ドミニカ共和国
観光省
職業訓練庁
経済計画開発省

ドミニカ共和国

北部地域におけるコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト

プロジェクト事業完了報告書

令和 4 年 3 月
（2022 年）

独立行政法人
国際協力機構 (JICA)

アイ・シー・ネット株式会社

経開
JR
22-088

略語表

略称	西語訳または英語訳（日本語訳）
CEIZTUR	Comité Ejecutor de Infraestructuras de Zonas Turísticas（観光インフラ整備局）
DPP	Departamento de Planificación y Proyectos（プロジェクト計画局）
END	Estrategia Nacional de Desarrollo（国家開発戦略）
ICT	Information and Communication Technology（情報通信技術）
INFOTEP	Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional（職業訓練庁）
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Japón（国際協力機構）
LN	Linea Nacional（中央の支援ライン）
LT	Linea Territorial（地域の支援ライン）
MARENA	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales（環境自然資源省）
MC	Ministerio de Cultura（文化省）
MEPYD	Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo（経済計画開発省）
MICM	Ministerio de Industria y Comercio（商工中小企業省）
MITUR	Ministerio de Turismo （観光省）
NGO	Non-Governmental Organization（非政府組織）
OPT	Oficina de Promoción Turística（観光プロモーション事務所）
OTS	Oficina de Turismo Sostenible（持続的な観光オフィス）
PEI	Plan Estratégico Institucional（MITUR の組織戦略計画 2017-2020）
PDM	Project Design Matrix（プロジェクトデザインマトリクス）
PNPSP	Plan Nacional Plurianual de Sector Publico（公共セクター複数年度国家計画）
PO	Plan de Operación（活動計画）
POA	Plan de Operación Anual（年間活動計画）
TCS	Turismo Comunitario Sostenible（持続的なコミュニティツーリズム）
UFTCS	Unidad de Fomento de Turismo Comunitario Sostenible（持続的なコミュニティ観光推進ユニット）
UMPC	Unidad Municipal de Patrimonio Comunitario（地域力向上ユニット）
UNWTO	United Nation World Tourism Orgnization（世界観光機構）
UTS	Unidad de Turismo Sostenible（持続的な観光開発ユニット）

目　次

はじめに 1

1.　プロジェクトの背景と概要 3

1-1　プロジェクトの背景 3

1-2　プロジェクトの概要 4

1-3　本プロジェクトの意義 5

2.　プロジェクトの活動内容 13

2-1　プロジェクト活動全体の流れ 13

2-2　プロジェクト実施体制 17

2-3　プロジェクトの活動内容（業務フローチャートに沿って） 19

2-4　その他の活動 31

3.　プロジェクト目標の達成度（PDM に沿って） 33

3-1　プロジェクト目標の達成状況 33

3-2　プロジェクト成果の達成状況 36

1)　成果 1 の達成状況 36

2)　成果 2 の達成状況 37

3)　成果 3 の達成状況 39

4)　成果 4 の達成状況 40

4.　上位目標の達成に向けての提言 43

4-1　プロジェクト上位目標の達成見込み 43

4-2　上位目標達成に向けた提言 44

5.　プロジェクト実施運営上の課題・工夫・教訓 47

5-1　プロジェクトデザインにおける課題 47

5-2　プロジェクト実施で直面した課題（活動実施中の課題等） 50

5-3　プロジェクトの効果を高める工夫 53

6.　添付資料 55

はじめに

このプロジェクト事業完了報告書は、プロジェクトを開始した 2016 年 4 月から活動を終了させカウンターパート機関に引き渡した 2022 年 3 月までの活動について、その実施過程と成果を総括し、設定されたプロジェクト目標や期待される成果の達成度を最終的に確認する目的で作成したものである。これまでプロジェクトでは 6 カ月ごとにモニタリング報告書を作成し（2021 年 10 月の第 12 号まで）、また実施期間の中間地点にあたる 2018 年 10 月にプロジェクト業務進捗報告書を作成していることから、実施した活動内容やその期間の成果品についての詳細は各対象時期の報告書を参照することとする。プロジェクト事業完了報告書では、最初に本プロジェクトで取り組んだコミュニティ・ベースド・ツーリズムのドミニカ共和国の観光開発の中での意義を確認し、今後プロジェクト終了後も継続した取り組みにつながるよう、成果の取りまとめ状況を記載した。

本プロジェクトの活動では、実際の商品開発、地域観光運営グループの形成、プロモーション活動をはじめ、体制の構築や人材育成プログラムの提案など、多種多様な活動を中央、地域、コミュニティと異なるレベルに対して同時並行で行ってきた。現場で利用できるリソースや既存の体制をできる限り活用したが、新たな取り組みの多くはパイロットアクションとしてプロジェクトが直接支援をしてきた。これらの活動は「持続可能なコミュニティツーリズム」（Turismo Comunitario Sostenible: TCS）を推進する活動として位置づけ、観光省（MITUR）と職業訓練庁（INFOTEP）をはじめとする関係者がかかわってきた。これらの活動を実施した経験や教訓から、プロジェクト終了後もドミニカ共和国政府が TCS 推進により、観光商品やデスティネーションの多様化、地域住民の利益の拡大、そして地域のエンパワメントを実現することを期待しており、取りまとめた「TCS 推進ビジョン 2030」や推進マニュアル、ガイドラインにより、地域主体の観光開発への取り組みが広く継続することが可能である。すでに多くの関係者が地域での観光開発の主体として TCS 推進に取り組んでおり、またインフルエンサーをはじめ TCS を支援する多くのサポーターの存在やすでに南部地域で取り組む準備が開始されていることから、プロジェクト終了後も TCS の定着と全国展開が期待できる。

本プロジェクト期間中、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、一時はプロジェクト活動の延期だけでなく観光活動が停止し、専門家が現地入りできず本プロジェクトの継続が難しくなる状況にも直面した。しかしながら関係者の多大な努力と思いにより、コロナ禍で最も影響を受けた産業でもある観光と直接関係しながらも、柔軟に対応し具体的にコミュニティに寄り添い、いち早く TCS 活動の回復を支えることができた。2021 年後半は、世界に先駆けいち早く国際観光客数がコロナ禍前の水準にまで戻るなか、より持続可能な観光への努力とそれを受け入れる側の地域の強靭性の向上が求められている。このような危機的な状況であったからこそ、それを契機としてより持続性のある高い次元の観光開発を振興してく重要性への認識が以前にもまして関係者の間で広がった。こうしたなか、それを実現できる具体的な取り組みとなる、地域主体の観光開発の重要性への理解がより広まり、今後全国に普及されていくことが期待できる。

本プロジェクトにかかわった観光省や職業訓練庁の C/P をはじめ、調整役を担った経済計画開発省の関係者、ならびに JICA ドミニカ共和国の関係者、日本から様々な支援とアドバイスをいただいた経済開発部の関係者の方々に、感謝の意を表する。

1. プロジェクトの背景と概要

1-1 プロジェクトの背景

ドミニカ共和国は、年間 600 万人以上の観光客を受け入れるカリブ諸国第一の観光立国であり、観光産業を開発優先分野とした国の政策により、外資による大型ビーチリゾート開発を積極的に推進し、右肩上がりで観光客が増加してきた。一方、これまでのいわゆる「ビーチと太陽」を主とした観光開発では、観光客の消費はおもにホテル内、もしくは囲い込みによる限られた観光活動にとどまる結果を生んできた。観光地域が周辺地域と隔離され、自然・文化資源が適切に利用されず、地域住民が利益を得る機会が限られてしまうほか、周辺カリブ諸国の同様な観光地との差別化が課題となっていた。

このような状況下、政府の「国家開発計画 2030」（Estrategia Nacional de Desarrollo 2030:END 2030）では、基幹産業である観光をより持続的に推進するため、多様な観光開発を推進し地域開発に資する取り組みを進める方針を示した。これまでの「ビーチと太陽」の観光に加え、新たな観光商品の開発や新たなニーズの開拓を進め、その一つとして、コミュニティの観光活動への参画を促し、地域の豊かな文化や歴史、そして多様な自然資源を守り活用するような観光開発を推奨するとした。大型ビーチリゾート開発の先駆けである北部の代表的な観光地であるプエルトプラタ県では、開発が開始されて 20 年以上が経った 2000 年以降、リゾートとしての輝きが薄れ観光客数も年々減少していた状況を打破するため、「官民協力による豊かな観光地域づくりプロジェクト」（TURISOPP）が 2009 年から 2013 年に JICA の支援で実施された。地域住民を巻き込んだ観光開発に加え、観光インフラの整備やクルーズ港誘致が加わり、プエルトプラタの訪問客は増加し、これまで疎外されてきた地域住民は観光開発で自らが主役になれる機会を得た。

ドミニカ共和国の観光省（MITUR）は、観光商品と観光地の多様化を進めるなかで、サントドミンゴを起点とした 3 つの観光サーキットによる複合観光地戦略（Estrategia Turistica de Multidestino）案を示し、これまで観光地として捉えられていなかった地域でも観光活動を推進していくことを目指しした。その先駆けとして、北西部 4 県（モンテクリスティ県、ダハボン県、サンチアゴ・ロドリゲス県、バルベルデ県）において、地域資源を活用したルート開発が行われた。このような経緯を経て、ドミニカ共和国政府から日本政府に対し、これまでの取り組みの経験からコミュニティが主体となる観光振興モデルの完成度を高め、それを活用して北部地域 14 県においてコミュニティ・ベースド・ツーリズムの振興を図るために協力が要請された。

要請を受けて JICA は、2015 年 2 月に詳細計画策定調査を実施し、MITUR をはじめとするドミニカ共和国側関係者との協議の結果、「北部地域における持続的なコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト」の実施内容について合意し、2016 年 1 月に討議議事録（Record of Discussion: R/D）の署名・交換を行った。2016 年 4 月から 5 年間の実施期間である本プロジェクト（のちにコロナ禍の影響で 11 カ月の延長）は、ドミニカ共和国の MITUR と職業訓練庁（INFOTEP）を中心にプロジェクトの実施体制を構築し、同国の状況に合わせたコミュニティ・ベースド・ツーリズム（CBT）をコンセプトとした「持続可能なコミュニティツーリズム」（TCS）を示し、それを促進するための能力と調整メカニズムの強化を目指した。TCS ビジネスと観光商品の強化、地域観光運営体制の強化、プロモーション能力の強化、TCS での人材育成、TCS 推進支援体制（中央）の構築、TCS 推進戦略の策定が主な活動であり、これらへの働きかけによりコミュニティが主体となった観光開発のモデルを示す試みを行った。

そのような活動を続けるなか、2020 年前半から新型コロナウイルス感染症の全世界的な拡大により、

人の移動が制限され、専門家の現地業務も実施ができずプロジェクト活動に大きな影響を受けた。国際観光が激減したことから、プロジェクト活動全体に影響を及ぼし、支援対象としていたコミュニティも例外なく影響を受け、危機的な状況に陥った。また専門家が現地での業務ができないなか、オンラインで活動を進めるものの、同時期に政権が交代し、MITUR 内の人事異動もあったため、プロジェクト活動の継続性が心配された。しかしながら、ドミニカ共和国側の C/P のコミットメントと JICA 側の支援により、プロジェクト実施期間を 11 カ月延長し、新たな活動を加えながらプロジェクト活動を軌道に戻し、2022 年 2 月に最後の合同調整委員会（JCC）を迎えた。プロジェクト目標の達成を確認し、MITUR が主導する TCS 推進体制により北部地域をはじめとして、コミュニティを主体としたオルタナティブな観光開発を全国展開していくことが約束された。

なお、本文では「コミュニティ・ベースド・ツーリズム」を、プロジェクトを通して普及させた「持続可能なコミュニティツーリズム」として記載しており、必要に応じて読み替えていただきたい。

1-2 プロジェクトの概要

プロジェクト名

北部地域における持続的なコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト

プロジェクト期間

2016 年 4 月～2022 年 3 月
当初は 2021 年 4 月までであったが、新型コロナ感染症拡大による影響があり 11 カ月の延長を行った。

プロジェクト実施機関

観光省（Ministerio de Turismo）
職業訓練庁（Instituto Nacional de formación Tecnico Profesional）
経済計画開発省（Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo）

プロジェクト目標

北部地域において PPP を通じた持続的なコミュニティ・ベースド・ツーリズム（CBT）開発を促進するための能力と調整メカニズムが強化される。

上位目標

CBT がドミニカ共和国の国内外からの訪問者への主要な観光アトラクションの一つとなる。

期待される成果と活動

成果 1：参加型手法の紹介・適用と、関係組織との協力を通じて、北部地域における CBT と地域資源の現状が診断される。

活動 1-1 北部地域の TCS 振興に関する現状把握
活動 1-2 北部地域の TCS ポテンシャル調査
活動 1-3 北部地域のリーダーの特定と関係構築
活動 1-4 参加型アプローチの改善

活動 1-5 参加型アプローチによる地元資源の特定
活動 1-6 テリトリアル・グループ候補の選定
活動 1-7 診断結果を中央調整テーブルで発表

成果 2：プエルトプラタ県と北西部 4 県の事例をもとに、北部地域における CBT を推進するための戦略と計画が策定される。

活動 2-1 プエルトプラタ県、及び北西部 4 県におけるパイロット活動計画の策定
活動 2-2 パイロット活動計画の実施
活動 2-3 パイロット活動計画のモニタリング
活動 2-4 総合的な北部地域 TCS 戦略の策定
活動 2-5 総合的な北部地域 TCS 戦略に基づいたアクションプランの策定
活動 2-6 作成した北部地域 TCS 戦略とアクションプランを中央調整テーブルに報告
活動 2-7 テリトリアル・グループの地元アクションプランの策定のための支援
活動 2-8 テリトリアル・グループの人材育成計画の策定

成果 3：北部地域において CBT を推進するための地域レベル・地元レベルのアクションの活動が実行される。

活動 3-1 総合的な北部地域 CBT 戦略とアクションプランの実施支援
活動 3-2 テリトリアル・グループの地元アクションプランの実施支援
活動 3-3 テリトリアル・グループの人材育成計画の実施支援
活動 3-4 テリトリアル・グループの相互訪問
活動 3-5 テリトリアル・グループ自身による活動モニタリング

成果 4：北部地域における CBT 活動を推進するための体制が確立される。

活動 4-1 中央調整テーブルに対する活動報告
活動 4-2 MITUR によるテリトリアル・グループの活動のモニタリング
活動 4-3 セミナー等の開催
活動 4-4 成功例をまとめたハンドブックの作成
活動 4-5 研修プログラムの開発
活動 4-6 北部地域の TCS 振興の持続性を確保するための提案の提示
活動 4-7 TCS を持続的に振興するための体制に関するガイドラインの作成

1-3　本プロジェクトの意義

本項では、ドミニカ共和国の観光開発における本プロジェクトの意義についてあらためて振り返る。

ドミニカ共和国観光開発の歴史を振り返ると、観光優先地域での外国投資を優遇する政策により国内各所で観光開発が行われてきた。これによりプンタカーナやババロ地域はカリブ有数の観光デスティネーションとなっている。さかのぼれば北部地域のプエルトプラタをはじめとする大西洋側の海岸線、サントドミンゴから東部のボカチカ、ファンドリオ、ラ・ロマーナなども東部の先駆けとして、1980 年代から観光開発が行われてきた。外資誘致の優遇地域は全国に広げられたが、その後も東部のビーチリゾート開発に集中している。現在も観光開発の主流はビーチリゾート開発であり、加えて近年はサントドミンゴの旧市街や MICE の誘致を狙う都市観光開発、またクルーズ観光などであり、これからもこの主流により観光開発がけん引されていくであろう。これらの大型投資を軸にした観光推進

とこのような観光開発の持続可能性を確保する努力が行われる一方、それとは別に従来の観光開発とは異なる、大型投資に頼らないオルタナティブな観光開発も必要である認識が広くされるようになった。国家開発計画をはじめとする開発戦略でもその意図は示されている。その外資による観光開発以外のオルタナティブな観光開発モデルとは何かの答えを具体的に示したのが本プロジェクトの「地域主体の観光開発モデル」構築の取り組みであるととらえられる。外部者に頼るのではなく、そこに住む地域住民自身が主役になる観光を具体化したのが「持続可能なコミュニティツーリズム」（TCS）である。そして重要なのは、本プロジェクトを通してこの「地域主体の観光開発モデル」は機能することを示した。

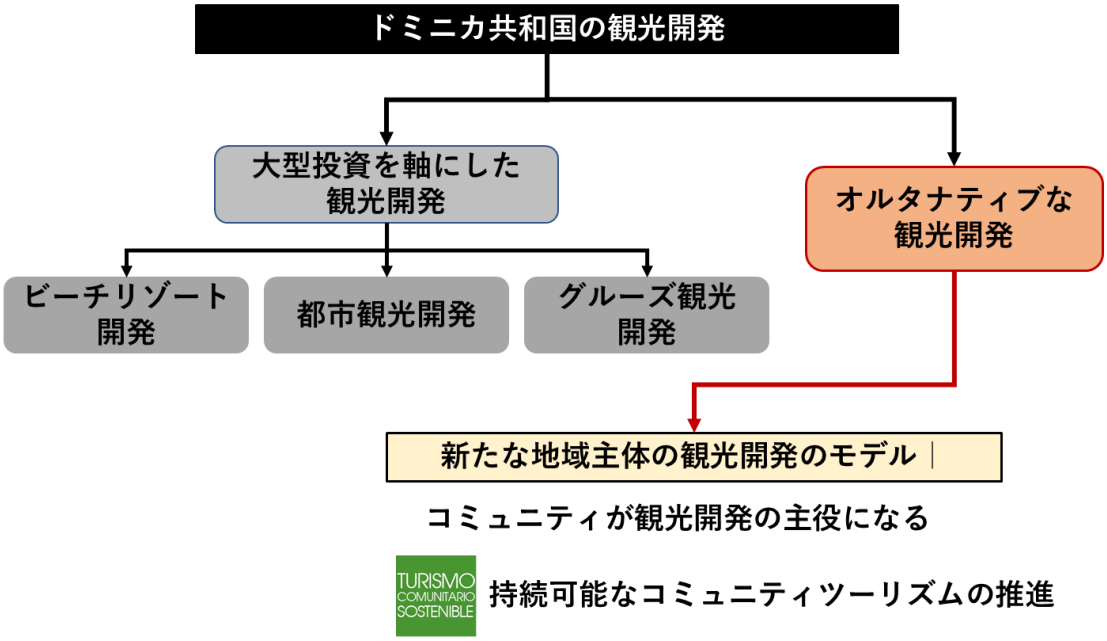


図 1-1：ドミニカ共和国の観光開発の関係図

本プロジェクトで推進したモデルでは、TCS の推進目的を観光振興で常に課題とされる観光オファーの多様化に加え、地域住民への公平な利益拡大と地域のエンパワメントも同時に実現していく。この実現のためにプロジェクトの対象地域であった北部地域では、コミュニィから市、県、地域、中央レベルで多様な取り組みを同時並行で進め、その結果、政府からの適度な支援を継続していくことで、この 3 つの目的を達成できることを確認した。

