 de junio de 1991.

Decreto No. 259-91 del 5 de julio de 1991, que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales del Principado de Andorra.

Decreto No. 260-91 del 5 de julio de 1991, que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales de Polonia, Rumania, Yugoslavia, Bulgaria y Albania.

Decreto No. 289-91 del 8 de agosto de 1991, que autoriza una impresión de tarjetas de turistas.

Decreto No. 322-91 del 21 de agosto de 1991, que designa Polo Turístico IV Ampliado de la Región Sur, al denominado “Polo de la Región Suroeste”, que comprende las provincias de Barahona, Bahoruco, Independencia y Pedernales.

Decreto No. 34-92 del 28 de enero de 1992, que declara de interés nacional la celebración en el país del Congreso de la Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina (COTAL), durante los días 17 al 22 de mayo del año en curso.

Decreto No. 135-92 del 24 de abril de 1992, que autoriza el uso para el atracamiento de buques turísticos de recreo o placer y desembarque en la Isla Catalina.

Decreto No. 138-92 del 29 de abril de 1992, que declara “Zona bajo Protección de la Oficina de Patrimonio Cultural”, una parte de la Ciudad de San Pedro de Macorís.

Decreto No. 146-92 del 6 de mayo de 1992, que incorpora al Jefe de Estado Mayor de la Marina de Guerra, al Art. 3 del Decreto No. 135-92.

Decreto No. 239-92 del 27 de julio de 1992, que integra la Comisión para el estudio de propuestas de Inversión y Desarrollo de Samaná y áreas aledañas, que tendrá a cargo la organización, depuración y regularización de dicha zona, creada mediante el Decreto No. 405-87 del 4 de agosto de 1987.

Decreto No. 241-92 del 28 de julio de 1992, que autoriza el uso de tarjetas de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales de la Conferencia Helvática (Suiza).

Decreto No. 269-92 del 4 de septiembre de 1992, que autoriza el uso de tarjetas de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales de los Estados de Eslovenia, Croacia y Aruba.

Decreto No. 331-92 del 5 de noviembre de 1992, que autoriza una impresión de tarjetas para turistas.

Decreto No. 346-92 del 18 de noviembre de 1992, que designa al Ing. Milton Ginebra, Secretario de la Comisión creada mediante el Decreto No. 405-87 del 4 de agosto de 1987, e incorpora a los Señores Arq. Eugenio Miranda Soto y al Capitán, E.N., Antonio Dante Castillo, a dicha Comisión, respectivamente.

Decreto No. 9-94 del 24 de enero de 1994, que autoriza una emisión de tarjetas de turistas.

Decreto No. 13-94 del 27 de enero de 1994, que crea e integra la Comisión Asesora y Coordinadora de Asuntos Turísticos del país.

Decreto No. 91-94 del 31 de marzo de 1994, que declara la provincia de Samaná como Polo Turístico.

Decreto No. 135-94 del 26 de abril de 1994, que autoriza el uso de tarjetas de turistas para viajar a territorio dominicano, a los nacionales de la República de Italia.

Decreto No. 290-94 del 28 de septiembre de 1994, que autoriza una impresión de tarjetas para turistas. Modifica el Decreto No. 9-94.

Decreto No. 82-95 del 28 de marzo de 1995, que autoriza una emisión de sellos postales con la denominación Serie Turismo: Aeropuerto Las Américas, Aeropuerto La Unión, Aeropuerto de Barahona, Terminal Turística Puerto de San Soucí.

Decreto No. 89-95 del 5 de abril de 1995, que autoriza la impresión de tarjetas para turistas, del valor de 10 dólares.

Decreto No. 113-95 del 17 de mayo de 1995, que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales de la Federación Rusa.

Decreto No. 177-95 del 3 de agosto de 1995, que declara polo o área turística de la provincia Peravia, la zona costera comprendida entre la desembocadura de los Ríos Nizao y Ocoa.

Decreto No. 110-96 del 25 de marzo de 1996, que autoriza el uso de tarjeta de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales y residentes legales del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte.

Decreto No. 113-96 del 3 de abril de 1996, que autoriza el uso de tarjetas de turismo para viajar a territorio dominicano, a los nacionales del Reino de Dinamarca.

Decreto No. 114-96 del 7 de abril de 1996, que deroga el Artículo 3 del Decreto No. 73-95, que declara de utilidad pública una extensión de terreno en Gaspar Hernández, propiedad del Proyecto Turístico “Torre Vista Mar”.