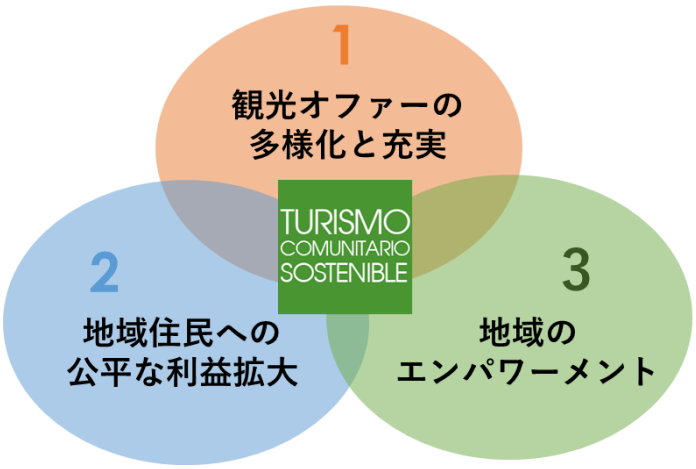


図 1-2：TCS 推進の 3 つの目的

プロジェクト活動の実践を通して北部地域では、具体的にこれら 3 つの目的に沿った成果を生み出すとともに、今後全国展開させていくための戦略や具体的な施策案、実践を基に整理した開発の手法や手順を示した。このような TCS 推進の活動を今後も戦略的に MITUR が中心となり、対象となった北部地域のみならず、南部地域、東部地域に展開をさせていくことで、ドミニカ共和国における「地域主体の観光開発」を定着させていくことが可能である。本プロジェクトでの経験とそこから導き出した方法論を使い、そこで育成された多様な人材を駆使しながら、今後もその経験を蓄積し支援の方法や現場での実施効果を高めていくことが期待される。それぞれの地域での異なる特徴を考慮しながらも、実践的な支援アプローチを現場に合わせて具体化していくことで、そこの地域住民が観光活動に参加し、地域を運営する能力を身に着け、新たな観光商品を生んでいくための支援が可能である。これにより、ドミニカ共和国の観光開発の根幹を強化し、観光の競争力を高めていくことが可能となる。

このモデルの実用では、大きく 2 つのアプローチを想定している。低迷する観光地において地域から付加価値を創造し競争力を高め、これまで観光活動に参加してこなかった周辺コミュニティの住民の参加を促し、利益の拡大を図るアプローチ、もう一つは観光開発途上地域において、地域主体で始められる観光活動により観光開発のきっかけを与えるとともに、観光を通した地域開発の芽生えや開発能力の向上にもつなげていくアプローチである。

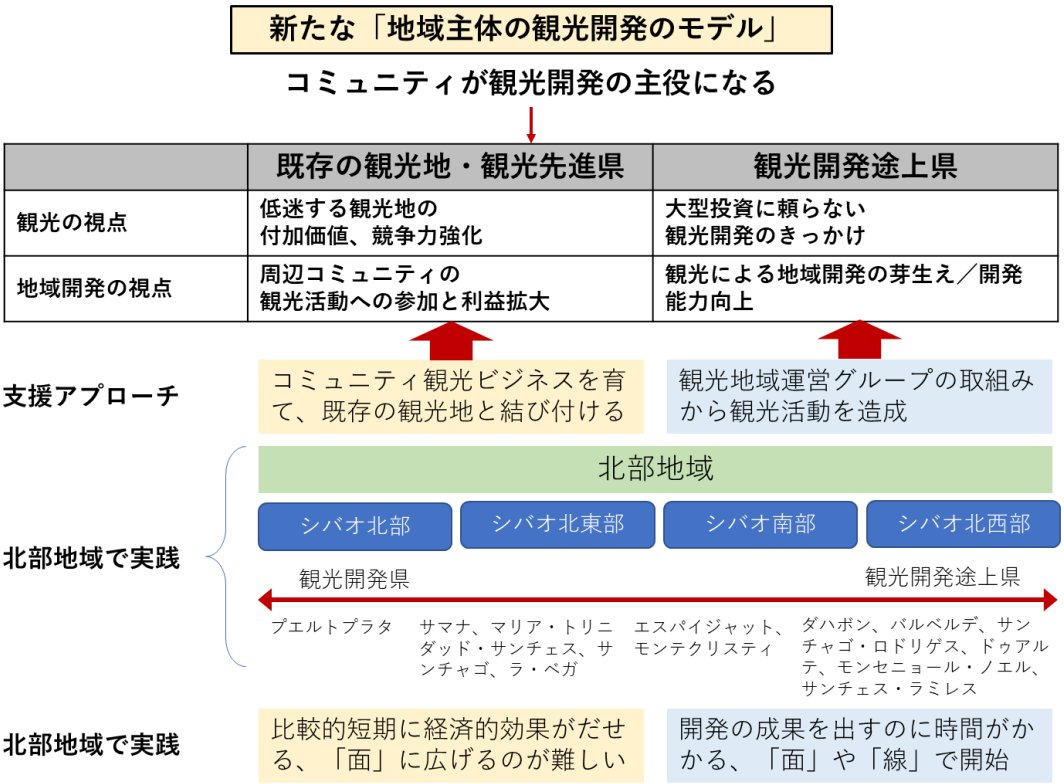


図 1-3：北部地域で実践した「地域主体の観光開発モデル」応用図

観光地の発展と衰退を時間と観光客数から示したライフサイクル[1]（バトラー）では、その発展を開拓期から始まり、登場期、成長期、確立期、停滞期を経て減退するか回生してくか、永遠に成長は続

[1] Richard.W.Butler により示された観光地の発展周期（The Tourism Area Life Cycle）で製品ライフサイクルの概念に基づき、観光地の成長を観光客数と時間の関係性から 6 段階で示したもの。

くものではなく、そのライフサイクルを意識して観光地の開発をとらえていく重要性を示している。

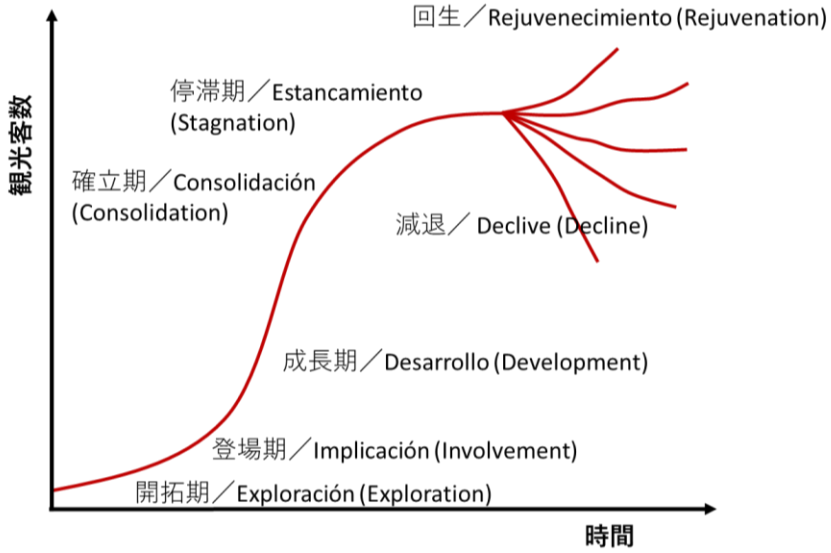


図 1-4：バトラーの観光地ライフサイクル

例えばプエルトプラタでは、2000 年を境として観光客到来数が減少傾向に転じ、その 10 年後には最盛期の半分以下となった。その間古くなったホテルは再投資されるか、そのまま放置されるかであるが、外資の場合はより新しい観光地を求め流出していく傾向があり、残った観光地は再投資も少なく使い古されて減退してく場合もあった。プエルトプラタ県では、JICA が MITUR と INFOTEP を支援して 2009 年から実施したプロジェクトの TURSOPP を実施し、これまでの観光施設や観光サイトだけでなく広く住民が参加し観光開発を進めていくモデルを初めて取り入れ、地域のアイデンティティや住民の誇りから地域力、観光力を高めていく取り組みが行われた。2016 年からは本プロジェクトが実施され TCS 推進の取り組みが北部地域 14 県に広げられた。プエルトプラタ郊外のマイモンへのクルーズ港の誘致やプエルトプラタの回生傾向は、ちょうどこれらのプロジェクトが実施されてきた時期とも重なっている。TCS で支援するコミュニティビジネス・観光生産ユニットがツアーオペレーターを受け入れたり、クルーズ客向けのツアーを提供したりするまでに至ったものもある。また観光生産ユニットの代表が北部ホテルレストラン協会の理事メンバーとなるなど、地域のエンパワメントは確実に行われてきたとみられる。

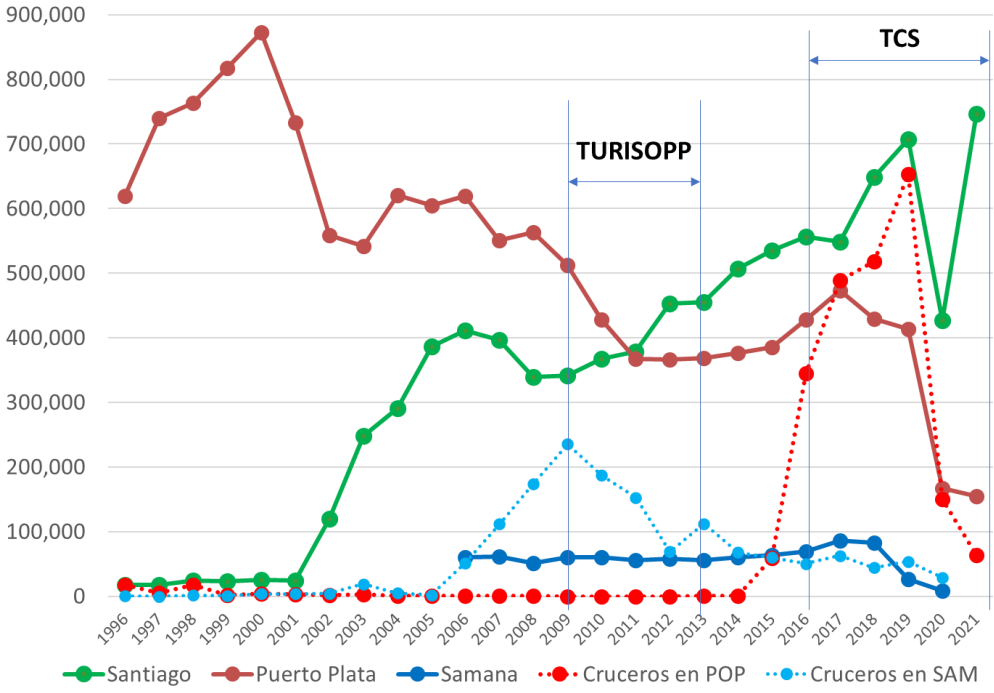


図 1-5：北部地域の主要な観光地への訪問客数（空港到着数、クルーズ客数）

また本モデルでは、外資に頼ることなく、自らの地域にあるものを活用して観光商品を地域住民自身が提供・運営するというモデルであることから、観光開発が進められてこなかった県・地域において有効であり、地域住民の生活があるところであるほど活用ができる。これは外資のような短期で高いインパクトは生み出さないが、自らの資源で進められるモデルであり、長期的には地域住民による観光開発にまで至るインパクトの高いアプローチである。その際は点での開発だけでなく、テーマ性のあるルートやコミュニティ・デスティネーション、観光サーキットや観光街道の形成の取り組みにより地域全体に波及させることが可能である。

北部地域でもまだ観光開発途上県が多くあり、特にシバオ北西部での取り組みは今後も継続していくと、他地域により効果的に応用できる事例となっていく。コロナ禍での国内観光客の需要が高まるなかで訪問者も多くなり、旅行会社だけでなく個人の観光客も多くなり、どの県でも観光活動が増加している。今後の本モデルの応用と拡大を考えた場合、同様に観光開発途上県が多い南部地域では有効であると思われる。政府が今後の観光開発の重点地域として南部を上げていることからも、外資に頼る観光開発と並行して本モデルを活用していくことで、より魅力的でより地域住民への受益を生み、より持続可能な地域主体の観光地（地域）の実現が期待できる。



図 1-6：北部地域 14 県の観光開発レベル

本プロジェクトにおける北部地域での実践により、地域が主体となる観光開発の新たなモデルとしてコミュニティが主役の観光開発が機能することを示した。今後ドミニカ共和国政府が本格的に TCS 推進を進めていくにあたり、本プロジェクトでモデルとして示したのは以下の 5 つのエリアである。中央・地域・コミュニティにより推進される「動く推進体制」、実施体制下実際に現場で「使える開発手法」、TCS の全国展開を見据えた「見える推進戦略」、現場で実際に活躍「できる人材」、そして多様なレベルで多様な活動から蓄積した「豊富な経験」であり、プロジェクト成果としてこれらを提示した。



図 1-7：TCS 推進による「地域主体の観光開発」モデルの全体イメージ



図 1-8：「地域主体の観光開発」モデルに係るプロジェクト活動・成果と今後の方向

プロジェクト活動から具体的に新たな観光開発モデルの形成に資したプロジェクト成果を整理したのが図 1-8 である。プロジェクト終了後は TCS 推進戦略ビジョン 2030 に引き継ぎ、北部地域の強化と他地域への展開を想定している。

2. プロジェクトの活動内容

2-1　プロジェクト活動全体の流れ

本項ではプロジェクト活動の過程を振り返り、プロジェクト開始から終了までの流れを記載する。

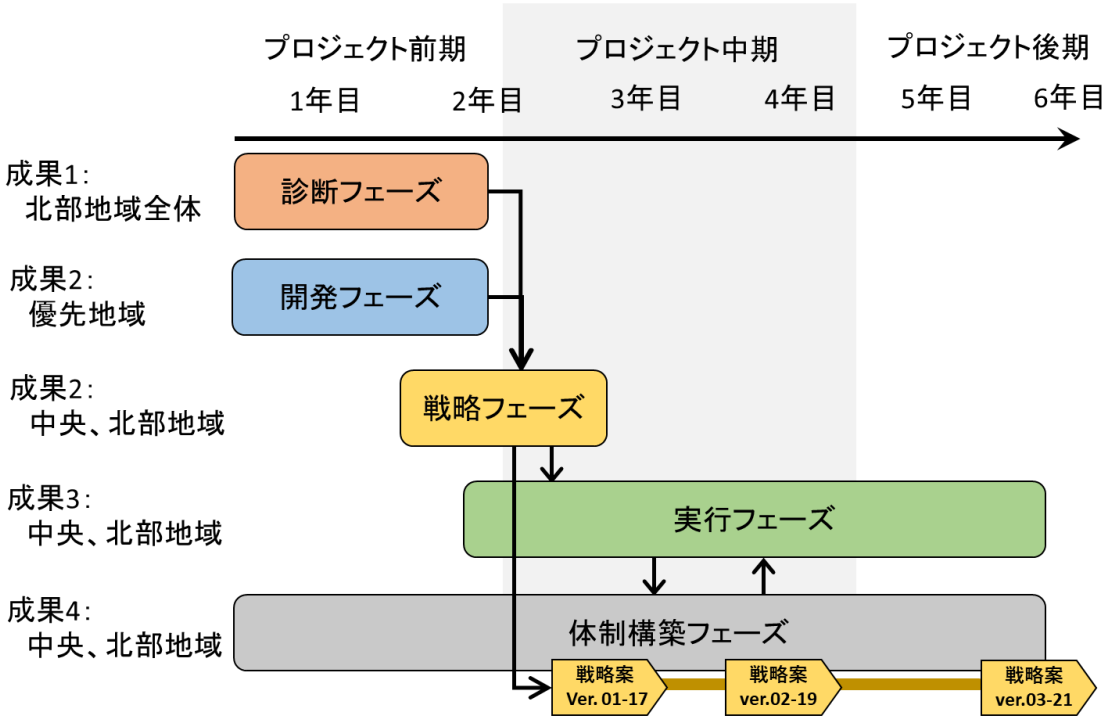


図 2-1：プロジェクト実施の全体的な流れ

本プロジェクトの活動を実施するにあたり、全体を 5 つのフェーズに分けて設定し、活動の重点を各フェーズでかえながら、区切りをつけて展開した。対象地域が 14 県と広範囲であり、MITUR と INFOTEP を含む多くの中央と地方のアクターを巻き込むため、優先地域を設定したうえで実施体制の構築を進め、次に実際の活動から得られる成果や教訓を戦略や政策に反映させ、最後に現実的で継続できる TCS 推進メカニズムを整備していくといった全体の流れを段階的に進めていった。プロジェクト前期は、TCS 推進に関する全般的な調査を行う「診断フェーズ」、先行事例として本プロジェクト開始前から取り組んでいたプエルトプラタ県とシバオ北西部 4 県でパイロットプロジェクトを実施する「開発フェーズ」、これらのフェーズの成果を反映させ、TCS 推進戦略ペーパー案を提示する「戦略フェーズ」、プロジェクト中期からは、仮戦略案をもとに立てた戦略の軸に沿って活動を展開させる「実行フェーズ」、そしてプロジェクト全体を通して、TCS 推進を継続して行っていくことができる体制を整備する「体制構築フェーズ」を設定した。

次に各年次でのおおよその活動の進捗状況を振り返る。

1 年目（2016 年 4 月から 2017 年 3 月）

当年は、「診断フェーズ」と「開発フェーズ」の実施と「戦略フェーズ」の実施準備、「体制構築フェーズ」の基盤づくりを行った。

「診断フェーズ」では、官民連携による TCS 推進の調整メカニズムを形成するため、TCS 推進に関

する様々な役割や機能を担う主体や関係機関、方法を整理した。その一環として、北部地域の観光開発やコミュニティツーリズム推進に関する基礎調査を行った。基礎調査は、北部 14 県における TCS のポテンシャル調査と 10 項目の関連する分野の調査を行った。本ポテンシャル調査により、90 件の TCS サイトを特定し、現在オペレーションしているものとポテンシャルがあるものに区分し、情報シートに収集した情報を整理した。MITUR のプロモーション事務所は、内外ともにコミュニティツーリズムに高い関心があるのに十分な情報がなく、従来と同様、プンタカーナをはじめとするビーチリゾートについて、プロモーションすることだけにとどまっていることが明らかとなった。さらに、北部地域での CT 推進に関係する情報を 9 つの大項目に区分し情報の収集と整理を行った。各基礎調査の結果は、パイロットプロジェクトの立案や実施でこれらの情報を活用した。