Decreto No. 212-96 del 21 de junio de 1996, establece que a partir del 1 de julio de 1996, el 50 por ciento de los ingresos que se generen por concepto de la aplicación de las tasas y derechos aeronáuticos por los pasajeros transportados por las líneas aéreas en vuelos no regulares o charters, serán destinados a un fondo mixto a ser administrados por el Estado y la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes.

Decreto No. 213-96 del 21 del junio de 1996, que autoriza al presidente o a un representante de la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes, a participar en las reuniones y deliberaciones de la Junta de Aeronáutica Civil.

Decreto No. 214-96 del 21 de junio de 1996, que pospone hasta el 31 de diciembre de 1996, que el cobro de la tarjeta de turismo a los ciudadanos británicos que visiten el país.

Decreto No. 279-96 del 22 de julio de 1996, que establece el Reglamento del Fondo Mixto para la Promoción Conjunta de la Imagen de la República Dominicana en el Exterior.

Decreto No. 345-96 del 16 de agosto de 1996, que nombra al Lic. Félix Jiménez, Secretario de Estado de Turismo.

Decreto No. 426-96 del 9 de septiembre de 1996, que autoriza a los señores Virgilio González Marte y Edelmira de Vargas Castro de Tosato, a cambiar el uso de suelo de sendas parcelas en Puerto Plata y Bahoruco.

Decreto No. 475-96 del 28 de septiembre de 1996, dispone que la Secretaría de Estado de Turismo administrará el Fondo Mixto creado por el Decreto No. 212-96. Deroga el Decreto 212-96 y el 279-96.

Decreto No. 89-97 del 18 de febrero de 1997, dispone que el Secretario de Estado de Turismo será miembro del Patronato de la Ciudad Colonial de Santo Domingo.

Decreto No. 318-97 del 22 de julio de 1997, que integra la Comisión de Reforma de las Empresas Públicas.

Decreto No. 319-97 del 22 de julio de 1997, que crea varios parques nacionales y la Reserva Científica Natural Loma de Guaconejo; confirma la creación de los parques nacionales Nalga de Maco y Sierra Prieta; declara como Reservas de Biosfera La Hoya Enriquillo y la Bahía de Samaná, las cuales deberán ser manejadas como parques nacionales; establece nuevamente los límites de Los Haitises; ratifica los límites de los parques nacionales Monte Cristi y Sierra de Bahoruco, asignados por Decretos Nos. 155-86 y 156-86. Deroga los Decretos Nos. 221-95, 309-95, 233-96, 295-95, 479-86 y 81-93. Modifica el Decreto No. 1315 del 1983 en lo que se refiere a las Reservas Científicas Valle Nuevo, Lagunas Redonda y Limón, Laguna Cabral y Loma Isabel de Torres, las cuales se denominarán parques nacionales. Deroga los Arts. 1 y 2 y su párrafo del Decreto No. 16-

93, y dispone que el resto de este decreto, que designó Polo Turístico a la Región Noroeste, se deja en vigencia.

Decreto No. 394-97 del 10 de septiembre de 1997, que crea e integra una Comisión Especial para que reciba las observaciones y comentarios que se le someta por escrito en relación al Decreto No. 319-97, la cual posteriormente formulará sus recomendaciones al Poder Ejecutivo. Suspende temporalmente la ejecución de dicho decreto.

Decreto No. 30-98 del 29 de enero de 1998, que modifica el Artículo 3 del Decreto No. 322-91 del 21 de agosto de 1991, sobre el Polo Turístico IV Ampliado de la Región Suroeste, para que las funciones de supervisión y control de desarrollo del referido polo, puestas a disposición del Banco Central, sean traspasadas y encargadas a la Secretaría de Estado de Turismo.

Decreto No. 395-98 del 27 de octubre de 1998, que declara de utilidad pública e interés social dos porciones de terreno en San Cristóbal, consistentes en el Hotel San Cristóbal y sus anexidades, para ser destinadas a establecer el Instituto de Formación Turística del Caribe.

Decreto No. 396-98 del 27 de octubre de 1998, que crea el Instituto de Formación Turística del Caribe, adscrito a la Secretaría de Estado de Turismo.

Decreto No. 28-99 del 29 de enero de 1999, que nombra al señor José A. Santana, Subsecretario de Estado de Turismo para la Zona Sur.

Decreto No. 74-99 del 24 de febrero de 1999, mediante el cual se unifica el mandato de negociaciones comerciales internacionales en la Comisión Nacional de Negociaciones Comerciales, institución ésta a través de la cual el Presidente de la República ejercerá lo dispuesto en el numeral 6 del Art. 55 de la Constitución de la República Integra a esta comisión, de pleno derecho, a la Secretaría de Estado de Turismo, Dirección General de Aduanas, Oficina del Ordenador Nacional de Lome IV y a las Oficinas para la Promoción de Inversiones Extranjeras. Integra además la Comisión Nacional de la Organización Mundial del Comercio y la Comisión Nacional de Lomé IV Deroga los Arts. 4 y 6 del Decreto No.493-96 y el Decreto No.141-95.

Decreto No. 196-99 del 4 de mayo de 1999, que amplía el Polo Turístico No.8, creado mediante Decreto No.177-95, a fin de incluir en el mismo todas las demarcaciones y delimitaciones del municipio de Palenque, de la provincia de San Cristóbal y todo el litoral marino de la provincia de Azua.

Decreto No. 197-99 del 4 de mayo de 1999, que declara Polos o Areas Turísticas en todas sus demarcaciones y delimitaciones la provincia de Azua de Compostela, el cual estará incluido dentro del Polo Turístico No. 8.

Decreto No. 199-99 del 4 de mayo de 1999, mediante el cual se declaran Polos o Áreas de Interés Turísticos los municipios de Nagua y Cabrera, de la provincia María Trinidad Sánchez.

Decreto No. 468-99 del 28 de octubre de 1999, que traspasa a la Secretaría de Estado de Turismo, las instalaciones del Teleférico de Puerto Plata, que actualmente se encuentran a cargo de la Secretaría de Estado de Obras Públicas y Comunicaciones.

Decreto No. 436-00 del 16 de agosto del 2000, que nombra al señor Ramón Alfredo Bordas, Secretario de Estado de Turismo.

Decreto No. 1111-00 del 7 de noviembre del 2000, que autoriza a la empresa norteamericana Looking Glass Marine, a operar los servicios de cabotaje de transporte de pasajeros en la ruta La Romana-Isla Catalina-La Romana, mediante el uso del Submarino Turístico Looking Glass (LG – 50).

Decreto No. 1301-00 del 21 de diciembre del 2000, que crea la Dirección General de la Policía de Turismo (POLITUR)

Decreto No. 99-01 del 18 de enero del 2001, dispone que a partir de la fecha, el cincuenta por ciento de los ingresos que se generen por concepto de la aplicación de las tasas y derechos aeronáuticos por pasajeros transportados por las líneas aéreas en vuelos regulares y no regulares, y el 50% de los ingresos que se generen por concepto de la tarjeta de turismo, será destinado a engrosar el Fondo Mixto para la Promoción de la Imagen de la República Dominicana en el Exterior.

Decreto No. 902-01 del 31 de agosto del 2001, que declara de alto interés público y social, para el Estado Dominicano, la creación de la Escuela Nacional de Turismo (ENATUR), adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo.

Decreto No. 373-01 del 19 de marzo del 2001, que declara a la Provincia de Puerto Plata, como Polo de Desarrollo Cultural-Turístico.

Decreto No. 603-01 del 6 de junio del 2001, que autoriza el uso de la Isla Cabras, próxima a la Provincia de Montecristi, República Dominicana, para el atracamiento transitorio de buques turísticos de recreo o placer y desembarque.

Decreto No. 1125-01 del 20 de noviembre del 2001, que establece el Reglamento de aplicación de la Ley 158-01, sobre el Fomento al Desarrollo Turístico para los polos de escaso desarrollo y nuevos polos en provincias y localidades de gran potencialidad y crea el Fondo Oficial de Promoción Turística.

Decreto No. 1185-01 del 14 de diciembre del 2001, que ratifica la incorporación a la Carrera Administrativa, de las Secretarías de Estado de Interior y Policía, Industria y

Comercio, Turismo y Deportes, Educación Física y Recreación, con sus respectivas dependencias institucionales, conforme a las leyes de su creación.

Decreto No. 74-02 del 29 de enero de 2002, que establece el Segundo Reglamento de Aplicación de la Ley 158-01, sobre el Fomento al Desarrollo Turístico para los polos de escaso desarrollo y nuevos polos en Santiago y La Altagracia. Exime por 10 años del Impuesto sobre la Renta las operaciones laterales propiamente dichas en las citadas provincias.

Decreto No. 129-02 del 11 de febrero de 2002, que faculta a las personas que sean nacionales de varios países, para ingresar a la República Dominicana con Tarjetas de Turismo, a los nacionales de Bolivia, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras y El Salvador.