「開発フェーズ」では、先の診断フェーズの調査結果を活用し、先行プロジェクトが実施されたプエルトプラタ県、北部地域の中心サンティアゴ県、そしてシバオ北西部 4 県を優先地域とし、5 つのパイロットプロジェクト（PP）を形成して実施した。

表 2-1：パイロットプロジェクト一覧表

PP1	プロモーションツール作成を通した CBT のマーケティングサイクル改善プロジェクト
PP2	コミュニティ参加型の広域デスティネーションの基盤づくりプロジェクト
PP3	大学生による観光ルート・テーマ形成プロジェクト
PP4	官民協力による観光情報センター運営改善プロジェクト
PP5	地域資源情報マッピングプロジェクト

これらのパイロットプロジェクト実施を通して、先行プロジェクト時に開発された商品・サービスのマーケティングサイクルの改善・強化を行った。シバオ北西部 4 県では、コミュニティ参加型で観光ルートの開発に取り組み、4 つのルートを特定した。また、地域グループの形成に関しては、北西部 4 件、プエルトプラタ県、サンティアゴ県でのテリトリアル・グループの特定・形成を行った。県レベルで 5 グループ、地域（2 県）レベルで 1 グループの形成に取り組んだ。さらに、北西部で周遊街道の開発を開始した。

これらの成果から得られる成果や教訓を整理し、「開発フェーズ」、「戦略フェーズ」での戦略案の骨子の提案に反映させる準備を行った。合わせて、中央と北部地域での「体制構築」を意識し、各活動での体制づくりと能力強化を行った。

2 年目（2017 年 4 月から 2018 年 3 月）

当年は、前年に実施した「診断フェーズ」と「開発フェーズ」の成果や教訓を反映させた「戦略フェーズ」と「実行フェーズ」を開始した。また、「体制構築フェーズ」を継続した。

「戦略フェーズ」では、MITUR の DPP のスタッフで構成したワーキンググループにより、TCS 推進戦略ペーパー「ドミニカ共和国北部地域の持続的なコミュニティツーリズム推進戦略」（案）のバージョン 1 を作成した。このなかで戦略、構成（案）の作成、上位政策への働きかけと整合性の調整、中長期の取り組みと短期の取り組みを整理した。本戦略ペーパー案作成過程で、中央調整テーブル（MCN）を計 2 回開催した。戦略の概要と方針を確認し、さらに本調整テーブルを通じて TCS 推進体制構築に向けた政策的枠組みとして、MITUR の観光省戦略計画（PEI）と MERyD のセクター戦略（PNPSP）の中に、本プロジェクトの実施が取り込まれた。

その戦略を実行するための「実行フェーズ」を開始した。「実行フェーズ」では、「開発フェーズ」

で実施したパイロットプロジェクトの活動を、TCS 推進戦略の実現を支援する戦略として仮の整理をおこない、現場での活動を実施した。戦略は以下の表 2-2 のとおりである。

表 2-2：推進戦略（仮）2018

【地域レベルでの活動（地域戦略：LT)】
LT1：地域アイデンティティとマーケティングサイクルに則った観光ビジネスの強化
LT2：観光ルート開発を支援するテリトリアル・グループの組織強化
LT3：中央と地域の組織協力による需要ベースの観光ルート販売
【中央レベルでの活動（中央戦略：NT)】
LN1：実施・調整体制の強化（実施ユニット・調整会議等）
LN2：TCS 推進のための周辺環境の整備
LN3：人材育成に関するコーディネーション

この活動戦略を通じ、TCS ビジネスとしては、開発地域であるシバオ北部では、販売や商品改善のマーケティングサイクルを支援した。TCS ビジネスを特定してプロモーションと商品改善の支援を開始しアクションを展開した。シバオ南部とシバオ北東部では、販売ができるレベルに達する商品を抽出し、これまでの経験で仮設定した開発フェーズごとの支援手法を使い、特定した TCS ビジネス（ポテンシャルを含む）に取り込む活動を行った。テリトリアル・グループ（GT）の組織強化では、前年に形成したシバオ北西部の 4 県のグループの支援を引き続き行った。特定したテーマを推進する活動計画の策定と実施を行っており、そのなかで TCS ビジネス支援と地域観光活性化の活動を展開できるようにした。

この「実行フェーズ」と「体制構築フェーズ」を関連させながら活動していくことが重要となることから、中央と北部地域で戦略を推進するための体制構築を意識し、既存の観光開発や地域開発の関係性を向上させ、必要な体制整備や制度の提案を具体化させていく活動を行った。戦略ペーパーの作成過程で、中央と北部地域で戦略を推進する「体制推進」を行った。

さらに、2017 年 10 月 19 日から 11 月 1 日の 14 日間の日程で本邦研修を実施した。北陸を中心に都市型と郊外・農村型の観光振興事例を学び、本国での TCS 推進戦略の実現に向け、具体的な政策や支援プログラムを提案し実行に移すことを目的とした。本研修の対象者は、主要関係組織の中央・地域の局長レベルや地域で指導的な役割を果たす組織の代表 5 人を対象とした。同参加者に対して帰国後のフォローアップを行い、その一環として 2018 年 9 月の EXPO ツーリズムへの MITUR の参加へとつなげた。

3 年目（2018 年 4 月から 2019 年 3 月）

当年は、「実行フェーズ」の活動を遂行しながら、同時進行の「体制構築フェーズ」として、TCS 推進の体制を中央と北部地域で確立さるための活動を行った。

「実行フェーズ」では、2 年目に特定した TCS 支援に必要な活動戦略に基づき、MITUR と INFOTEP の C/P と協働で、中央と地域での活動を計画・実施・モニタリング・評価のサイクルで展開させた。また、活動の結果をもとに2017年に形成した「戦略2018」を整理・改定し、以下の6つの戦略（Line:L）とした。

表 2-3：活動戦略 2019-20

L1：マーケティングサイクルに基づき、地元資源を活用した観光ビジネスの強化
L2：観光ルートやコミュニティ・デスティネーション開発のための観光地域運営能力の強化

L3：ポジショニングのためのプロモーションと商品化の機能強化 L4：観光人材育成に関するコーディネーション能力の強化 L5：アクセス性向上のための観光インフラ整備支援 L6：持続可能な実施・調整体制の強化と推進モデルの形成

TCS 推進に関わる人材育成の活動として、INFOTEP により 2 つの研修プログラムが提案され、カリキュラムとマテリアルを支援し、2018 年 7 月に正式プログラムとして登録された。観光地域運営体制のリーダー育成についても、ニーズと現状の整理を開始した。今後も同様に TCS を支援するための手法や横展開するためのツールとして、TCS 商品の開発レベルや活用資源のタイプ、テリトリアル・グループ（GT）やムニシピオ協働体制などの観光地域運営の体制、地域で支援ユニットによるサポートなどのグッドプラクティスの抽出を始めた。

これらの活動の成果が、プロジェクト目標である TCS を推進するための能力と調整メカニズムの強化に資するものとし、現場の活動では、実際の商品開発、販売促進、プロモーション活動だけでなく、「体制構築フェーズ」として、それらを継続して行う各地域の観光運営体制とそれらをサポートするための体制を構築するなかで、リーダーシップを発揮する人材の育成を行った。

4 年目（2019 年 4 月から 2020 年 3 月）

当年も引き続き「実行フェーズ」の活動を実施しながら、その過程で「体制構築フェーズ」にあたる運営の持続性を確保し、中央と地域からの継続した支援で TCS 推進を実現する現実的な体制を構築するための活動を行った。

「実行フェーズ」では、3 年目に整理し改定した「活動戦略 2019-20」の 6 つのラインをもとに、地方での観光商品開発・運営や観光地域運営の取り組みを継続した。この活動のなかで、戦略 5（L5）の MITUR の DPP が既存の業務をしながらでは観光インフラ整備の提案までしかできず、北部地域に特化しては進めないことから、戦略 6（L6）の実施・調整体制の強化に含め、新たな L5 として、「調整とモニタリングのための持続可能な実施体制の強化」に改定した。これを「活動戦略 2020-21」とした。以下のとおりである。

表 2-4： 活動戦略 2020-21

L1：地元資源を活用した観光ビジネスの強化 L2：観光ルートやコミュニティ・デスティネーション開発のための観光地域運営能力の強化 L3：ポジショニングのためのプロモーションと商品化の機能強化 L4：観光人材育成に関するコーディネーション能力の強化 L5：調整とモニタリングのための持続可能な実施体制の強化

「体制構築フェーズ」では、活動戦略を活動計画に合わせて実行しながら、その過程で TSC 推進体制の強化やメカニズムの構築を進めた。具体的には、活動成果を整理し、それを反映させた TCS 推進戦略ペーパー（案）の作成を継続した。TCS 推進の持続性を確保するためのメカニズムでは、マルチデスティネーション戦略などの上位戦略に組み込まれた TCS 推進戦略、MITUR、INFOTEP からの支援体制を軸に、中央・地域・コミュニティレベルで TCS を推進する実施体制、そして TCS 推進戦略をそれぞれのレベルや組織に適切な役割を果たすための人材を検討した。

また、これまでの成果の手順や手法の取りまとめやそれを活用できる人材育成の仕組み、中央の支援体制と地域ネットワークの構築を始めた。人材育成については、INFOTEP の研修実施体制を活用し

ながら、TCS 人材育成を強化していくための戦略を設定した。

さらに、先年に引き続き、本邦研修「コミュニティを主体とした持続的な観光地域づくりのための能力強化プログラム」を 2019 年 10 月 14 日から 11 月 2 日にかけて実施した。本プロジェクトに関係する省庁やテリトリアル・グループから計 10 人が参加した。本研修後、各研修員が作成したアクションプランをもとにフォローアップを行った。

5 年目（2020 年 4 月から 2021 年 3 月）

2020 年初頭から全世界に拡大した新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020 年 3 月下旬からドミニカ共和国の国内移動制限も始まり、国際観光客の受け入れも止まった。本来はプロジェクト最終年として実行フェーズでの成果の取りまとめから戦略案の提案を行う段階であったが、コロナ禍の観光への影響は大きく、すべての現場での活動は停止し、観光活動は一切できない状況となった。しかしながら、すでに構築していたコミュニティ、地域、中央のアクターとの関係を基盤に、いち早く感染症拡大防止のためのプロトコルの作成と普及による観光再開を見据えた活動をオンラインで開始した。一方で、この時期に行われた大統領選挙を含む全国選挙の結果、大きな体制の再編成があり、これまで協働を行っていた MITUR の C/P の多くが入れ替わった。MITUR の新体制に対してオンラインによるプロジェクトの説明などを行ってきたが、日本人専門家の現地不在やローカルスタッフの事務所への出社拒否などもあり、一時プロジェクト活動の継続が難しい時期もあった。このような状況下、当初計画ではプロジェクトの終了は 2021 年 4 月を予定していたが、新型コロナの影響が多大であり、プロジェクト目標の達成や支援を行っているコミュニティへの影響を考慮し、11 カ月の延長を決定した。その後、オンラインでできる積極的な活動の実施や地方のローカルコーディネーターの活用、残った少数の C/P へのアドバイスなどにより、2021 年 3 月までにはプロジェクトの新体制を再構築し、コロナ禍での厳しい状況下から観光生産者ユニット（UP）やテリトリアル・グループ（GT）を回復されるための支援ができる体制とした。

6 年目（2021 年 4 月から 2022 年 2 月）

ドミニカ共和国への国際観光客の戻りが徐々に始まるなか、UP や GT に対しての本格的な回復と再成長の支援を行いながら、プロジェクト終了に向けた成果の取りまとめや支援の手法や戦略案の最終的な整理を行った。地域での具体的な UP や GT の支援として、32 の UP と 15 の GT に対して、パイロットアクションとして国内観光客の取り込みのためのプロモーション、簡易インフラ整備による体験の質の向上、ポストコロナに向けた新たな商品開発などを行った。MITUR 中央では、グッドプラクティスの表彰や TCS 推進戦略ドキュメント（推進ビジョン 2030 や方法論ドキュメントなど）の作成、その他のドキュメントの整理を行った。レジリエンスを高めるパイロットアクションとして人材育成や事務所環境の整備などをおこなった。また UNWTO のリカバリープランのプロジェクトを 11 月から開始し、6 カ所の開発重点地域と 5 つの項目での調査を実施した。2022 年 2 月にはプロジェクトの成果の発表と関係者間での経験共有を目的とした北部地域リージョナルセミナーを開催した。

2-2 プロジェクト実施体制

プロジェクト実施体制は、将来にわたって TCS 推進をしていく体制を構築にするため、プロジェクト活動の実施を通してその機能を強化し、実際に機能させること意図して整備した。プロジェクト実

施体制そのものが、プロジェクト終了後も引き続き TCS 推進体制として残り、TCS 推進戦略を実現するための中心的な役割を果たしていくこと狙っていた。

TCS 推進戦略実施体制図としては、コミュニティ内で地域資源を活用した観光コミュニティビジネスの主体となる観光生産者ユニット（UP）、コミュニティレベルでの官民の関係者が協力して観光地域運営を行う主体となるべく、地域の価値を高めていくために形成したテリトリアル・グループ（GT）、リージョン・サブリージョンごとに多様な関係者が広域でのデスティネーション振興を目指して集まるリージョン・グループ（GR）、MITUR のリージョン・サブリージョンごとに配置され GR から GT、UP を支援する調整役を果たす TCS 地方ユニット、また MITUR の中央に配置され省内の関係局間や地域の TCS ユニットをサポートする TCS プロジェクト運営課、という多様な関係組織から構成される組織間調整テーブルである。

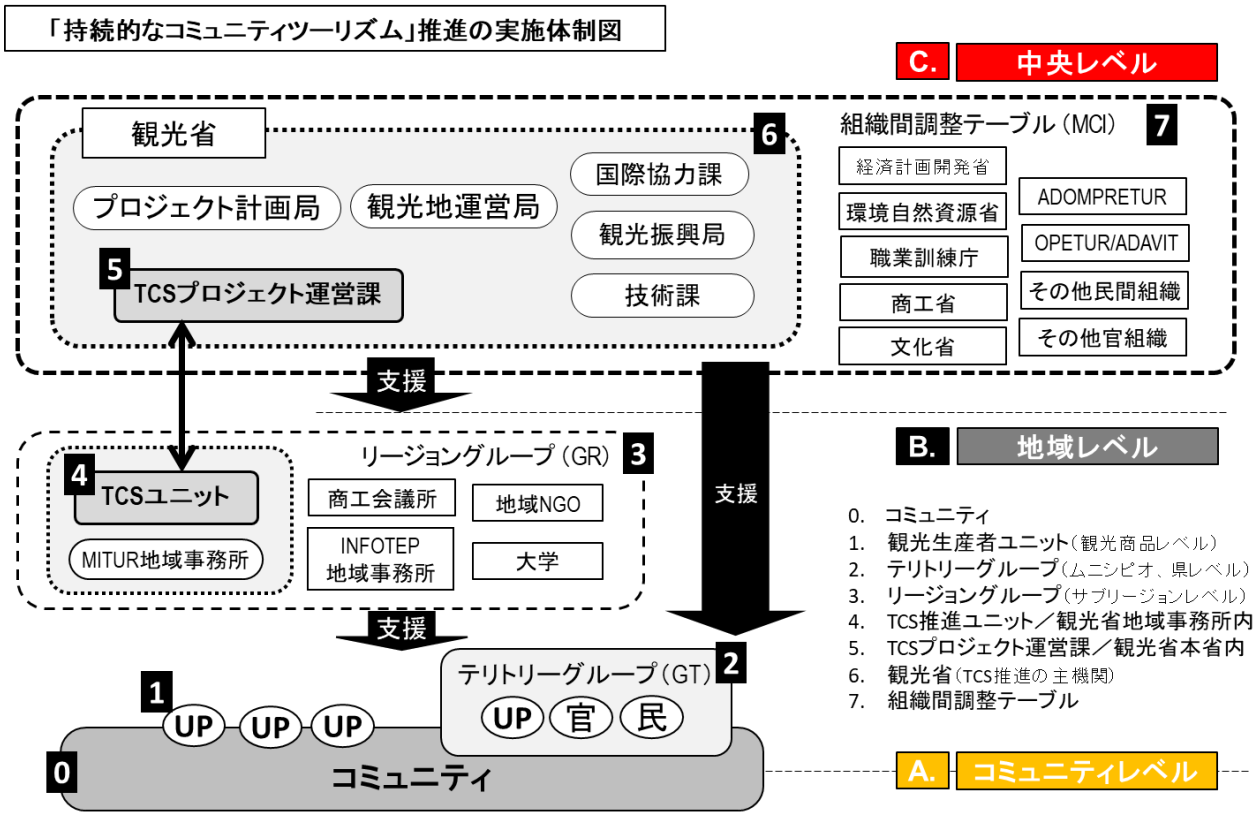


図 2-2：TCS 推移の実施体制図

図で示したように、実施体制はコミュニティ、地域、中央の 3 つレベル間での関係性の構築をしていく必要があり、プロジェクト活動も中央と地方の両方で、同時並行で遂行するため、全部で 5 カ所のプロジェクト事務所・拠点を設置した。

中央レベルでは、MITUR の DPP の事務所内に設置し、TCS 推進戦略の策定、MITUR 内他局との調整、関係する他省庁や中央の民間組織との協働促進や調整、地域への技術指導などの役割を果した。地域レベルでは、4 カ所の拠点を設置し、シバオ北部を所管とするプエルトプラタ県の MITUR の DPP 支局内の TCS ユニット、シバオ北西部 4 県を所管とするバルベルデ県 Mao の MITUR 事務所、シバオ南部 3 県を所管とするサンチャゴ・ラミレス県 Cotui の MITUR 事務所、人材育成に関連した活動を調整するサンチャゴ県 Santiago の INFOTEP 北部地域事務所内にそれぞれプロジェクト拠点を構え、プロジェクトスタッフを配置し、地域での C/P に相当するスタッフとの共同や地域関係者との調整を行った。