Decreto No. 511-02 del 3 de julio de 2002, que deroga los decretos 260-91 del 5 de julio de 1991 y 129-02 del 11 de febrero de 2002, que autorizaba el ingreso al territorio dominicano con tarjeta de turismo a los nacionales de Bulgaria, Albania, Polonia, Yugoslavia y Rumanía; y de Bolivia, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras y El Salvador, respectivamente. Autoriza el uso de tarjetas de turismo para ingresar a la República Dominicana, a los nacionales de Polonia, Yugoslavia, Bolivia, Costa Rica, Guatemala, Honduras y El Salvador, únicamente con fines turísticos.

Decreto No. 826-02 del 14 de octubre de 2002, que integra el Consejo de Desarrollo Ecoturístico de la provincia Hato Mayor.

Decreto No. 849-02 del 21 de octubre de 2002, que crea una Comisión que estará encargada de fiscalizar y supervisar que todos los puertos de territorio nacional se encuentren en óptimas condiciones de facilidades, limpieza y ornato para el recibimiento del turismo proveniente de cruceros.

Decreto No. 977-02 del 31 de diciembre de 2002, que crea las Zonas Francas Comerciales en los hoteles y centros turísticos de la República Dominicana.

Decreto No. 346-03 del 8 de abril del 2003, que deroga el Decreto No. 180-00, del 28 de abril de 2000, que autorizaba al Proyecto Turístico Orchid Bay y a los señores Antonio Prats Ventós y Rosa María García de Prats, a hacer uso de los 60 metros de la franja marina, en Cabrera-Nagua y San Pedro de Macorís, respectivamente.

Decreto No. 443-03 del 1ero. de mayo del 2003, que crea e integra una comisión para el estudio de la propuesta del Sr. Pierre Fehlmann para el realce de la imagen del país mediante la realización de un evento deportivo de alta competencia único en el mundo.

Decreto No. 447-03 del 1ero. de mayo del 2003, que declara al turismo Prioridad Nacional y Política de Estado.

Decreto No. 448-03 del 1ero. de mayo del 2003, que crea e integra la Oficina Nacional de Promoción Turística con Autonomía Financiera y dependiente de la Secretaría de Estado de Turismo.

Decreto No. 496-03 del 16 de mayo del 2003, que crea el Instituto Militar de Estudios Superiores y Aeronáuticos (IMESA), como una dependencia de la Fuerza Aérea Dominicana, el cual será el organismo rector del que dependerán todas las escuelas militares y técnicas implementadas y por crearse en dicha institución.

Decreto No. 610-03 del 20 de junio del 2003, que deroga el Decreto No. 346-03 del 8 de abril del 2003.

Decreto No. 812-03 del 20 de agosto de 2003, que establece el Reglamento para Transporte Turístico Terrestre de Aventura (SEP SAFARI).

Decreto No. 813-03 del 20 de agosto del 2003, que establece el Reglamento de Clasificación y Normas de los Tiendas de Regalos (GIFT SHOP).

Decreto No. 814-03 del 20 de agosto del 2003, que establece el Reglamento para el Negocio de Alquileres de Vehículos.

Decreto No. 815-03 del 20 de agosto del 2003, que establece el Reglamento de Clasificación y Normas de las Agencias de Viajes.

Decreto No. 816-03 del 20 de agosto del 2003, que establece el Reglamento de Clasificación y Normas para Restaurantes.

Decreto No. 817-03 del 20 de agosto del 2003, que establece Reglamento para el Transporte Terrestre Turístico de Pasajeros.

Decreto No. 818-03 del 20 de agosto del 2003, que establece el Reglamento Normativo del Funcionamiento de los Establecimientos Hoteleros.

Decreto No. 820-03 del 20 de agosto 2003, que establece el Reglamento de Agricultura Orgánica.

Decreto No. 1025-03 del 24 de octubre del 2003, que declara de alto interés turístico, social y cultural, el XXXIII Foro Leonístico Latinoamericano y del Caribe (FOLAC), que tendrá como sede la ciudad de Santo Domingo, Primada de América, durante los días 14 al 17 de enero del año 2004.

Decreto No. 1027-03 del 24 de octubre del 2003, que autoriza a la empresa Hernández Realty, S. A., a construir, instalar o colocar 8 kiosco de cana frente a la playa de Guayacanes, ubicada dentro de una parcela en San Pedro de Macorís, para el expendio de artículos comestibles o de consumo general.

Decreto No. 1072-03 del 20 de noviembre del 2003, que autoriza a la empresa Hotelera Natura, S. A., a usar 10 mts² dentro de la franja marítima-terrestre de varias parcelas ubicadas en el municipio de Higüey, La Altagracia.

Decreto No. 593-04 del 5 de julio de 2004, que deroga el Decreto No. 1432, del 6 de noviembre de 1975.

Decreto No. 752-04 del 5 de agosto de 2004, que modifica los Artículos 2 y 3 del Decreto No. 447-03, del 1ro. de mayo de 2003.

Decreto No. 785-04 del 9 de agosto de 2004, que aprueba el Reglamento del Consejo Superior de Turismo (CONSETUR).

Decreto No. 861-04 del 16 de agosto de 2004, que designa al Lic. Félix Jiménez Jiménez, Secretario de Estado de Turismo.

Decreto No. 1083-04 del 3 de septiembre de 2004, que crea el Gabinete Turístico, presidido por el señor Presidente de la República y compuesto por: Secretario de Turismo, fungiendo como Secretario de Gabinete, Secretario de Obras Públicas y Comunicaciones, Secretario de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretario de Estado de Salud Pública y Asistencia Social, Secretario de Estado de Cultura, Director Ejecutivo del Instituto Nacional de Agua Potables y Alcantarillados y el Presidente de la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES).

Decreto No. 1545-04 del 3 de diciembre de 2004, que deroga los Decretos Nos. 924-00, 207-03, 228-03 y 229-03 y deja sin efecto el Art. 2 del Decreto No. 1016-00.

Decreto No. 15-05 del 31 de enero de 2005, crea e integra la Comisión Nacional de Salud y Turismo (CONSATUR), la cual tiene como objeto implementar el desarrollo del Plan Nacional de Salud y Turismo.

Decreto No. 13-06 del 18 de enero de 2006, que integra una Comisión Negociadora para realizar los trabajos de la incorporación de una compañía aérea dominicana.

Decreto No. 188-06 del 2 de mayo de 2006, que otorga el nombramiento de Servidores Públicos de Carrera (SPC) a varios empleados de la Tesorería Nacional, la Secretaría de Estado de Turismo y de la Industria Nacional de la Aguja.

Decreto No. 221-06 del 2 de junio de 2006, que establece varios parámetros de construcción para las edificaciones o proyectos turísticos a desarrollar en el área del Malecón de la ciudad de Puerto Plata.

Decreto No. 532-06 del 2 de noviembre de 2006, que crea un patronato que tendrá como objetivo controlar el desarrollo ordenado del Corredor Turístico del Este, entre Juanillo y Ubero Alto.

Decreto No. 559-06 del 21 de noviembre de 2006, que dispone todo proyecto turístico o de otra índole ubicado en zonas turísticas del territorio nacional, deberá obtener, como requisito previo a su desarrollo y operación, un documento denominado “Certificado de Uso de Suelo (CUS), el cual será expedido por la Secretaría de Estado de Turismo.

Decreto No. 278-07 del 22 de mayo de 2007, que otorga el nombramiento de Servidores Públicos de Carrera, a varios empleados de la Oficina Nacional de Administración Pública, de la Contraloría General de la República, de la Secretaría de Estado de Hacienda, de la Dirección General de Contabilidad Gubernamental y de la Secretaría de Estado de Turismo.

Decreto No. 307-07 del 13 de junio de 2007, que establece el Reglamento Normativo de Paradores Turísticos.

Decreto No. 613-07 del 23 de octubre de 2007, que autoriza el uso de tarjeta de turista, para viajar a territorio dominicano, a los nacionales de las Repúblicas de Islandia, Malta, Singapur, Sultanato Islámico de Brunei y de la República de Chipre.

Decreto No. 690-07 del 18 de diciembre de 2007, autoriza que los nacionales de Andorra, Bahrein, Belice, Bostwana, Brunei, Chipre, Emiratos Árabes Unidos, Estonia, Fiji, Granada, Guayana, Isla Bouvet, Islandia, Islas Heard y McDonald, Islas Marianas del Norte, Islas Marshall, Islas Salomón, Kazajstán, Kiribati, Kuwait, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Micronesia, Malasia, Malta, Mauricio, Namibia, Nauru, Qatar, República de Sudáfrica, Rumania, Samoa, Seychelles, Singapur, Tailandia, Tonga, Turquía, Tuvalu y Vanuatu, visiten la República Dominicana con el simple uso de la tarjeta de turismo.

Decreto No. 691-07 del 18 de diciembre de 2007, que autoriza que los nacionales de países en capacidad de ingresar legalmente a los Estados Unidos de América, a la Unión Europea, a Canadá y a Gran Bretaña, ingresen igualmente a la República Dominicana con la simple presentación de la tarjeta de turismo.