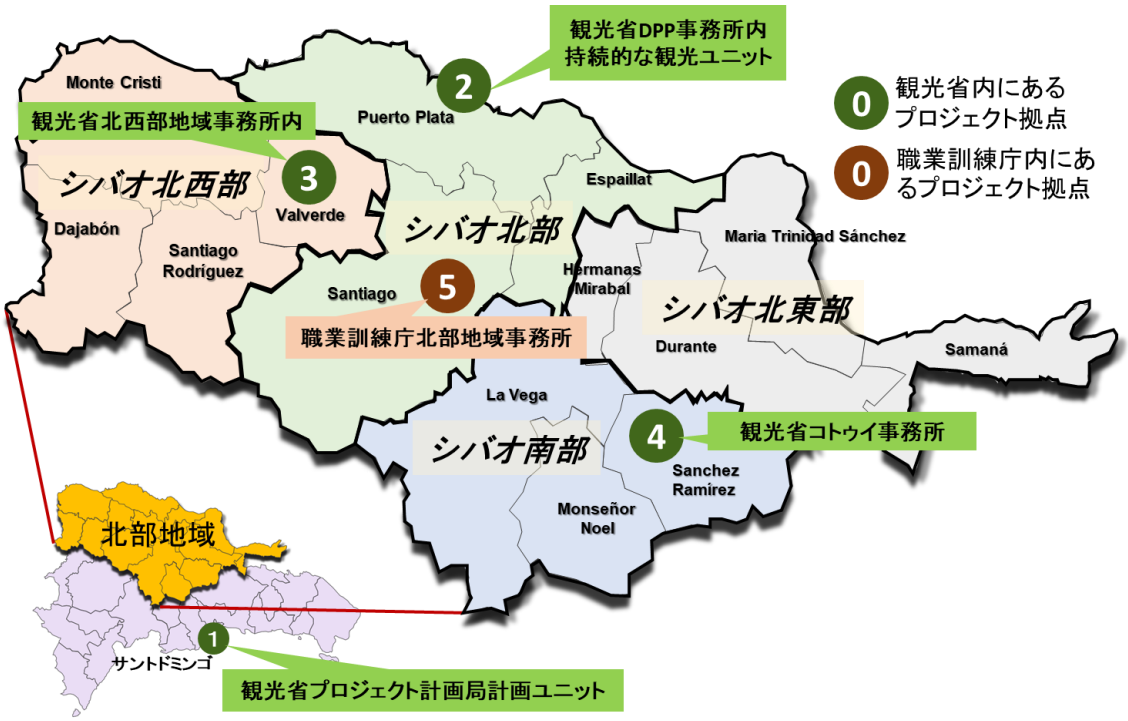


図 2-3：5 カ所に設置したプロジェクト事務所・拠点

2-3　プロジェクトの活動内容（業務フローチャートに沿って）

本項では、特記仕様書の「業務内容」に則り実施した活動内容について記載する。詳細については、これまでに提出しているモニタリングシート 1 号から 12 号を参照のこと。

【共通事項】

(1)　ワークプランの作成

2016 年 5 月にワークプランを作成し、関係者に配布した。

(2)　プロジェクトの進捗モニタリング

1）モニタリングシートによるモニタリング

プロジェクト活動のモニタリングは、関係者間でプロジェクト活動の進捗状況を確認し、課題があればその対応を検討して現場で実施し、円滑に当初合意されたプロジェクト目標を達成するために重要であった。

- 現地業務従事中の専門家と JICA 事務所間で必要に応じて報告会議を開催する。
- 四半期ごとに MITUR、INFOTEP、経済計画開発省、JICA 事務所、専門家によるモニタリング定例会議を開催する。
- 半年ごとにモニタリングシートを提出する。
- 年に 1 回、合同調整委員会（JCC）を開催する（必要に応じて適時追加開催）。
- 専門家が短期派遣ベースのため、ローカルスタッフを JICA 事務所との窓口とする。

プロジェクト活動を進めるにあたり、多くのプロジェクト関係者間の調整が必要であったことから、モニタリング定例会議を重要視した。当初は四半期に1回程度であったが、プロジェクト中期からは3カ月ごとに1回程度行う形とし、その結果をふまえて、半年ごとにモニタリング報告書を作成した。モニタリングの取りまとめた状況についても関係者間で定期的に共有を行った。プロジェクト中期から後期にかけてのモニタリング報告では、プロジェクトのプロジェクト・デザイン・マトリクス（PDM）に則ったモニタリングに加え、仮の TCS 推進戦略を示したことから、戦略に基づいて活動計画の実施とそのモニタリングを行った。

このように関係者間と定期的にモニタリング会議を行っていたため、2020 年 3 月以降のコロナ禍においては、オンラインにより 1～2 カ月に 1 回程度行い、課題に対応したほか、2020 年 8 月の政権交代の際もすぐに対処した。

2）モニタリング報告書

第 1 号となるワークプラン、事業進捗報告書、本事業完了報告書を含めて 13 回作成した。モニタリング報告書の提出時期は以下のとおり。

表 2-5：モニタリング報告書の実績表

	報告書	提出月
1	モニタリング報告書第1号／ワークプラン	2016年5月
2	モニタリング報告書第2号	2016年10月
3	モニタリング報告書第3号	2017年4月
4	モニタリング報告書第4号	2017年10月
5	モニタリング報告書第5号	2018年5月
6	プロジェクト事業進捗報告書／モニタリング報告書第6号	2018年10月
7	モニタリング報告書第7号	2019年5月
8	モニタリング報告書第8号	2019年10月
9	モニタリング報告書第9号	2020年4月
10	モニタリング報告書第10号	2020年10月
11	モニタリング報告書第11号	2021年4月
12	モニタリング報告書第12号	2021年10月

3）合同調整委員会の開催

プロジェクトの合同調整委員会（JCC）については、計画通りほぼ毎年で計 6 回開催した。加えて、プロジェクト開始時のプレ JCC とコロナ禍下での臨時 JCC で計 3 回招集された。JCC の主な内容と参加者は以下の表 2-6 のとおりである。

表 2-6：合同調整委員会の開催実績表

	主な内容	主な参加者
プレ JCC 2016年5月	プロジェクトキックオフ会議との位置づけで、プロジェクトの背景、実施方針、ワークプラン、実施体制について4者間で合意した。また第1回 JCC について当初は7月を想定していたが、大統領選挙に従う人事異動なども考えられることから、体制が整う 2016 年 11 月ごろに実施することで合意した。	MEPyD 国際協力局次官と 2 国間局長、MITUR の DPP 局長、INFOTEP の戦略担当官、JICA 事務所次長、プロジェクト総括。

	主な内容	主な参加者
第1回JCC 2016年11月	議事次第に沿って関係機関の代表が挨拶した後、プロジェクトC/Pからプロジェクトの構成、実施方針と実施体制についてプレゼンテーションした。続いて専門家がプロジェクト活動の進捗状況、特にパイロットプロジェクトの内容に焦点を当てて現状の説明を行った。また今後実施予定の活動計画と課題を説明し、次期計画についてJCCメンバーの合意を得た。JCCメンバーとMCNメンバーの意見交換の中で、MCNによる調整を通して具体的な支援を展開していくことが確認された。	MITURのDPP局長、INFOTEPの戦略部局長と北部地域局長、MEPYDの経済計画開発省から二国間協力局長、JICAの事務所長、プロジェクト総括。
第2回JCC 2017年12月	プロジェクト進捗状況の確認として主に以下の点を取り上げた。TCS戦略ドキュメント（戦略案とアクションプラン）バージョン1と今後の改訂についての計画、2018年のプロジェクト活動の北部地域7県への集中と戦略による取り組み、MITURにコミュニティツーリズム実施ユニット設置の必要性、中央調整テーブルの強化、地域レベルでの実施体制の具体化（例えばMITUR北西部地域事務所やINFOTEP北部事務所の役割強化と連携体制構築）によるTCS推進体制の整備、戦略案策定過程や活動実施における関係組織との理解と信頼関係の構築の重要性、上位政策との調整、既存組織の機能を考慮した投入、コミュニティにおける自然災害への脆弱さへの対応の必要性、などである。	MITURの国際局次官とDPP局長、INFOTEPの戦略部局長と北部地域局長、MEPYDの二国間協力局長、JICAの事務所長、プロジェクト総括。オブザーバーとして、文化省から文化遺産副大臣、環境自然資源省からエコツーリズムユニット長、商工省から中小零細企業支援ユニット担当、MITURの他局からは、国内プロモーション局長、国際プロモーション局長、企業・サービス局長、プロジェクト総括。
第3回JCC 2019年2月	2018年の活動報告では、各支援ラインでの成果を発表し、2019年の活動方針の活動計画の概要を示した。また、これまでの取り組みで得られたTCSビジネス支援の手順やツールを発表し、今後の支援強化と拡大の過程で活用しながら改善していくことを示した。今後の活動の課題としては、TCS普及のため人員の適切な配置を含めた体制の形成と、DPPのイニチアチブによる2030年を目標とした戦略案の修正を挙げた。	MITUR副大臣（国際協力担当）、MITURプロジェクト計画局長、INFOTEP北部地域局長、経済計画局二国間協力局代表、JICAドミニカ共和国事務所次長、プロジェクト総括。
第4回JCC 2020年3月	初めて地方（エスパイジャット県モカ市）で開催したJCC。MITURとINFOTEPの担当ならびに総括が支援ラインごとの活動の進捗状況、今後の課題と2020年の活動計画、中央調整テーブルの形成を含んだ省庁間合意の署名に向けた準備状況などについて発表した。	MITURからはプロジェクト計画局局長、INFOTEPからは戦略局長と北部地域部長、MEPyDからは国際協力局長、JICA事務所所長、プロジェクト総括が参加。オブザーバーとして環境省、文化省、商工中小企業省の代表、サンチャゴ商工会議所、エスパイジャット県から県知事、国会議員、モカ市長も出席。
緊急JCC 2020年7月	コロナ禍の影響をふまえた対応を協議した。感染症拡大防止のためのプロトコル導入について観光再開を見据えて進めるとともに、UNWTOによるリカバリープラン（全国を対象）の実施の検討を行った。コロナ禍の状況	MITURからはプロジェクト計画局局長、INFOTEPからは戦略局長と北部地域部長、MEPyDからは国際協力局職

	主な内容	主な参加者
	ではプロジェクト期間では目標の達成は難しいが、約 1 年間の延長により達成する努力を行っていくことを確認し、その手続きを進める準備を行うことで合意した。	員、JICA 事務所所長、プロジェクト総括が参加。
新体制下での臨時 JCC 2020 年 9 月	新政権となり MITUR の C/P である計画プロジェクト局の局長をはじめ、すべての副大臣と主要な局の局長が交代したことから、新たな体制におけるプロジェクト実施体制と活動の継続について協議を行った。これまでどおりのプロジェクト活動と実施体制を維持するほか、他局との協力を積極的に行っていくことが示された。	MITUR からは新たに就任したプロジェクト計画局局長、国際協力担当副大臣、INFOTEP からは北部地域部長、MEPyD からは二国間協力局長、JICA 事務所次長、プロジェクト総括が参加。
第 5 回 JCC 2021 年 5 月	コロナ禍での活動の進捗、今後の方針をプロジェクト終了後の継続性をふまえて協議を行った。MITUR、INFOTEP のコミットメントが昨年からの新体制下でより高まっており、課題となる関係省庁との必要な調整を進めていくことを確認した。また UNWTO によるリカバリープラン策定の再委託について、その実施の枠組みについても確認した。会場に TCS のバナーや実際の商品の展示を行い、北部地域の商品見本をシバオ・バスケットに詰め合わせて紹介した。	MITUR からは国際協力局副大臣、DPP 局長、観光振興局副大臣、職業訓練庁からは戦略開発局長、北部地域局長、経済計画開発省から国際協力局副大臣、二国間協力局長、JICA 所長、次長、日本国大使館経済協力担当、在日ドミニカ共和国大使が参加し、オンラインでは JICA 本部担当、UNWTO の技術担当・調整担当が参加。
第 6 回 JCC 2022 年 3 月	プロジェクト活動の成果の確認、TCS 推進ビジョン 2030 の確認、今後のドミニカ共和国政府側関係機関のプロジェクト終了後のコミットメントの確認。	MITUR、INFOTEP、MEPyD, JICA

(3)　本邦研修の計画・実施

プロジェクトの本邦研修については、プロジェクト期間中計 3 回の実施を計画した。適切なタイミングでの研修を実施し、現場での TCS 推進体制の構築を目的として、第 1 回は中央レベルまたは地域レベルで政策や戦略の策定での役割が期待できる局長や部長レベルの人材として 5 人の研修員を選定し、2017 年 10 月に実施した。北陸先端科学技術大学院大学の敷田麻実教授が研修プログラムを監修し、実績のある講師による座学の他、北陸地方と関東近郊を中心に現地視察を行い、これらの学びを反映させたアクションプランを策定した。

第 2 回の本邦研修は 2019 年 10 月に実施し、中央、地域、コミュニティレベルで活躍する人材を 10 人選定し研修員として派遣した。異なる立場から日本での体験を通してどのように環境の異なるドミニカ共和国に応用していくのか議論を深めていくことを意図した。同じく敷田教授監修の研修プログラムのもと、官民学の現場で活躍する講師による座学の他、北陸地方と関東近郊を中心に現地視察を行い、開催中だったツーリズム EXPO ジャパン 2019 に参加し、ドミニカ共和国のブースにおけるプロモーション研修も実施した。その他、ドミニカ共和国と交流のある松戸市への表敬訪問や、これらの学びを反映させたアクションプランの策定を行った。

第 3 回の本邦研修は 2020 年に実施する予定だったが、COVID-19 の影響で実施の目途が立たず、2021 年 11 月にオンライン形式で研修を実施した。オンラインライブによる 11 の講義、Youtube に講義を収録したオンデマンド配信による 9 つの講義、アクションプラン策定に有用な PCM 研修などを実施し、

これらの学びに基づきアクションプランの策定を行った。同オンライン研修には 13 人の研修員が参加し、来日研修は実現できなかったものの、日本文化紹介のセッションを設け、日本文化や JICA の取り組みへの理解の促進を図った。

このように、COVID-19 の影響を受けつつも、予定どおり 3 回の研修を実施し、28 人の研修員の参加を得た。同研修は、研修員のプロジェクトへの巻き込みに大きく寄与し、研修員間のネットワークは研修後においても続いている。また、研修後の JICA と研修員とのネットワーク構築には JICA ドミニカ共和国事務所が取り組んでおり、ドミニカ共和国での JICA 事業への積極的な関与が期待される。

（4） 広報活動

プロジェクトの広報活動については、TCS のポジショニングとしても TCS 戦略と関連させアクションプランの中に盛り込んだ。TCS に関しての記事や地元メディアのインタビュー、MITUR 広報部と協力してのビデオクリップの作成、インフルエンサーとの協力などにより、広くプロジェクト活動と TCS の広報を行った。観光メディア協会が行う年間アワードを JICA が 2018 年に受賞したほか、TCS が支援をするいくつもの観光生産者ユニット（UP）が国内外で表彰を受けた。

（5） ベースライン調査の実施

ベースライン調査として、再委託にて北部地域のコミュニティツーリズム開発のポテンシャルに関する調査を実施した。調査では、北部地域 14 県の現地調査を行い、全体で 90 のポテンシャルを特定した。これには実際にオペレーションをしているものとオペレーションはしていないが開発の可能性があるものが含まれる。リストに加え、各ポテンシャルのあるサイトの調査票に整理した。

この調査をもとに、上位目標の指標に関連してオペレーションをしているコミュニティツーリズムサイトが提供する観光商品のうち、旅行業者に販売されているサイトは 10 あることを特定した。

【成果 1 関連】

参加型手法の紹介・適用と、関係組織との協働を通じて、北部地域における TCS と地元資源の現状が診断される。

（6） 北部地域の TCS 振興に関する現状把握

現状把握のため各専門家が現状把握を行い、レポートや情報シートに整理した。組織リスト、地域資源リスト、統計資料などであり、報告書として提出した。「診断フェーズ」にて初期調査は終わらせたが、その後統計資料や組織リストなどは横展開や戦略策定・修正を進めていくにあたり必要であったため、必要に際し情報を収集し修正を加えた。

（7） 北部地域の TCS ポテンシャル調査

1）ポテンシャル調査の実施

診断フェーズでの TCS に関する基礎調査として、北部 14 県における TCS のポテンシャル調査と 9 項目の関連する分野の調査を行い、その結果を整理した。

前述したベースライン調査の中で、ローカル専門家による 14 県でのコミュニティツーリズムサイトの調査を実施した。90 のポテンシャルがあるサイトが特定され、各サイトの情報シートを作成した。戦略策定・修正時には、特定されたポテンシャルのあるサイトの情報をアップデートし、データベースとして取りまとめた。

そのほかの現状調査として、北部地域での TCS 推進に関係する情報を 9 つの大項目に区分し、各専門家が担当して情報の収集と整理を行った。現状調査の大項目は以下の表 2-7 のとおりである。

表 2-7：現状調査項目とその進捗状況

	大項目	主な項目
1	地域プロファイリング	北部地域 14 県の概要、観光状況など
2	北部地域の“地域力”	14 県の関係機関リストと地域資源リスト（仮）
3	北部地域の“観光力”	観光資源リスト、CT ポテンシャルリスト
4	プエルトプラタ県のコミュニティツーリズムに係る現状（先行プロジェクト後）	プエルトプラタの CT 商品・サービスに係る現状、コミュニティツーリズム連合(RTC)や UMPC の現状
5	北西部優先地域の現状	北西部 4 県で MITUR がデザインした 5 つのルートの現状
6	CBT に係る政策や戦略	CBT 推進に関係する政策や戦略についての資料収集と精査
7	CBT に係るプロモーション	MITUR 国内外(OPT)の CT 取り扱いに係る調査
8	観光統計	利用可能な観光統計の特定と統計資料の整理
9	参加型地域資源再発見手法	「参加型地域資源再発見ワークショップガイドラン」の改訂

各現状調査は項目ごとに報告書や地図、リストとして整理し、パイロットプロジェクトの立案や実施でこれらの情報を活用した。これらのリストやドキュメントをビジュアル化して戦略の策定などでも活用できるよう、DPP が主体となって特定した情報（地域資源、ポテンシャルのある資源、地域の特徴など）を地図上に落とし込んだ。

2）北部地域のリーダーの特定と関係構築

調査活動（ポテンシャル調査、現状調査）とパイロットプロジェクト活動を通して、リーダーの特定と関係構築を行った。プロジェクト前期に、優先地域である北西部 4 県、プエルトプラタ県、サンチャゴ県では県ごとに 50 以上の組織リストを作成し、その地域のキー組織を特定した。優先地域外の県では、地域組織の仮リストを作成し、実行フェーズでの活動を通して、関係組織リストの修正・追加を行った。

(8)　参加型アプローチの改善

プロジェクト前期に、参加型地域資源再発見ワークショップのガイドラインを作成し、シバオ北西部での県ワークショップで活用した。「参加型地域資源再発見ワークショップのガイドライン」からはじまり、実行フェーズで実施した活動を体制構築フェーズにて手法や手順を示すガイドラインや実践マニュアルにまとめた。