Decreto No. 293-08 del 16 de agosto de 2008, que nombra al Lic. Francisco Javier García, como Secretario de Estado de Turismo

Decreto No. 341-08 del 20 de agosto de 2008, que nombra a los señores Virgilio Cedano Cedano y Gómez Bueno, E. N., como Director de la Dirección General de la Policía Turística (POLITUR).

Decreto No. 537-08 del 12 de septiembre de 2008, que deroga el Art. 1 del Decreto No.504-08, de fecha 9 de septiembre de 2008. II 10487

Decreto No. 747-08 del 13 de noviembre de 2008, que establece un nuevo parámetro de construcción en el Proyecto Residencial Comercial Boungevillia, en Sosúa, Puerto Plata,

dentro de la Urbanización La Multa, dentro de la parcela No. 1-Ref.-66, D. C. No. 2, de la ciudad de Puerto Plata.

Decreto No. 835-08 del 12 de diciembre de 2008, que modifica el Art. 26 del Decreto No. 1125-01, que estableció el Reglamento de Aplicación de la Ley No. 158-01, sobre el Fomento de Desarrollo Turístico.

Decreto No. 847-09 del 14 de noviembre de 2009, que aprueba el Plan de Ordenamiento Territorial Turístico, (POTT) del Distrito Municipal de Cabaret, elaborado por la Secretaría de Estado de Turismo.

Decreto No. 127-09 del 14 de febrero de 2009, que crea el Reglamento Normativo de Salas de Masajes, de orden público y de carácter obligatorio en todo el territorio nacional, para regular todos aquellos establecimientos que presten servicios de masajes en hoteles, áreas de playa y/o zonas declaradas como turísticas.

Decreto No. 178-09 del 10 de marzo de 2009, que instruye al Gabinete de Inversión para Proyectos Estratégicos, a iniciar las gestiones interinstitucionales para la creación de un Comité para la Implementación de un Sistema de Atención Integral Unificado para la Inversión Turística.

Decreto No. 244-09 del 20 de marzo de 2009, crea el Fondo para la Promoción de la Oferta Exportable y Atracción de Inversión Extranjera Directa de la República Dominicana.

Decreto No. 56-10 del 6 de febrero de 2010, que cambia la denominación de Secretaría de Estado de Turismo, por el de Ministerio de Turismo.

Decreto No. 276-10 del 13 de mayo de 2010, que autoriza a la empresa Inversiones La Querencia, S. A., a utilizar los 60 metros de la franja marina que bordea la Parcela No. 22, del D. C. No. 48/3, del municipio de Miches, provincia El Seybo, y otorga la categoría de “Proyecto Estratégico”, al Proyecto Turístico Tropicalia, que será desarrollado por dicha empresa en el Distrito Municipal de El Cedro, Miches.

ÍNDICE DE REGLAMENTOS

Reglamento No. 1869, interno, de la Dirección Nacional de Turismo, del 27 de diciembre de 1971. Gaceta Oficial No. 9253.

Reglamento No. 1871, de Guías Turistas, Guías Choferes y similares, del 27 de diciembre de 1971. Gaceta Oficial No. 9252.

Reglamento No. 1889 para la aplicación de la ley No. 153, del año 1971, sobre Promoción e Incentivo del Desarrollo Turístico, citada, del 30 de julio de 1980. Gaceta Oficial No. 9536.

Reglamento No. 2115 de Clasificación y Normas para establecimientos hoteleros, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 2116 de Clasificación y Normas para restaurantes, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 2117 para el negocio de alquileres de carros, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 2118 para el transporte terrestre turístico de pasajeros, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 2120 sobre tarifa del transporte turístico de pasajeros para ser aplicada en Puerto Plata, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 2121 sobre tarifa para los guías de Santo Domingo, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 2122 de las Agencias de Viaje, del 13 de julio 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 2123 para las tiendas de regalo, del 13 de julio de 1984. Gaceta Oficial No. 9641.

Reglamento No. 333 (octavo reglamento para la aplicación del impuesto sobre la renta) que establece la obligación para los inversionistas en proyectos acogidos a leyes de incentivos a proveerse de la resolución aprobatoria correspondiente, de los organismos competentes para poder ser incluidos como deducibles, del 23 de junio de 1987. Gaceta Oficial No. 9713.

Reglamento No. 339 para la aplicación de la ley No. 250 de fecha 12 de diciembre de 1984, citada, del 25 de junio de 1987. Gaceta Oficial No. 9713.

Reglamento No. 340 sobre tarifa para los operadores de turismo de Santo Domingo, del 25 de junio de 1987. Gaceta Oficial No. 9713

Reglamento No. 407 de inversión de utilidades, de la Ley 153 de promoción e incentivo al desarrollo turístico, del 31 de agosto de 1988.