(9)　参加型アプローチによる地域資源の特定

プロジェクト前期で、北西部 4 県での県を単位とした参加型ワークショップを実施し地域資源を特定した。プエルトプラタ県では先行プロジェクトの成果を活用した。参加型アプローチの方法論としては確立しており、県レベルでの実施体制を支援できるめどがついたところでこの手法を活用してきた（特に観光開発途上県では有効)。この参加型アプローチによる地域資源特定は、新たに展開する地域での情報収集の手法としてだけでなく、関係者間の関係づくりや地域の価値の再発見の手法として活用することができた。

（10） テリトリアル・グループ候補の選定

プロジェクト前期で、シバオ北部とシバオ北西部の 7 県において、パイロットプロジェクトなどを通してテリトリアル・グループ（GT）の中心となる組織を特定し、グループでの活動を行った。プロジェクト中期から後期にかけて、シバオ北東部とシバオ南部の 7 県へ拡大させた。支援を行った GT については、「ムニシピオレベル」「複数市レベル」「県レベル」で観光生産者ユニット（UP）の支援を行いながら、または既存の観光クラスターや開発委員会、地元 NGO などすでに GT としての機能を果たしている組織があるところは、新たな体制を形成するのではなく、それらの既存組織を取り込んで支援をした。

【成果 2 関連】

プエルトプラタ県とシバオ北西部 4 県の事例をもとに、北部地域における TCS を推進するための戦略と計画が策定される。

診断フェーズで収集・整理した情報から、パイロットプロジェクトを立案し、その実施結果と教訓からその後の戦略フェーズで TCS 推進戦略案を作成し、その戦略に沿った活動計画を策定するデザインであった。同時にこれらの活動を通して、プロジェクト対象地域である北部地域 14 県における TCS 推進のための体制づくりを、中央の DPP と地域拠点の双方で行うこととしていた。

（11） プエルトプラタ県、及び北西部 4 県におけるパイロット活動計画の策定・実

プロジェクト前期の開発フェーズにパイロットプロジェクト 5 件を実施した。パイロットプロジェクトの対象地域を先行プロジェクトのプエルトプラタ県、北部地域の中心サンティアゴ県、そしてシバオ北西部 4 県とした。パイロットを実施するにあたっては、①プロジェクトが単独で行うのではなく、MITUR を中心に関係機関と協働で実施する、②活動を行いながら実情に合わせ、成果を発現するよう必要に応じて修正する、③パイロットプロジェクトの実施で得られた体制をワーキンググループの基盤として想定し、次のアクションにつなげる、④他の地域への効果的かつ効率的な展開・応用を目的に、パイロットプロジェクトで用いる手法・手段・プロセスを検証・整理する、の 4 点を意識し、パイロットプロジェクトの成果を取りまとめた。

実施したパイロットプロジェクトは、以下の表 2-8 の 5 件である。各パイロットプロジェクトの意図と教訓は、活動進捗報告書（2018 年 1 月）を参照のこと。

表 2-8：パイロットプロジェクト一覧表

PP1	プロモーションツール作成を通した、CBT のマーケティングサイクル改善プロジェクト
PP2	コミュニティ参加型の広域デスティネーションの基盤づくりプロジェクト
PP3	大学生による観光ルート・テーマ形成プロジェクト
PP4	官民協力による観光情報センター運営改善プロジェクト
PP5	地域資源情報マッピングプロジェクト

（12） 総合的な北部地域 CBT 戦略とアクションプランの策定

1）総合的な北部地域 TCS 戦略の策定

パイロットアクションの成果をふまえ、戦略策定のためのワーキンググループを MITUR の DPP のス

タッフを中心に形成し、戦略会議を重ねて TCS の理解や推進の方針の議論をしたうえで、最初の草案を完成させた（2017 年 12 月）。TCS 推進戦略として 3 つ軸と 10 の指針からなるもので、20218 年はこの戦略に基づいて活動を実施した。上位戦略であるマルチデスティネーション戦略と関連付けるため、DPP のマルチデスティネーション戦略策定の主力メンバーを WG に加え、2019 年初頭に見直しを行った。戦略策定は段階的に進め精度を上げていった。

このように戦略策定については、仮戦略に基づいて活動を実施し、活動の進み具合や成果をふまえて戦略に反映させ、おおよそ 2 年の周期で 2017 年、2019 年、2022 年に 3 回行って精度を上げた。

2） 総合的な北部地域 TCS 戦略に基づいたアクションプランの策定

前述のように仮 TCS 推進戦略に基づきアクションプランを策定した。アクションプランの策定にあたっては、2017 年 10 月に中央調整テーブルで議論を行い、2017 年 12 月の JCC で承認する形をとった。この最初のバージョンは、MITUR の年間活動計画（POA）とも関連付けをさせることができたため、その後も POA の中に TCS 推進が盛り込まれている。2019 年の修正版となるバージョン 2 は、では、北部地域 TCS 推進計画をサブリージョンに分けて整理し、2019 年 2 月の JCC で承認を得た。サブリージョンごとの計画を加え、プロジェクト活動の実施とそのモニタリング結果をふまえ、プロジェクト後期に最終的に見直しを行った。アクションプランの実施を通して成果 4 のより実効的な実施体制を構築し、戦略案の最終版にも戦略実施体制として反映させた。

（13） テリトリアル・グループの地元アクションプランの策定のための支援

プロジェクト前期のパイロットプロジェクトでの取り組みから、シバオ北西部の 3 県（バルベルデ県、サンチャゴ・ロドリゲス県、ダハボン県）のテリトリアル・グループ（GT）のアクションプランの策定を最初に行った。仮戦略の下に策定した全体のアクションプランの中で、「ムニシピオレベル」「複数ムニシピオレベル」「県レベル」での GT のアクションプラン策定への支援を盛り込んだ。それぞれの地域の観光生産者ユニット（UP）の支援のほか、地域観光のプロモーションなどを官民連携で行う体制を支援した。すでに同様の機能を持つ組織（観光クラスター、観光開発委員会、地域 NGO など）がある場合には、それを GT として TCS のコンセプトを実現するための働きかけを行った。

（14） テリトリアル・グループの人材育成計画の策定

人材育成計画については、戦略の一つで INFOTEP の TCS 人材育成プログラムとして強化していく位置づけとした。TCS 人材育成プログラムとしては、TCS 人材の育成に特化した研修コースの形成と実施、既存の研修を強化して活用した人材育成の実施、TCS にかかる啓発活動の実施、ファシリテーターや講師の強化、そしてこれら TCS 人材の育成の機会を効果的効率的に活用できるようなプログラムへの整理を計画した。これらの活動については、INFOTEP 北部地域事務所を拠点として、INFOTEP の各サテライト支部、中央の研修立案局などを巻き込み、TCS 運営コースの公式化や北部地域全体への拡大、関連コースの充実を目指した。

【成果 3 関連】

北部地域における TCS を推進するための地域レベル、地元レベルのアクションプランの活動が実施される。

（15） 総合的な北部地域 CBT 戦略とアクションプランの実施支援

総合的な TCS 推進戦略案に沿ったアクションプランを実施した。2018 年から 2019 年では、中央レベルで 3 つの戦略、地方レベルで 3 つの戦略で進め、2019 年から 2020 年は全体で 6 つの戦略に統合し、1．TCS ビジネスの強化、2．観光地域運営の強化、3．プロモーション強化、4．観光人材育成、5．観光インフラ整備支援、6．実施・調整体制の強化、で活動を実施した。その後、2020 年以降のコロナ禍下、新たに観光レジリエンスの向上を加え一部を整理し、最終的に 1．TCS ビジネスの強化、2．地域ブランドと観光地域運営の強化、3．プロモーション強化、4．観光人材育成強化、5．ガバナンスの強化、6．観光レジリエンスの強化、の 6 つの戦略でアクションプランを実施した。これまでに実施した活動についてはモニタリング報告書に詳細を記載しているが、実施成果のまとめは別添を参照とする。

（16） テリトリアル・グループの地元アクションプランの実施支援

地域レベルでのアクションプランでは、主に観光コミュニティビジネスの観光生産者ユニット（UP）の活動強化とテリトリアル・グループ（GT）の活動強化を行った。UP と GT の活動実施支援については、TCS 推進戦略案の戦略 1 と戦略 2 に対応し、これらのグループへの支援をパイロットアクションとして実施してきた。UP を支援するパイロットアクションとして、シバオ北部では 11 件、シバオ北西部では 10 件、シバオ北東部では 5 件、シバオ南部では 5 件の UP を対象として実施した。また観光運営体制の基盤となる GT へはシバオ北部では 4 件、シバオ北西部では 5 件、シバオ北東部では 2 件、シバオ南部では 3 件の GT を対象として実施した。プロジェクト初期では、シバオ北部とシバオ北西部を対象としていたが、2019 年より地域を拡大し、シバオ北東部とシバオ南部でのパイロットアクションを実施した。その実施状況については別添を参照のこと。

（17） テリトリアル・グループの人材育成計画の実施支援

INFOTEP を中心とした人材育成計画の実施としては（14）で示したとおり、6 つの戦略の 1 つとして位置づけ、1．TCS 人材の育成に特化した研修コースの形成と実施、2．既存の研修を強化し、活用した人材育成の実施、3．TCS にかかる啓発活動の実施、4．ファシリテーターや講師の強化、5．これら TCS 人材の育成の機会を効果的効率的に活用できるようなプログラムへの整理と実施体制の構築、をアクションプランとした活動を実施した。人材育成は他の戦略とも関わり連携しながら実施した。人材育成計画の実施としては、別添で戦略 4 と関連して記載する。

（18） テリトリアル・グループの相互訪問

テリトリアル・グループ（GT）の相互訪問については、単独の活動としてではなく INFOTEP と形成した TCS 運営コースの中に他事例の訪問を入れ込み、事前の基礎知識や背景を理解したうえで効果的な学びができるよう配慮した。Dajabon のテリトリアル・グループ、Mansanillo のカヤックグループ、Montecristi の自然ガイドグループ、Las Galeras のガイドグループ、Sanchez のカヤックグループ、Sonador の自然ガイドグループなどが先行事例となる Jamao Ecotours を研修プログラムの中で訪問した。

また相互訪問に相当する活動としては、2019 年 9 月の EXPO シバオがあげられ、観光生産者ユニット（UP）や GT の人材が対外的に協力して地域のプロモーションを行い、リーダー間の交流・協力・協働により、地域全体で取り組む基礎ができた。

当初はプロジェクト後期に相互交流の場を多く設ける想定としていたが、コロナ禍の影響で直接の訪問は難しい状況となったことから、オンラインでの UP や GT による活動紹介に切り替えて実施した。

（19） テリトリアル・グループ自身による活動モニタリング

地域でのコミュニティツーリズムの主体となるテリトリアル・グループ（GT）が作成したアクションプランや、観光生産者ユニット（UP）によるビジネスプランの実施や共同で作成したパイロットアクションの実施モニタリングを支援した。各 GT や UP の状況に応じ、サブリージョンごとの体制で活動の計画・実施・モニタリング・改善のサイクルを回す支援を行い、指導の際にはメンバーの能力強化を重視して行った。

【成果 4 関連】

北部地域における TCS 活動を促進するための組織的な枠組みが確立される。

（20） MITUR によるテリトリアル・グループの活動のモニタリング

MITUR 側の TCS 支援体制として中央での TCS プロジェクト運営課、地域での TCS ユニットの形成を提案し、3 カ所の MITUR 地方事務所や 1 カ所の INFOTEP 北部地域事務所から、テリトリアル・グループ（GT）や観光生産者ユニット（UP）への活動モニタリングや指導ができる体制を構築した。その体制下、UP や GT のアクションプランやビジネスプランを支援するパイロットアクションを実施し、MITUR と INFOTEP の担当者と定期的に活動モニタリングを行った。プロジェクト中期では 3 カ月から 4 カ月おきにプロジェクト全体でモニタリング会議を開き、策定したアクションプランの戦略とサブリージョンごとに活動の進捗発表と方針の決定・修正を行った。この会議には、MITUR と INFOTEP の担当、プロジェクト専門家に加え、調整役の MEPyD の担当、JICA の担当の参加もあった。コロナ禍と重なるプロジェクト後期では、オンラインによる 1 カ月から 2 カ月おきに同様の目的でモニタリング会議を開いた。2021 年からは政権交代後に新たに TCS 推進に関わるようになった MITUR の人材も加え、会議を継続させた。

（21） セミナー等の開催

セミナーの開催は、TCS の商品やサービスの紹介、プロジェクトで得た教訓や TCS 推進の方針などを広く共有し、商品や活動の改善と新たな取り組みに結び付けることを目的としてる。プロジェクト中期においては、サブリージョン内でのセミナーとして、TCS 商品開発のワークショップをはじめ、シバオ南部の TCS 推進に関する複数のワークショップ（4 月から 7 月）、シバオ北西部の OPT 能力強化のための複数のワークショップ、インフルエンサー向けの TCS 紹介ミニワークショップを実施した。また全体向けには、メディア向けの TCS 紹介、地域ブランド・デスティネーションシバオのパネルディスカッション、インフルエンサーによるシバオの魅力紹介セミナーなどを開催した。2020 年からはオンラインでの実施に切り替え、より効率的に実施できるようになり、コロナ対策のプロトコル指導セミナー（3 回）、39 の観光生産者ユニット（UP）と GT による活動紹介セミナー（2 回）、国内・海外ツアーオペレーター向けコミュニティ自身の商品紹介セミナー（2 回）などを行った。

プロジェクト終了にあたり、2022 年 2 月にサンチャゴにて最後の成果発表となるセミナーを開催した。UP や GT の代表、MITUR、INFOTEP、環境省、MEPyD の関係者、メディアやインフルエンサーなど多様な参加があった。プレゼンテーションでは、プロジェクト全体の成果を総括より、TCS 推進ビジョン 2030 を MITUR、TCS 人材育成を INFOTEP、プロモーションを専門家がそれぞれ活動成果を紹介したあと、4 つのサブリージョンごとにコーディネーターとコミュニティの関係者が、商品とその開

発のための活動の紹介を行った。また会場にはプロジェクト成果の展示のほか、各サブリージョンのブースを設置し、コンセプトのもと商品などを共同で紹介できる場を設けた。このセミナーは、関係者やメディアを通してビジュアル化したプロジェクト成果を紹介し、TCS のポジショニングを向上させ、関係者により今後の TCS 推進のコミットを示す場となった。

（22） 成功例をまとめたハンドブックの作成

成功例をまとめたハンドブックにあたるドキュメントは、プロジェクトで支援した観光生産者ユニット（UP）やテリトリアル・グループ（GT）の活動を紹介するマテリアルやそこで活躍した人材の紹介、またプロジェクトで実施した調査結果やプロモーションマテリアルなど幅広く取りあげた。実際に作成をしたマテルアルは、個別事例を紹介したグッドプラクティス集、UP と GT の活動を紹介したカタログとプロファイル、プロジェクトで作成してきた成果品集、プロジェクトで支援をした人材カタログとなる。

個別事例を紹介したグッドプラクティス集は、プロジェクト活動として開始し、最終年に MITUR がイニシアチブをとって進めたグッドプラクティス発表イベントで表彰された個別事例を整理したものである。

UP と GT の活動を紹介したカタログとプロファイルは、プロジェクトが TCS ビジネスとして支援をした 32 の UP と地域観光運営体制の基礎となる 15 の GT とその活動を紹介したカタログと、これら UP と GT の組織・パイロット活動とその実施状況をまとめたプロファイルを整理した。

プロジェクトで支援をした人材カタログは、コミュニティレベルで、TCS サイトでローカルガイド・ネイチャーガイド・地元サポーターとして活躍する人材を紹介したカタログ、TCS の現場での実践を支援するコーディネーターや INFOTEP の TCS 分野のプログラムを教えるファシリテーターを紹介した人材カタログ、コミュニティレベルで実際に TCS を推進する UP や GT の地域リーダーとして活躍する人材を紹介したカタログを作成した。

これらプロジェクト期間中に蓄積した多様な事例や実際に現場で TCS を推進しているコミュニティグループ、またそこで活躍する人材の情報を整理しマテリアル化して紹介することで、今後の他地域での応用や北部地域での継続した TCS 推進に結び付けられていくことを期待している。

図 2-9：プロジェクトの経験からの方法論ドキュメント

マニュアル	
MA1-01	持続可能なコミュニティツーリズム起業家のためのマニュアル
MA2-01	テリトリアル・グループの形成と強化に関するマニュアル
MA3-01	TCS プロモーションマニュアル
MA4-01	コミュニティ向け INFOTEP の TCS プログラム活用マニュアル
MA5-01	地域コミュニティ観光のための地域事務所基礎運営マニュアル
実践ガイド	
GP1-01	地域住民参加型地域資源特定ワークショップ実践ガイド
GP1-02	デジタルマーケティング A（個別ビジネスレベル）実践ガイド
GP1-03	観光生産ユニットの持続的な運営のための実践ガイド
GP1-04	テーマ性のあるルート準備のための実践ガイド
GP2-01	地域資源の再発見と価値づけのための実践ガイド
GP2-02	テーマ性のあるルート準備のための実践ガイド
GP2-03	地域組織への TCS 啓発活動・調整業務のための実践ガイド

GP2-04	テリトリーの共通ビジョン形成のための実践ガイド
GP3-01	観光デスティネーション紹介実践ガイドライン
GP3-02	地域観光デスティネーションプロモのための視聴覚マテリアル制作実践ガイド
GP3-03	ファムトリップ実施のための実践ガイド
GP3-04	観光情報システム運営のための実践ガイド
GP3-05	デジタルマーケティング B（地域レベル）実践ガイド
GP4-01	INFOTEP の研修調整のための実践ガイド
GP4-02	INFOTEP の研修フォローアップのための実践ガイド
GP4-03	ローカルガイド・ネイチャーガイド・地域サポーター支援のための実践ガイド
GP5-01	登録のための実践ガイド
GP5-02	地域事務所開設・維持のための実践ガイド
GP5-03	地域事務所の日常の運営のための実践外ガイド
GP5-04	活動の計画・実施のための実践ガイド
GP5-05	活動のモニタリング・評価のための実践ガイド
カタログ	
CA5-01	組織の支援ツールカタログ
CA4-01	人材育成研修カタログ
CA4-02	TCS コーディネーター・ファシリテーターのタレントカタログ
CA4-03	コミュニティリーダーのタレントカタログ
CA4-04	ローカルガイド・ネイチャーガイド・地域サポーターのカタログ

（23） 研修プログラムの開発

プロジェクトで支援をして開発した TCS の人材育成を行う研修のプログラムは 3 件あり、また現在直面する人材育成の課題から既存の研修の改善や新たなプログラム形成のための基礎を構築したものが 2 件ある。