Reglamento No. 252 para la operación y funcionamiento de las máquinas tragamonedas de fecha 21 de junio del año 1989.

RI. No. 262-92 del 25 de agosto de 1992, para la aplicación del Decreto No. 239-92 del 27 de julio de 1992, que dispone la aplicación de la Comisión para el estudio de las propuestas de inversión y desarrollo de Samaná.

Res. No. 35-96 del 22 de octubre de 1996, que aprueba el Acuerdo de Cooperación en Materia de Turismo, suscrito entre el Gobierno Dominicano y el Gobierno de la Federación Rusa.

Res. No. 163-02 del 22 de septiembre del 2002, que aprueba el Acuerdo de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Dominicana y el Gobierno de la República de Haití.

Res. No. 45-03 del 7 de febrero del 2003, que aprueba las enmiendas a los Artículos 14, 15, 37 y 38 a los Estatutos de la Organización Mundial de Turismo, del 14 de octubre del 1983, 10 de enero de 1991, 27 de septiembre del 1981 y 25 de septiembre de 1979.

Res. No. 107-03 del 23 de junio del 2003, que aprueba el Acuerdo de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Dominicana y el Reino de Marruecos.

Res. No. 228-06 del 19 de junio de 2006, que aprueba el Acuerdo suscrito entre la República Dominicana y el Gobierno de la República de Nicaragua en el Área de la Cooperación Turística.

Res. No. 211-07 del 14 de agosto de 2007, que aprueba las Enmiendas al Párrafo 4 de las Reglas de Financiación de la Organización Mundial del Turismo, del 10 de enero de 1991 y las Enmiendas al Párrafo 13 de las citadas reglas de dicha organización, del 25 de septiembre del 1981.

Res. No. 212-07 del 14 de agosto de 2007, que aprueba el Acuerdo de Cooperación en Materia de Turismo, entre el Gobierno de la República Dominicana y el Gobierno de la República del Ecuador.

Res. No. 173-09 del 30 mayo de 2009, que aprueba el Contrato de Préstamo No. 1196P, de fecha 20 de junio de 2008, entre la República Dominicana y el Fondo Opep para el Desarrollo Internacional, por la suma de US\$4,000.000.00, para ser utilizados en el Proyecto para Disposición de Aguas Negras en Centros Turísticos. I 10523

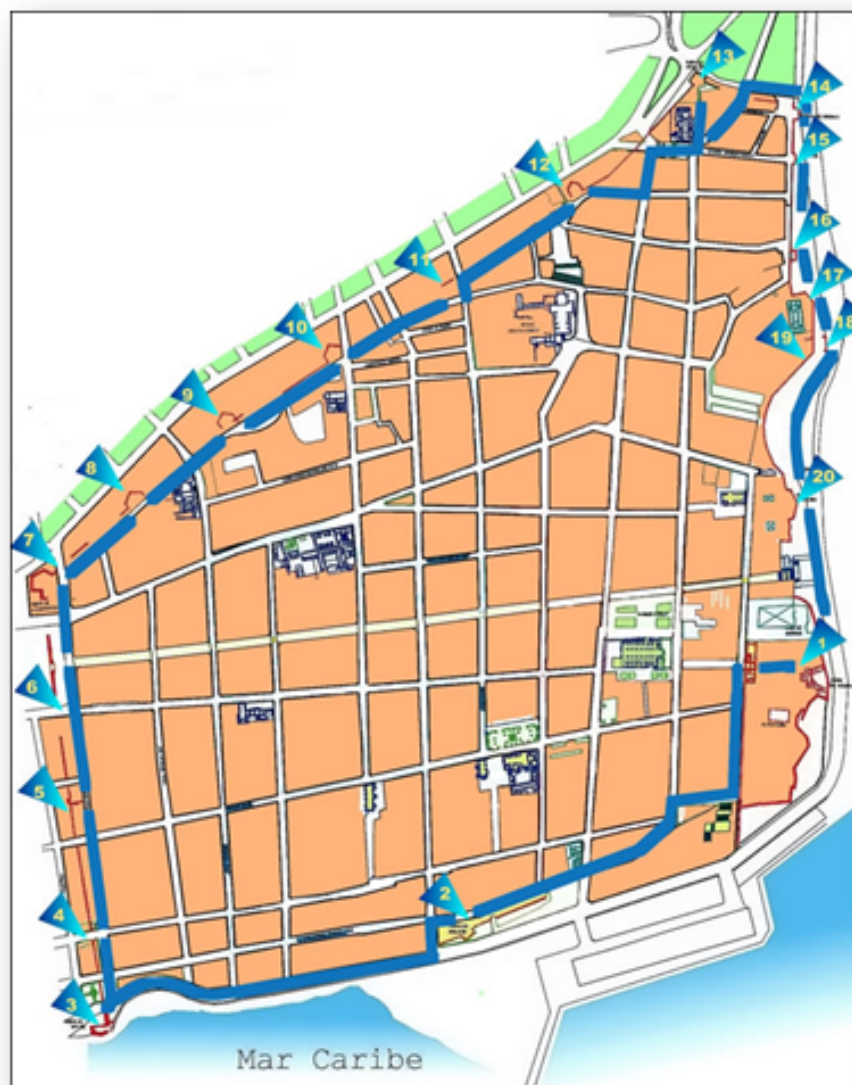
Res. No. 10-10 del 19 de enero de 2010, que aprueba el Contrato de Arrendamiento y su Addendum de fecha 25 de febrero de 2009, entre el Estado dominicano y la Sociedad Comercial Terma de la Salamandra, S. A., mediante el cual el primero arrienda a la segunda, varias porciones de terrenos por un plazo de 99 años, en el Distrito Municipal de Canoa, provincia Barahona.