新たな研修の立案については、TCS の現場で直接観光客を受け入れるサービスを提供したり、商品を製造・販売したりする人材の育成と、地域のリーダーやコーディネーターとして活躍を期待する人材の育成の 2 つのレベルでニーズを特定した。一方 INFOTEP の正式な研修として登録するためのプロセスをみえる化し、その手順を中央の研修立案担当官と一緒に進めた。正式な登録のためのプロセスとしては、特定した研修テーマでカリキュラムの作成、研修マテリアルの作成、ファシリテーター向けの研修の実施、INFOTEP 本省での仮登録、現場での試験的な実施、実施結果の評価をしたうえで改善を行い、最終登録となる。このような INFOTEP 内で公式化したプログラムは以下の 3 件である。TCS 推進を現場で進める人材向けの「コミュニティ・ベースド・ツーリズムの運営」（Gestor de Turismo Basado en la Comunidad）研修、特にコミュニティ観光ビジネスに特化した人材向けの「持続可能なコミュニティツーリズムの起業家」（Emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible）研修、地域で TCS の推進を担うリーダー向けの「TCS コミュニティリーダー」（Líderes Comunitarios de TCS）研修である。

現在ある人材育成研修での課題に対応した取り組みでは、MITUR、INFOTEP、環境省の担当者からなるワーキンググループを形成し、ローカルガイド・ネイチャーガイド・地元サポーターの育成をテーマとしたプログラムの統一を目指した活動を行った。取り組みでは、MITUR のガイド登録の仕組みに課題があり、ナショナルレベルとローカルレベルでのカテゴリーがあるが、後者は特に曖昧であること、その育成や資格の取得のための手順が不明確であること、INFOTEP は人材育成をするが事前の MITUR への通知がされないため研修修了の登録が毎回複雑になること、環境省の対象範囲である資源保護区内でのガイドサービスを提供するネイチャーガイドの資格は、MITUR には認知されておらず、

現場で混乱が生じていること、その取得についても INFOTEP の研修同様の問題があることなどの課題を明らかにした。これらの課題に対し、MITUR と環境省のローカルガイド・ネイチャーガイドのカテゴリーと登録システムを明確化することを提案し、環境省のネイチャーガイドのための人材育成研修のマテリアルを改善してデジタル化し、パイロットとしてモンテクリスティ県の 2 グループに対する研修の実施を支援した。また 2 件目の新たな研修プログラムの基礎づくりとして、現場での相互交流を INFOTEP の研修として行うための枠組みを提案し、研修カリキュラムを提案してシバオ北部と北東部の 3 グループに対して Jamao Ecotours の事例を研修内容として試験的に実施した。

（24） TCS を持続的に振興するための体制に関するガイドラインの作成

TCS を広く普及していくための体制に関するガイドラインについては、「TCS 推進ビジョン 2030」を主要なドキュメントとして、それに関連したドキュメントと TCS 推進ビジョンに挙げた戦略に対応するマニュアルや実践ガイドライン、支援オファーのカタログなど、現場で TCS 推進戦略を進めていくために活用する多様なドキュメントを作成した。

TCS 推進ビジョン 2030 は、2030 年を目標年に設定したビジョン、長期・中期・短期目標に向け 6 つの戦略のもと、30 の施策からなる戦略ドキュメントであり、基本原則や実施体制を示している。プロジェクトの対象地域である北部地域だけでなく、全国を対象としており、中期・長期で南部地域や東部地域に拡大・定着させていくと想定されている。

本文の添付として、1. 南部と東部地域を含めた TCS の簡易ポテンシャル調査報告、2. 北部地域の TCS 推進戦略アクションプラン、3. 北部地域の UP と GT の事例紹介、4. MITUR の DPP が作成した地図集、を加えた。

TCS 推進のための方法論ドキュメントとしては、各戦略に対応したマニュアルとして、1. 持続可能なコミュニティツーリズム起業家のためのマニュアル、2. テリトリアル・グループの形成と強化に関するマニュアル、3. 地方自治体やテリトリアル・グループ向けの TCS プロモーションのマニュアル、4. コミュニティ向け TCS 研修の活用に関するマニュアル、5. MITUR 地域事務所向け基本運営マニュアル、をプロジェクト活動の経験から整理した。

個別活動の経験からすぐに活用できる 18 のテーマで実践ガイドラインを整理した。一部の実践ガイドラインは前述のマニュアルの中に含まれるものもある。カタログとしては、1. 関係省庁の支援ツールカタログ、2. 人材育成の支援ツールカタログ、加えて先述した 3 件の人材カタログからなる。

これらのドキュメント群により、これまでのプロジェクト対象地域である北部地域でより TCS 推進が継続・強化されていくことや、TCS 推進ビジョンで示した他地域（特に南部地域）への拡大・普及が具体的に実現されていくことを期待している。

2-4 その他の活動

2020 年 3 月からドミニカ共和国においても新型コロナウイルス感染症の拡大が確認され、当初のプロジェクト計画である PDMの活動に加え、感染症対策のための緊急支援やリカバリーに向けた支援、実施体制全体のレジリエンスを高めるための支援を行った。TCS 推進の戦略 6 の活動と一部重なる。

新型コロナウイルス感染症の対策支援

新型コロナの感染拡大症防止プロトコルの導入指導について、2020 年 4 月から 9 月にかけてプロジェ

クト関係組織だけでなく保健省の技術者を加えてワーキンググループを形成し、プロトコル導入に関する TCS コミュニティグループ向けのガイドラインの作成と普及のためのマテリアルの作成を行った。普及にあたっては 3 回のオンラインワークショップを開催し、延べ約 180 人のリーダーに対して研修を実施した。また JICA 事務所と調整プロトコルロトコル導入と現場での実施に必要な感染症拡大防止のための防護具などの購入と配布を行った。第 1 回の防護具などの配布は 2021 年 2 月までに完了させた。直接の受益者は、52 グループ、1,727 人であった。その後感染症対策のための指導を継続させ、第 2 回の配布は、28 グループ、1,515 人に対して行い、2021 年 8 月末までに完了させた。パンデミックという緊急事態下、支援が届きづらいコミュニティグループに対してコミュニケーションを取って情報を共有し、適度適切な支援を行い、可能な限り早く訪問客を受け入れる体制を整えられるよう UP や GT を指導した。その後も継続したモニタリングを行いながら場面ごとのニーズに対応することができた。

UNWTO によるリカバリープログラムの実施支援

UNWTO のリカバリープランの策定については、UNWTO との再委託契約を結び、専門家グループの選定を経て、2021 年 11 月から業務が実施された。契約期間の関係もあり、短期間に凝縮して活動が行われた。5 つの項目（観光中小企業支援、国際マーケティング戦略、観光商品多様化、観光マーケットインテリジェンス、観光レジリエンス構築）について現地調査やワークショップ・セミナーが行われた。対象地域が全国であるため、MITUR と協議して選定された 5 カ所の優先サイト（北部のプエルトプラタとサマナ、南部のペデルナレス、東部のミチェ、中央のサントドミンゴ）を対象として詳細調査が行われた。2022 年 2 月にステアリング委員会を開催し、その調査報告を MITUR の関係者を中心に行った。

レジリエンスを高めるためのパイロットアクションの実施

レジリエンス強化のために以下のパイロットアクション 4 件を実施した。

1.「TCS 向けの観光危機管理ガイドラインの整備」は、観光危機管理の 4R の視点をふまえたガイドラインの作成とその実践研修を計画したが、ガイドライン案の作成までとなり、INFOTEP の危機管理研修のマテリアルとして提供するにとどまった。

2.「地元資源や観光施設を活かすドローンを使ったサーキットデザインのための能力強化」は、機材の購入と DPP スタッフ 6 人への技術研修を実施し、北部アトランティック海岸街道の Rio San Juan で実地調査を行った。

3.「ファシリテーター向けオンライン研修の環境整備」では、整備対象の事務所の 5 カ所（MITUR プエルトプラタ事務所と中央の DPP、INFOTEP のサンチャゴ北部事務所、サンフランシスコ北東部事務所、プエルトプラタ支所）にデジタル機材を供与し、オンラインやデジタル機材を活用した人材育成研修のための環境整備・改善を行った。

4.「世界基準を踏まえた持続可能な観光デスティネーション運営の能力強化」では、持続可能な観光の世界基準の整備と普及を行う「世界持続可能な観光協議会」（Global Susteniable Tourism Council: GSTC）による研修（オンラインによる 2 週間 20 時間）を実施した。参加者は MITUR の中央と地方のマネジメントレベルのスタッフ、INFOTEP のアドバイザー、環境省スタッフ、NGO や民間の観光関係者、合計 40 人が参加し、最終的に 35 人が修了した。ライブセッションでは、グループに分かれて 4 つの主要テーマで議論し理解を深めた。

3. プロジェクト目標の達成度（PDM に沿って）

本項では、前述した実施活動や主な成果をふまえ、あらためてプロジェクト目標の達成状況について整理する。プロジェクト目標の達成度は、プロジェクト・デザイン・マトリックス（Project Design Matrix: PDM）に示された「プロジェクト目標」とその指標、「期待される成果」とその指標に則って示す。

コロナ禍の影響で日本人専門家の現地業務が不可能となり、当初予定していた活動ができなくなった。さらに、右肩上がりで上昇していたビーチリゾート観光も大きく影響を受け、他のカリブ島国と同様、観光に依存する経済に大きなダメージを受けていることから、設定していたプロジェクト目標の達成や上位目標到達への道筋をつけるのが難しいと思われた。今後コロナ禍の影響がどこまで及ぶのか、いつまで続くのか、未知な状態は継続するものの、プロジェクトの実施期間を 11 カ月延長したこと加え、実際の現地業務を 2021 年 2 月から開始することができたこともあり、プロジェクト目標の一部の指標以外は計画通りまたは計画以上に達成ができた。プロジェクトの地方の拠点とコミュニティの観光生産者ユニット（UP）やテリトリアル・グループ（GT）のアクターとの関係性を活用し、オンラインを活用した遠隔での指導などにより、危機的な状況下において直面した新たな状況をうまく運営しながら、計画を柔軟に修正し活動を遂行できた。

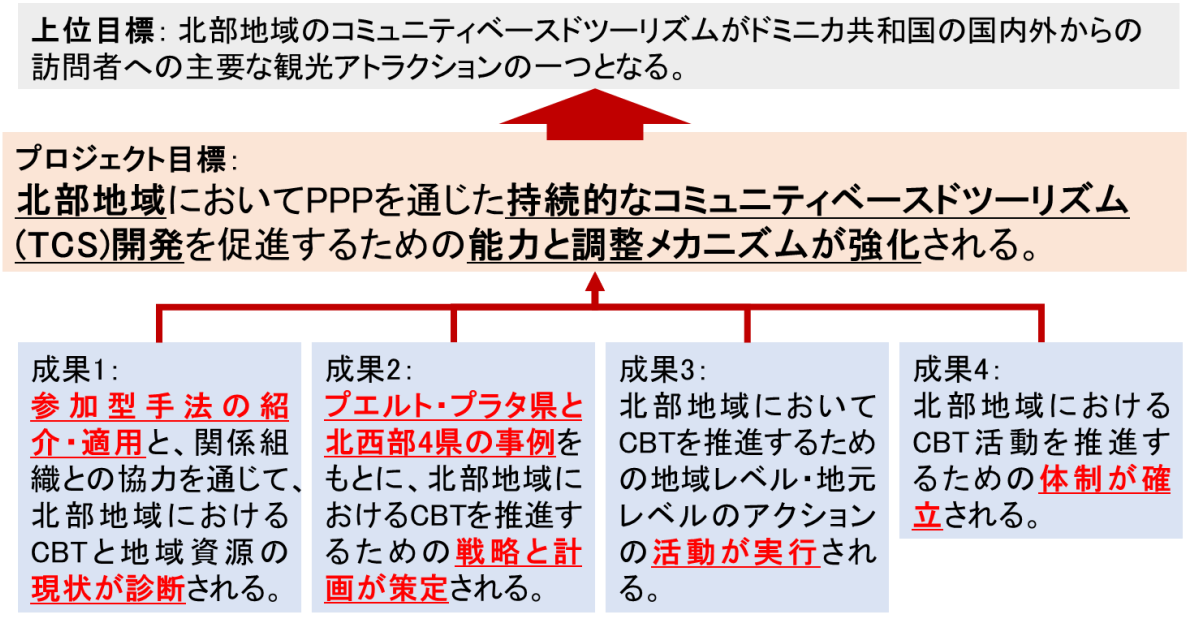


図 3-1：プロジェクト目標と成果

本項で示す指標の達成状況について、達成度として「達成済みで当初予定よりも進み高いインパクトを生んだ」を 5、「達成済みでほぼ予定通りであった」を 4、「ほぼ達成したが、一部改善の余地がある」を 3、「一部達成できておらず、今後も一層の努力が必要」を 2、「達成できず、今後の見通しが立っていない／内容変更の検討が必要」を 1 として示した（添付資料を参照）。

3-1　プロジェクト目標の達成状況

本項では PDM に示されているプロジェクト目標について、設定されている指標に則ってその達成状

況を記す。

プロジェクト目標：北部地域において PPP を通じた持続的な TCS 開発を促進するための能力と調整メカニズムが強化される。	4

本プロジェクトでは、プロジェクト目標である北部地域でのコミュニティ・ベースド・ツーリズムの開発を推進するための調整メカニズムの構築を、ドミニカ共和国の観光開発におけるオルタナティブな「地域主体の観光開発」の提示に向けた取組みとして位置づけ、コミュニティ・地域・中央のレベルでの多様なアクターの活動を支援し、経験と実例をつみ上げた。コミュニィツーリズム開発を支援する実施体制を構築し、全国展開を目指した戦略を示しながら、その実践を助ける手法や手順を示したマニュアル等を作成し、さらにそこで活躍する人材の育成を行った。多様なレベルでの取組みによりこうした具体的な成果を発現したことで、コロナ禍とその影響を乗り越えて、本プロジェクト目標を当初の計画通り達成したと評価できる。ドミニカ共和国では、観光の多様化や地域住民への裨益拡大、観光による地域開発が長年課題として挙げられてたが具体的な事例がなく、本プロジェクトで示したコミュニティが主体となった観光開発が機能することを示した本取組みは関係者に高く評価された。

2021 年には今後政府が推進していく南部地域での観光開発の計画において、本プロジェクトでのアプローチが土台となったプロジェクトが他ドナーの支援を得て形成され、2022 年から開始するとして具体的な準備が進んでる。本プロジェクトのカンターパートが中心となり、コミュニティツーリズム開発の戦略や手法の利用についての議論が具体化しており、本プロジェクトの成果の広い活用が期待できる。

プロジェクト目標には指標が 5 つ設定されおり、指標ごとにその達成状況を以下に示す。

指標 1：中央調整テーブルが、北部地域の TCS のイニシアチブ促進のために、中央省庁と民間セクターの組織によって形成され機能する。	3

<u>指標 1 の達成状況</u>

指標 1 に関して、北部地域だけでなく全国的な TCS の推進を図るための体制として、MITUR の DPP をはじめとする関連 6 局（プロジェクト計画局、観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、国際協力局、観光品質局）によるワーキンググループが形成され、グッドプラクティスを評価する体制ができた。これを契機に TCS 支援の活動の実施が、MITUR の技術スタッフ間の協力が局横断的かつ地域・現場レベルでも行われるようになった。他省庁との調整体制としては MITUR の DPP と個別にバイの対応になっており、MITUR が必要に応じて職業訓練庁、経済計画開発省、環境省（エコツーリズム局）、商工省（中小零細企業支援局）と技術レベルで協力をする状況は形成された。そのための中央機関の支援カタログや研修講義カタログなどの具体的なツールも作成できた。活動の成果が具体的に発現してきたプロジェクト後期に襲ったコロナ禍により、関係機関間による TCS 推進に特化した中央テーブルの強化の動きは滞った。そうした中、それまでの関係性を活かして MITUR、MEPyD、INFOTEP、環境省、保健省など主要な官庁を巻き込み、観光分野ではどこよりも早く感染症拡大防止プロトコルの策定とその運用のためのコミュニティ支援を具体的に実現した。ただ当初想定していたプロジェクト中央調整テーブルの確立には至っていない。一方、南部地域でコミュニティツーリズムを推進する

ために、本プロジェクトの成果が活用され始めており、TCS 推進戦略との関連で関係省庁との協力関係が、具体的に構築される機会も今後あることが想定されている。

指標 2：中央調整テーブルのメンバー内での TCS 促進のための信用の度合い。	3

指標 2 の達成状況

指標 2 に関して、指標 1 で見たように、中央調整テーブルの形成に関連した関係者の信頼関係については、MITUR 内での関係性は向上し、MITUR と個別の省庁間での関係性も高まってきている。関係機関とは TCS 推進の具体的な現場の活動の実施を通し、個別の関係性の構築を進めてきた。指標 1 でみたようにコロナ禍での影響があったことに加え、政権交代により多くの担当官の交代がプロジェクトの後期にあり、厳しい状況に陥ったが、継続的な働きかけで、新政権下での新たな関係性の形成もできた。一方で、これまであまり共通の活動がない文化省などとは疎遠になっているほか、中央調整テーブル全体としては公式化できなかった。今後中央調整テーブルの形成と関係メンバー間の関係性を高めるには、トップダウンによる意思決定とその合意に基づく技術者レベルでの共同体制の構築、加えて実際の活動を進めるためながらメンバー間の信頼の度合いを高めることが必要である。

指標 3：官民連携の枠組みで、TCS 調整・振興の主体として、7 つ以上の地域グループが形成され機能する。	4

指標 3 の達成状況

指標 3 に関して、地域グループのテリトリアル・グループ（GT）は、それぞれの対象地域の官民協力体制で観光を通して地域の価値を高め、市・県・サブリージョン・リージョンレベルで地域のアクターのより運営するデスティネーションの基盤となることを想定している。プロジェクト期間中、17 の GT を特定し支援の対象として働きかけを行った。これらは主に観光開発途上県や観光開発地域周辺の市などで形成されたものであり、既存の組織を強化して地域グループとするものと新たに形成された地域グループがある。プロジェクト終了時点で、全体で 15 の GT（市レベルで 8 と県レベルで 7）への支援をミニプロジェクトして実施した。市や県での TCS 推進活動への支援として、地域資源カタログの参加型の作成、域内のテーマ性ツアーの開発、地域フェアーの開催、ファムトリップの受け入れ、プロモーション活動の支援などである。加えて感染症拡大防止プロトコル導入の指導も行ってきた。シバオ北部で 5 件、シバオ北西部で 5 件、シバオ北東部で 2 件、シバオ南部で 3 件である。本指標で対象とした地域グループ数の達成は計画にあった 7 つ以上の 15 であるが、その一部の GT の機能が十分なものまで至らず、また既存の組織を対象としたものもあったことから、評価を 4 とした。

指標 4：地域グループにより開発、プロモーション、販売された、30 件以上の TCS 関連の新たな観光商品とサービス。	5

指標 4 の達成状況

指標 4 に関して、観光生産者ユニット（UP）によるコミュニティビジネスでの TCS 商品・サービスの開発・販売については、サブリージョンごとにそれぞれの拠点からパイロットアクションとして状況に応じた支援を行った。プロジェクト終了時には、シバオ北西部で 10 件、シバオ北部で 11 件、シバ

オ北東部で 5 件、シバオ南部で 5 件の合計 31 件の UP を支援しており、実際に支援をした UP の数、また開発・販売・プロモーションを行った TCS 商品・サービスの数はそれよりも多くある。新型コロナの感染拡大の影響を受け、これらすべての UP に影響があり、2020 年後半から感染症拡大防止プロトコル導入の支援と観光活動開始後の受け入れ体制の整備も支援した。2021 年前期からは国内の観光客の動きが始まり、国際観光客も回復に向かった動きに対応して、すべての UP の活動が再開した。2021 年中はこれらの UP への具体的な支援をミニプロジェクトとして行い、新たな状況に合わせた商品の改善、新たな商品の開発、標識や案内板などの設置、簡易インフラの整備、個別プロモーションマテリアルの作成、デジタルマーケティング能力の強化、ガイドの育成などを支援した。本指標の目標である 30 件以上の TCS 関連の観光商品・サービスの開発・プロモーション・販売は達成した。また、多くの UP が国内外で好事例として多く取り上げられ、高いインパクトがうまれたことから、評価を 5 とした。

指標 5：TCS のデスティネーションとしてのルートが 5 つ以上開発され振興される。	4

指標 5 の達成状況

指標 5 に関して、統合された TCS のデスティネーションとしては、MITUR の DPP の計画にある全国のマルチデスティネーションサーキットの一つとして北部全域を対象とした「北部広域デスティネーション：シバオ」を広域デスティネーションとして、その中にサブリージョンレベルの「周遊街道」、県レベルでテーマを中心に添えた「テーマ性のあるルート」、市レベルでの「コミュニティ・デスティネーション」を、地域の特徴やアクセス性をふまえて提案し、地域のアクターを巻き込んで開発・プロモーションを行った。これは県・市レベルの主体となる GT の形成（指標 3）とも一部重なることから、本指標では、複数県での「テーマ性のある街道」まで含めたものとして、県と市レベルの「コミュニティ・デスティネーション」は含めないこととする。プロジェクト終了時、「北部広域デスティネーション（シバオ発見)」、「シバオ北西部周遊街道（味のエッセンス)」、「シバオ南部の周遊街道（シバオの源泉)」の 3 件を中心に開発・プロモーションを実施してきた。「北部広域デスティネーション、シバオ発見」の中で、「テーマ性のある街道」として「多種多様な海岸に巡り合える海岸線ルート」と「シバオの文化とガストロノミーの内陸ルート」の 2 件を入れ込み、全体で 5 件の形成を行った。

3-2 プロジェクト成果の達成状況

1) 成果 1 の達成状況

成果 1: 参加型手法の紹介・適用と、関係組織との協働を通じて、北部地域における TCS と地域資源の現状が診断される。	4

成果 1 は、診断フェーズの取り組みで以下の 2 つの指標が設定されており、指標ごとにその達成状況を示す。

指標 1-1：北部地域の地域リーダーとの関係が構築される。	4

指標 1-1 の達成状況

プロジェクト前期で、関係者リストの作成と地域観光振興のリーダー的組織の特定を行い、観光生産者ユニット（UP）やGTの形成・強化の支援を通して関係を築き、観光展示会や地域セミナーなどの開催、ファムトリップや相互交流などによりアクター間の関係も構築してきた。サブリージョンごとに逐次関係者リストのアップデートを行ってきた。2020 年から開始したコミュニティリーダー育成研修や 2021 年に実施した帰国研修員を中心とする持続可能な観光分野でのローカル専門家育成研修、またこれらのリーダーを含めた UP や GT 間の交流を進め、イベントにも共同で参加する関係ができた。個別の人材育成に加え、リーダー間の関係構築を引き続き強化することが求められ、特に地域内での観光地域運営体制の構築を強化する地元中間人材育成が重要であった。

本指標を達成するための活動は、「活動 1-1：北部地域の TCS 振興に関する現状把握」、「活動 1-3：北部地域のリーダーの特定と関係構築」であった。

指標 1-2：TCS、地域資源と地域グループの候補の現状に関する診断報告書が作成される。	4

指標 1-2 の達成状況

現状分析は「基礎調査」として、地域レベル・中央レベルで実施した。地域レベルでは、対象地域の現状（一般・観光）を県ごとに取りまとめた他、地域と観光のポテンシャル（地域力と観光力）の調査を行った。中央レベルでは、観光セクターの政策・戦略のレビュー、プロモーション・マーケティングの現状、観光関連の統計情報の収集と既存の統計システムの現状について調査し取りまとめた。2020 年の新型コロナの感染拡大による地域や観光セクターへの影響を整理し、戦略や活動計画に反映させた。将来的に TCS 推進活動の全国展開を目指していることから、他の地域（南部地域と東部地域）の基礎調査も限られた時間で行った。

本指標を達成するための活動は、「活動 1-2：北部地域の TCS ポテンシャル調査」、「活動 1-4：参加型アプローチの改善」、「活動 1-5：参加型アプローチによる地元資源の特定」、「活動 1-6：テリトリアル・グループ候補の選定」、「活動 1-7：診断結果を中央調整テーブルで発表」であった。

2) 成果 2 の達成状況

成果 2：Puerto Plata 県と北西部 4 県の事例をもとに、北部地域における TCS を推進するための戦略と計画が策定される。	4

成果 2 は、以下の 2 つの指標が設定されており、指標ごとにその達成状況を示す。

指標 2-1：Puerto Plata 県と北西部地域のパイロット活動計画が策定・実施され、モニタリング・評価が行われる。	4

指標 2-1 の達成状況

プロジェクトの前期に、シバオ北部とシバオ北西部で 5 つのパイロットプロジェクトを実施し、各パイロットプロジェクトの実施報告書を作成した。実施したパイロットプロジェクトは、1. プロモーションツール作成を通した、CBT のマーケティングサイクル改善プロジェクト、2. コミュニティ参加型の広域デスティネーションの基盤づくりプロジェクト、3. 大学生による観光ルート・テーマ形成プロ

ジェクト、4. 官民協力による観光情報センター運営改善プロジェクト、5. 地域資源情報マッピングプロジェクト、である。プロジェクト中期から後期にかけては、個別の観光生産者ユニット（UP）や GT への支援をパイロットアクションとして位置づけ、経験や教訓をふまえて横展開や方法論を抽出できるようなアプローチを行い、支援の精度や効果を高めて戦略に反映させるようなモニタリング・評価を定期的に行った（プロジェクトのモニタリング報告を活用）。

本指標を達成するための活動は、「活動 2-1：プエルトプラタ県、及び北西部 4 県におけるパイロット活動計画の策定」、「活動 2-2：パイロット活動計画の実施」、「活動 2-3 パイロット活動計画のモニタリング」であった。

指標 2-2：中央レベルにおける TCS 促進のための一般戦略と活動計画（アクションプラン）と、少なくとも 7 つの地域グループレベルの北部地域 TCS 振興活動計画（アクションプラン）が準備される。	4

指標 2-2 の達成状況

2018 年に作成した TCS 推進戦略ペーパーの枠組みと活動計画案をふまえ、中央と地方の戦略を立ててプロジェクト活動を計画・実施した。2019 年はそれまでの成果と教訓をふまえて戦略を再設定し、5 つの戦略のもとで活動を微修正しながら実施を継続した。2020 年はコロナ禍によりそれまでの活動を可能な限り継続しながら、緊急対応やコロナ禍で変わりゆくマーケットの状況を考慮した対応を行った。このような状況を経て、今後のポストコロナで想定される状況を想定し、6 つの戦略で 2021 年の活動を行った。このような戦略の仮設定、戦略に沿った活動の実施、モニタリングと評価をふまえた活動の修正を行い、戦略の精度を上げ、最終的に 2030 年を目標年とする TCS 推進ビジョンの戦略ドキュメントを提案した。この戦略ドキュメントに加わるサブリージョンごとの活動計画を同時に示した。テリトリアル・グループ（GT）レベルでの地元活動計画はプロジェクト目標の指標 3 とも関連し、15 件の GT を支援したことに加え、2 つの GL への支援、32 件の UP の支援で活動の計画・実施を行った。7 件以上の GT の地元活動計画の立案は達成した。

本指標を達成するための活動は、「活動 2-4：総合的な北部地域 TCS 戦略の策定」、「活動 2-5：総合的な北部地域 TCS 戦略に基づいたアクションプランの策定」、「活動 2-6：作成した北部地域 TCS 戦略とアクションプランを中央調整テーブルに報告」、「活動 2-7：テリトリアル・グループの地元アクションプランの策定のための支援」であった。

指標 2-3：北部地域の TCS 促進のための人材育成計画が準備される。	4

指標 2-3 の達成状況

INFOTEP が提供する研修とその実施・支援体制を活用しながら、TCS 推進に必要な人材育成を強化してくための戦略を設定し、1. 新設 TCS 研修の形成と拡大、2. TCS 関連の既存研修の活用、3. TCS 啓発のマテリアル作成とセミナーの実施、4. TCS 推進体制強化のニーズに沿った研修コースの立案と実施、5. ファシリテーターやアドバイザーの強化、6. 総合的な TCS 人材育成プログラムの提案と体制形成、の 6 つの柱からなる計画を準備した。これに沿って 2018 年からプロジェクト活動として実施した。

本指標を達成させるための活動は、「活動 2-8：テリトリアル・グループの人材育成計画の策定」であった。

3) 成果 3 の達成状況

成果 3: 北部地域における TCS を推進するための地域レベル、地元レベルのアクションプランの活動が実施される。	5

成果 3 の活動が、プロジェクト中期から後期にかけて成果 4 の活動とともに中心的な活動となっている。成果 3 には以下の 3 つの指標が設定されており、指標ごとにその達成状況を示す。

指標 3-1：新しい TCS 商品・サービスのための地域活動が、少なくとも 30 実施される。	5

指標 3-1 の達成状況

2018 年より本格的に開始した観光生産者ユニット（UP）では、観光商品・サービス開発のための多種多様な支援をパイロットアクションとして実施し、プロジェクト終了時に 31 件の UP への支援を実現した。実際はこの数字以上のビジネスを支援したが、終了時点での件数をカウントした。支援をした TCS 商品・サービスの数は 50 件以上あり、1 つの UP が複数の商品を開発した。これらを支援するため 2020 年までに実施したアクションは全体で 38 件（シバオ北西部 14 件、シバオ北部 16 件、シバオ北東部 4 件、シバオ南部 4 件）、2020 年から 2021 年にかけて実施したアクションは全体で 44 件（シバオ北西部 11 件、シバオ北部 11 件、シバオ北東部 4 件、シバオ南部 5 件、その他 13 件）であり、2018 年から 2021 年の間で支援を実現したアクション数は 82 件であった。本指標である少なくとも 30 件の商品・サービス開発・改善のための地元活動の実施は達成した。

本指標を達成するための活動としては、「活動 3-1：総合的な北部地域 CBT 戦略とアクションプランの実施支援」、「活動 3-2：テリトリアル・グループの地元アクションプランの実施支援」、「活動 3-5：テリトリアル・グループ自身による活動モニタリング」であった。

指標 3-2：新しい観光ルート開発のため、少なくとも 5 つの活動が実施される。	4

指標 3-2 の達成状況

プロジェクト目標の指標 5 と重なるが、これまでに「シバオ広域デスティネーション」の活動として、「SOY CIBAO」の雑誌や EXPO CIBAO での「Destino CIBAO」としての参加、シバオ広域デスティネーションのウェブサイト作成の 3 件、シバオ北西部の「味のエッセンス周遊街道」の活動として、地域推進戦略の策定、複数のファムトリップの実施、周遊街道プロモーション活動の 3 件、シバオ南部の「シバオの水源周遊街道」の活動として、ドライビングマップの制作と各地域での発表、プロモーションビデオの作成の 2 件を実施した。「テーマ性のある街道」の一つである「100 の特徴あるビーチを楽しむ北部海岸線街道」の街道デザインとして 1 件行った。本指標である新たな観光ルート（広域デスティネーション、周遊街道、テーマ性のある街道）開発のための 5 件以上の地元活動は、全体として 9 件実施したことから達成した。

本指標を達成するための活動としては、「活動 3-1：総合的な北部地域 CBT 戦略とアクションプランの実施支援」、「活動 3-2：テリトリアル・グループの地元アクションプランの実施支援」、「活動 3-5：テリトリアル・グループ自身による活動モニタリング」であった。

指標 3-3：すべてのレベルで 2000 人以上が育成される（例：ローカルレベル、地域グループ、地域レベル、中央レベル）。	5

指標 3-3 の達成状況

TCS に関連したコースを受けた人数は、2018 年末までに 766 人、2019 年は 730 人、2020 年は 841 人、2021 年は 726 人であり、全体で合計 3063 人であった。また TCS に関する啓発活動（講義など）への参加者は、2018 年末までに 643 人、2019 年は 1430 人、2020 年は 145 人、2021 年は 1037 人であり、合計で 3255 人であった。これまでの活動で TCS に特化した INFOTEP の研修プログラムの正式な登録を 3 件、登録に向けた準備または修正のための提案を行ったものが 2 件ある。他の関連する INFOTEP の研修も UP や GT のニーズに対応して受講できるような体制を整備してきたため、継続した人材育成ができる基盤を形成してきた。本指標の 2000 人以上については、大きく当初の予定を上回る人数を達成した。

本指標を達成するための活動は、「活動 3-3：テリトリアル・グループの人材育成計画の実施支援」、「活動 3-4：テリトリアル・グループの相互訪問」であった。

4) 成果 4 の達成状況

成果 4: 北部地域における TCS 活動を促進するための体制が確立される。	4

成果 4 にある TCS 推進体制の確立に向けた指標として、以下の 4 つが設定されており、指標ごとにその達成状況を示す。

指標 4-1：北部地域におけるグッドプラクティスに基づくマニュアルが作成される。	4

指標 4-1 の達成状況

グッドプラクティスに関しては、これまでプロジェクトの JCC でのグッドプラクティスの表彰（2019 年 2 月）、全国観光メディア協会によるコミュニティツーリズムの表彰（2019 年 6 月）、国際観光デーでのグッドプラクティスの表彰（2019 年 9 月）、新体制後にコロナ禍でも MITUR のイニシアチブよるグッドプラクティスの表彰（2021 年 11 月）を行ってきた。MITUR のイニシアチブによるグッドプラクティスの表彰では、2021 年 7 月から DPP が主導し他の関連 5 局とワーキンググループを形成し、7 分野でのグッドプラクティスの評価を行った。評価の項目や候補の選定、評価のための現地訪問、オンラインによるインタビューなどの過程を経て、50 件の候補の中から 7 分野それぞれで表彰の対象とするグッドプラクティスを抽出した。これらの抽出したグッドプラクティスとその過程をドキュメント化した。これまで支援をした 31 の観光生産者ユニット（UP）と 15 のテリトリアル・グループ（GT）に関し、活動とその支援について整理したメモリアを制作した。個別の実践ガイドラインでは、その

手法や手順を示すなかでそれを実際に使った事例を紹介した。

本指標を達成するための活動としては、「活動 4-2：MITUR によるテリトリアル・グループの活動のモニタリング」、「活動 4-4：成功例をまとめたハンドブックの作成」であった。

指標 4-2：北部地域における TCS 活動促進のための研修プログラムが作成される。	4

指標 4-2 の達成状況

INFOTEP による TCS 推進に関連した公式研修コース（80 時間から 130 時間）としては、これまで 1. TCS 基礎研修コース（2018 年）、2. TCS 観光商品開発研修コース（2019 年）、3.リーダー育成研修コース（2020 年）のカリキュラムとマテリアル作成、について試験的実施と登録を行い、横展開を開始した。2021 年には MITUR、環境省、INFOTEP の 3 者間の調整を行いながら、ガイド育成の研修コースの改善を提案した。観光危機管理にかかる研修プログラムのカリキュラムとマテリアル案の作成、観光生産者ユニット（UP）やテリトリアル・グループ（GT）間の交流をベースにした実践的な研修プログラムのカリキュラム作成など、将来広く活用できる人材研修プログラムの基礎を築く支援をした。
本指標を達成するための活動としては、「活動 4-5：研修プログラムの開発」、」「活動 4-3：セミナー等の開催」であった。

指標 4-3：北部地域における TCS 活動の持続性確保のための取り組み・提言の提案が作成される。	4

指標 4-3 の達成状況

北部地域における持続的な TCS 活動を確保のための提言については、指標 2-2 とも関連し、TCS 推進ビジョン 2030 のドキュメントをもって提言として示した。これまで、2018 年には TCS 推進戦略ペーパー案、2019 年には 5 つの活動戦略を設定した活動により TCS 推進の体制構築への働きかけを行い、その後コロナ禍の状況をふまえ 6 つの戦略を提案し、プロジェクト活動の中で戦略を実現するアクションを実施し、そこからの教訓を取り込んで、TCS 推進ビジョン 2030 の最終版とその実現のための施策案を提示した。一方、短期的な対応に加え、中・長期的にポストコロナの状況をふまえた対応を想定し、UNWTO との協力で観光セクター回復に向けた提言のための作業を支援した。

本指標を達成するための活動としては、「活動 4-6：北部地域の TCS 振興の持続性を確保するための提案の提示」、

指標 4-4：北部地域における TCS イニシアチブ促進のために中央調整テーブルへのガイドラインが作成される。	4

指標 4-4 の達成状況

これまでのプロジェクト活動の実施で得られた経験や教訓を整理し、TCS 商品開発への支援と観光地域運営体制の構築への支援に関するマニュアルを作成した。関連して個別のアクションをベースにした個別実践ガイドラインを作成した。地域資源の再発見、デジタルマーケティング、ビジネスプランの作成、人材育成研修の活用などが主な実践ガイドラインの内容である。これらのマニュアルと実

践ガイドラインは、TCS 推進ビジョン 2030 の戦略に関連付けられており、プロジェクト終了後も北部地域や他地域での TCS 推進が継続して実施されていくことを想定している。実践ガイドラインでは、手順・手法・ツールを示したまとめとして、シバオ内での活動の深化や拡大、他地域への横展開が可能となるよう、具体的な事例も入れ込んで整理した。また中央調整テーブルの関係組織に対する支援ツールカタログの 2020 年作成の初版を 2022 年 1 月にアップデートした。