ANEXO #4: RUTAS



No. Patrimonio Monumental

1	PALACIO VIRREINAL O ALCAZAR DE COLON	11	EX-CARCEL REAL
2	CASAS REALES- PALACIO GOBERNADORES	12	PALACIO DE BORGELLA (ANTIGUA CASA DE DIEGO DE HERRERA)
3	CASAS REALES-REAL AUDIENCIA	13	CABILDO DE LA CIUDAD
4	CASA DE LAS GÁRGOLAS	14	CASA DE TOSTADO
5	CASA DE LOS DÁVILA	15	COLEGIO DE GORJON
6	CASA DE OVANDO	16	CASA DEL TAPAO
7	CASA DE CORTÉS	17	CASA DE LAS ACADEMIAS (CASA DE LILIS)
7	FUERTE DE LA CONCEPCION	18	CASA DE LA MONEDA O DE LOS MEDALLONES
8	CASA DE BASTIDAS	19	CASA DEL CORDON
9	CASA DE LOS PRESIDENTES	20	ATARAZANAS REALES
10	CASA DEL SACRAMENTO		



No. Patrimonio Monumental

1	FORTALEZA DE SANTO DOMINGO	15	FUERTE DE LA CARENA
2	FUERTE DE SAN JOSE	16	PUERTA DE LAS ATARAZANAS
3	FUERTE DE SAN GIL	17	BATERIA DEL ALMIRANTE
4	PUERTA DE LA MISERICORDIA	18	PUERTA DE SAN DIEGO
5	FUERTE DE SANTIAGO	19	FUERTE DE SAN DIEGO
6	PUERTA DEL CONDE	20	FUERTE INVENCIBLE
8	FUERTE DE LA CARIDAD		
9	FUERTE DE SAN LAZARO		
10	FUERTE DE SAN MIGUEL		
11	FUERTE DE SAN FRANCISCO		
12	FUERTE DE SAN ANTON		
13	FUERTE DE SANTA BARBARA		
14	FUERTE DEL ANGULO		



No. Patrimonio Monumental

- | | | | |
|---|--|----|--|
| 1 | CATEDRAL METROPOLITANA SANTA MARIA DE LA ENCARNACION, PRIMADA DE AMERICA | 7 | CAPILLA DEL HOSPITAL DE SAN ANDRES |
| 2 | IGLESIA DEL CONVENTO DE SANTA CLARA | 8 | IGLESIA Y HOSPITAL DE SAN LAZARO |
| 3 | IMPERIAL CONVENTO DE SANTO DOMINGO | 9 | CONVENTO DE LAS MERCEDES |
| 4 | CAPILLA DE LA TERCERA ORDEN DE LOS DOMINICOS | 10 | IGLESIA DE SAN MIGUEL |
| 5 | IGLESIA DEL CONVENTO REGINA ANGELORUM | 11 | IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DE LA ALTAGRACIA |
| 6 | IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN | 12 | MONASTERIO DE SAN FRANCISCO |
| | | 13 | ERMITA DE SAN ANTÓN |
| | | 14 | IGLESIA DE SANTA BARBARA |
| | | 15 | CAPILLA DE NUESTA SEÑORA DE LOS REMEDIOS |
| | | 16 | IGLESIA DE LA COMPAÑIA DE JESUS (PANTEON NACIONAL) |