本指標を達成するための活動としては、「活動 4-1：中央調整テーブルに対する活動報告」、「活動:4-7 TCS を持続的に振興するための体制に関するガイドラインの作成」であった。

4. 上位目標の達成に向けての提言

本項ではプロジェクト終了後 3 年から 5 年ほど経って達成すべき状況として「プロジェクト上位目標」とその指標に則ったプロジェクト終了時での達成見込みを示す。またプロジェクト終了にあたり、関係者に対して簡易アンケートを実施しプロジェクト成果とインパクトを簡易調査した。それらをもとに上位目標達成に向けた提言を行う。

4-1 プロジェクト上位目標の達成見込み

上位目標：北部地域の TCS がドミニカ共和国の国内外からの訪問者への主要な観光アトラクションの一つとなる。	4

本プロジェクトの上位目標は、プロジェクト終了後 3 年から 5 年ほど経って達成すべき状況として、北部地域の TCS がビーチ観光に加えて新たな観光アトラクションとなることとしている。北部地域をシバオ広域デスティネーションとしてとらえた取り組みや、TCS を MITUR の観光プロモーションの中に位置づけていく働きかけは、プロジェクトの上位目標を見据えた活動である。以下に 2 つの指標に沿ってプロジェクト終了時点での状況を示す。

指標 1：ドミニカ共和国内外で旅行業者に販売される TCS 商品・サービスの数の 200%の増加。	4

<u>指標 1 の達成状況</u>

TCS リスト（2017 年 1 月）にある TCS 商品・サービスの中で、ツアーに組み込まれて販売されているサイトは 10 あった。この数値を基準として、本指標では 200%の増加である 30 の TCS サイトがツアーなどに含まれ、プロモーションや販売されている状態を目指す。2020 年 3 月までに、TCS サイトで国内外のツアーが訪問先に入れているのは 15 サイトであった。新型コロナの感染拡大の影響により、国外での旅行業者の販売などは激減したが、2021 年はワクチン接種の拡大もあり全体的な国際観光の回復が進んだ。一方、2021 年後半には新たな変異株の再拡大で移動制限など厳しい状況となるなど、全世界で完全な国際観光の戻るまではもう数年かかると予想されて、今後も国内外の旅行業の安定したビジネス環境が整うには不安定な厳しい状況が続くことが想定される。同時に ITC の活用で TCS サイトが直接旅行者とやり取りができる環境ができ、中間業者を通さない販売・プロモーション経路も確立されてきていることを考慮することも必要である。2022 年 1 月末に、国内外の旅行業者に販売され TCS 商品・サービスの数としては 26 であった。

指標 2：ドミニカ共和国内外の MITUR プロモーション事務所で北部地域 TCS のプロモーション実施状況。	4

<u>指標 2 の達成状況</u>

2020 年 8 月の新政権発足後に MITUR の体制が再編成され、プロジェクト中期までの C/P からは大きく変更された。国外の事務所はこれまでどおり観光振興局のもと観光プロモーション事務所（OPT）で

あり、国内の地方事務所は新たに観光デスティネーション局に入り、観光デスティネーション運営事務所（OGD）として地域事務所と県事務所が置かれている。このような体制下、DPP と観光デスティネーション局と調整して、地方事務所の機能強化とそこに配置された人材の能力強化を行った。これまでは、プロモーションの機能は十分に果たしていなかったが、今後は TCS を含めた地域観光の発展に貢献する役割を担うことが期待されている。また北部地域での体制・経験・人材を活用し、他地域への横展開が期待されており、すでに南部地域に拡大される準備がされている。そのほか、国内向けのプロモーションとしては、観光振興局の国内プロモーション局によるファムトリップの実施や、マテリアルやウェブによるプロモーション活動も行われている。

海外の観光プロモーション事務所は、コロナ禍の状況やその対応が各国で異なり、十分な対応ができなかったが、オンラインにて北部地域の紹介をスペイン語圏の事務所向けに実施した。コミュニティによる商品や広域デスティネーションの紹介などを行ったが、コロナ禍での対応が優先し十分なフォローができなかった。

4-2　上位目標達成に向けた提言

より一層の地域事務所の機能と人材の強化

MITUR の組織再編成で、今後地方事務所の機能を強化することが期待される。地域レベルの体制では、既存の個別のデスティネーション（県）の人材の強化に加え、リージョン・サブリージョンレベルで複数の県を管轄し TCS 推進を支援する人材の配置を提案した。地方事務所の機能を強化するにあたっては、適切な人材の配置と活動予算の配分が必要である。地域の関係者と広くコミュニケーションを取って情報を収集し、必要な調整や活動の支援を展開していくためには、経験と知識と情熱がある人材が欠かせない。観光の多様化を推進してくためにも、地域事務所への中央からの一部の権限委譲も検討するべきである。できる限り地域の体制強化にリソースを配分することは、支援の有効性を担保するために必要である。

海外のプロモーション事務所について、プロジェクト前期の調査と後期でのオンラインによるプロモーション活動といった限定的な対応しかできなかったが、MITUR の観光プロモーションでは各国での拠点としている事務所の人材強化が引き続き必要である。これらの海外拠点の強みを活かしマーケットへ働きかけができるよう、場合によってはそれぞれのマーケットで行われる観光フェア（スペインの FITUR など）へ TCS の担当（中央、地方、もしくは外部の専門家）を派遣してプロモーションを行うことも有効であろう。

あらたなマーケット環境に対応する体制の強化

指標 1 の旅行業者に販売される TCS 商品・サービスの数の増加については、現在観光マーケットやバリューチェーンの多様化により、必ずしも TCS 商品・サービスの流通は観光業者だけに依存するものではなくなった。コミュニティレベルの観光生産者ユニット（UP）やテリトリアル・グループ（GT）が直接最終消費者とやり取りする機会も多くなり、中間業者の役割も変わってきている。同時に多様な流通チャンネルを確保できるようになることで、変容するマーケットへの対応や観光産業の環境変化やリスク低減の対応ができる。支援をする側が適時最新の観光産業の現状や今後のマーケットのトレンドなどの情報をもって対応できることが望ましい。MITUR は近年観光統計やマーケットインテリジェンスに力を入れており、その情報の活用を組織内で強化し TCS のマーケティングにも活用できる

と、より効果的な TCS 推進につなげることができるであろう。

一方、TCS 商品・サービスの主体はコミュニティであり、実施体制では UP や GT になる。旅行業者を通さず最終消費者と直接やり取りをできる機会が増えれば、よりマーケットの要望に対応した商品の多様化や住民の利益拡大につながる。観光セクターへの規制などもこのような状況に対応していく必要がある。MITUR 主体の実施体制の限界が TCS 推進の限界になるのではなく、地域レベル、コミュニティレベルでの優位性と変容する環境に対応する柔軟性を十分に理解した取り組みとしていくことが重要である。

5. プロジェクト実施運営上の課題・工夫・教訓

本項ではプロジェクト実施運営上の課題・工夫・教訓に関するまとめとして、プロジェクトデザインに関わる課題と教訓、プロジェクト実施で直面した課題と教訓、プロジェクトの効果を高める工夫について記載をする。

5-1 プロジェクトデザインにおける課題

プロジェクトデザインにおける課題では、実施中に明らかになってきたプロジェクトの基本事項に関連した課題を取り上げ、その考察と教訓を示す。

中央調整テーブルの形成に対しての課題

課題 TCS 推進のための関係省庁による中央調整テーブルが、機能的な調整の場として具体的なアクションができる体制にはできない。

中央調整テーブルは、プロジェクト C/P である MITUR がイニシアチブをとり、複数省庁の代表が参加し、TCS 推進のための統合的な協力と調整を行う場として機能する組織体制として、プロジェクト目標の指標にも示されたものである。当初は合同調整委員会（JCC）と重ねて開催したり、TCS 推進戦略案の策定の際にその理解を深めるために開催したりして、全体会合を行ってきたが、関係局や関係省庁から中央調整テーブルに対してのインプットは限定的であった。当初中央調整テーブルをいち早く参加省庁のハイレベル合意で公式化したいとしていたが、具体的なアクションが整理されていないまま合意しても機能する場にはならないことが予想され、複数省庁の調整を担う中枢機能を MITUR の DPP が持つのは非現実的であることが明らかになったため、中央調整テーブルの強化や公式化に向けた取り組みの方針を変更した。

対応 共通の支援ツールの作成から、特定テーマに絞った 2 省庁間協力で具体的な成果の発現に方針転換した。

複数省庁間の協力としては支援ツールカタログの作成とそのアップデートを基礎とし、より2省庁間の関係性からの現場での具体的な活動での協力に重きを置いた。そこから具体的なアクションに結び付くような特定テーマを取り上げ、それに関係する担当官で課題の深化を行い、現場での活動協力につなげた。観光人材育成についてローカルガイドを取り上げた際には、MITUR、INFOTEP、環境省のプログラム間の調整を中心として、その他関係する文化省と全国ガイド組合の代表を加えて議論・調整を行った。その結果、環境省とは長年問題となっていたローカルガイドとネイチャーガイドの問題に対して、具体的に申請プロセスの提案や育成プログラムの改善、実際のパイロット研修（2 グループ）まで実現した。また商工中小企業省の Centro PyMEs によるコミュニティビジネス支援なども実現した。コロナ禍においては、それまでの関係性を背景に、観光産業ではいち早くコミュニティ向けの感染症拡大防止のプロトコルの策定と導入を複数機関の協力により実現ができた。このような調整を行うには各省庁と各局のそもそもの機能、支援ツールやプログラム、その能力などを把握し、こちらから提供できる支援を明らかにし、さらに現場とこれら省庁のニーズのすり合わせをしたうえで、活動を提案する必要があった。これは従来の MITUR の DPP の計画局としてのマンデイトを大きく超えているため、プロジェクト主導で行った。このような中央調整テーブルを積極的に進める前に、MITUR 内の関

係局間の調整機能の向上を優先すること、また全体の調整役となる MITUR の担当局自体が各局との個別の連携を高め、他省庁との連携を具体化させていくことが重要であった。

教訓 機能的で現実的な中央調整テーブルの構築に関する前提条件を検証する。

観光開発の数あるテーマの中で、TCS 推進という特定テーマにおける機能的な中央調整テーブルの形成をするには、観光開発全般で関係組織間の合意形成や協働の経験についてある程度の蓄積がないと、具体的な体制に導くには時間がかかるプロセスを想定しておく必要がある。MITUR には調整をする機能がなくその必要性が理解できていなければ、中央調整テーブルの位置づけの修正や形成のタイミングを状況に応じて変える必要がある。また、TCS 推進といっても対象とするテーマが横断的に複数あることから、特定したテーマごとに経験のある省庁や局が担当することができるとよい。全体の中央調整テーブルの構築は、C/P 組織内で体制を整えるのと同時に進めるのであれば、組織のそれまでの対外調整能力を考慮しなければならない。あくまでも中央調整テーブルのような体制は手段であり、その手段を使えない状況であればプロジェクト主導で無理して構築するべきではない。

広範囲に及ぶ対象地域に関しての課題

課題 プロジェクトが対象とする 14 県の北部地域に、全体を取り仕切る組織が存在しないなか（MITUR にもない）、TCS スポットだけでなく、観光地域運営体制や観光ルートなどの関係者を多く含む取り組みとして、限られた投入と期間、実施体制でどのように広域での活動を進めるか。

本プロジェクトの対象は、北部 14 県として、人口 320 万人で全体の 30%、面積 1 万 8.900km^{2}で全体の 33%をカバーする地域である。コミュニティへの点の支援だけでなく広く地域が観光に参加する機会を増やすことも意図し、線や面を対象として働きかけをしてきた。各地域の特徴や関係アクターの状況にあった支援を展開することが求められ、地域における支援体制も確立していなければならない。一方、北部地域全体を統括する MITUR 事務所はなく、また主な観光地にある地域事務所は人員や専門性、予算のうえでも機能は限定的である。プロジェクト活動の前期は、優先地域としてシバオ北部とシバオ北西部を対象としてきたが、後期にシバオ北東部 4 県とシバオ南部 3 県への拡大を進めたが、より既存のリソースに欠け、現場での効果的な活動の実施に苦労した。

対応 複数の展開シナリオで対応しながら、目標を見据えてモデル的な取り組みを実施する。

これまでの活動から次のような点を重視して今後の展開を開始する。①MITUR を中心にとした関係機関の既存の体制を最大限に活かしながらも、TCS での特徴的な取り組みに必要な機能をふまえ、サブリージョンごとで拠点を強化した、②すでに取り組まれてきた活動を特定し（すでに人の流れがある街道やルート、また TCS サイト）強化を行った、③開発の手法、手段、プロセスを提案・検証しながら他地域の展開・応用を効果的・効率的にできるよう整理した、④支援する TCS サイトやコミュニティ（市）の選択と、周辺に今後普及していくことを想定し戦略的に行った。

具体的にプロジェクト期間中にはサブリージョンごとの拠点を設置・強化することができた。プエルトプラタ県の拠点となる事務所は 2 回移動したが、2019 年から 2020 年からは新たな地方事務所内の担当ユニットの事務所が設置され、またシバオ北西部の事務所は当初は事務所自体がなかったが、マオに設置の際に TCS 推進事務所を設置した。同様にシバオ南部ではコトゥイに事務所を設置した。プロジェクト実施中に事務所の特定から依頼、正式な許可、設置と人員のサポートを行ったうえで、役

割の機能強化とコミュニティの働きかけができた。一方、事務所の設置ができなかったシバオ北東部は遠隔や単発の支援にとどまり、地域における TCS のポジショニングや関係組織間の連携（サブリージョン）までの取り組みには至らなかった。

教訓 地域全体（リージョン、サブリージョンなど複数県での活動）での活動を展開する場合は、地域事務所と人材が配置されている前提でないと、コミュニティレベルや地域レベルで推進体制を築いていくのに時間がかかる。対象地域での事務所設置と人員配置について C/P とともに地方の現実を十分に把握し、約束だけでなく、プロジェクト開始前に確実に対象地域がカバーされている体制があることを確認しておくことが重要であろう。

コミュニティ主体の観光開発にかかる課題

課題 住民参加型アプローチによる観光地域開発体制の形成について、住民の主体性や自主性をベースにした観光による地域開発アプローチは、ドミニカ共和国が優先して取り組む外国投資優先の観光開発とは大きく異なることなり、また観光商品やサービスによって利益が生じ、それが地域に還元されるまでに手間も長期間かかるということが関係者に理解されるのに時間がかかる。

本プロジェクトの基本コンセプトである「コミュニティ・ベースド・ツーリズム」は、観光商品の多様化だけでなく、住民の主体性や自主性、その運営体制の整備も重視している。この主体性や自主性を重視した地域開発のアプローチは、単なる中小企業の育成とは違い、数年、十数年といった単位での取り組みが必要であり、大分県の一村一品運動や徳島県の「いろどり」といった地域開発の事例をみても、地域に利益が還元されるまでに試行錯誤を繰り返し、十数年といった時間がかかっている。

本プロジェクトでは、この住民の主体性や自主性の醸成のために、コミュニティの代表者が地域資源を抽出して地域のテーマを設定し、そこから導き出された資源の観光商品化を進めてきている。地域住民の主体性の強化と地域資源の商品化の相乗サイクルが回り始めているが、実際に観光客を誘致したり、商品を販売したりできるようになるまでにはまだ時間がかかる。このあたりの理解がプロジェクト内外の関係者にされるのが難しい。

対応 プロジェクト開始時に C/P と議論を深めた結果、「持続可能なコミュニティツーリズム」（TCS）としてその目的をドミニカ共和国のコンテクストに沿って観光オファーの多様化、地域住民の利益拡大、地域のエンパワメントとした。この目的を常に確認し、TCS 紹介の時にはこれら 3 つのポイントを強調し、同じ目的に向かい適切な開発支援に結び付けた。また実際の支援事例から理想の TCS ビジネスやテリトリアル・グループ（GT）の目指す状態を示し、そこに到達するまでのプロセスを段階化した。これによって本アプローチの時間軸を示すことができ、プロジェクトとして目指す状態とその過程における現在の進捗状況を明確にすることができ、さらにプロジェクト関係者と共有できるようにした。

教訓 一般的にとらえられている CBT においても、国の開発の歴史や現在の観光開発の状況によって異なることが予想されることから、キーとなるコンセプトや用語は十分に議論し、必要に応じて振り返って理解を深めていく必要がある。プロジェクトの後期においては、地域のエンパワメントについて、具体的な取り組み事例や成果からより深い考察ができるようになった。

市民参加の階段（住民サイドの視点）

	参加形態	参加レベル	概要
6	仕切る	参加から運営へ	自主運営・管理・NPO
5	支える		事業推進パートナー
4	加わる	積極的参加	計画づくりの参画する
3	要求する	一方的参加	苦情・注文・提言・提案
2	考える	消極的参加	点検・比較・評価
1	聞く・知る		情報収集・紹介・見学

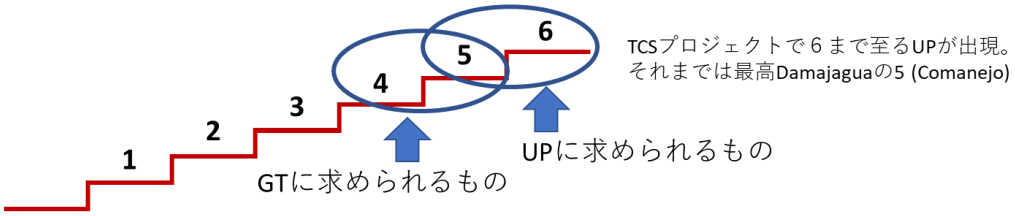


図 5-1：TCS での地域住民のエンパワメントを意識した参加レベルの階段

観光生産者ユニット（UP）やテリトリアル・グループ（GT）のアクターによる TCS への取り組みを通した参加形態が、計画づくりの参加だけでなく、事業推進のパートナーや自主運営・管理をする高い次元の参加まで達成している事例もみられるようになった。このような成果が出るようになるには時間がかかることも十分に認識しておく必要がある。

5-2　プロジェクト実施で直面した課題（活動実施中の課題等）

<u>コミュニティビジネス支援にかかる課題と教訓 1</u>

課題 個々の観光生産者ユニット（UP）に対する小規模ビジネスの導入とケアの支援コストが増大化し、スタッフの人数が支援可能グループ数の制限要因となってしまった。

工夫 個々のビジネス支援をコストの観点から類型化し、支援モデルの評価に組み入れた
シバオ北部の 14 件の支援対象を類型化・分析し、支援コストの視点から「①既存企業の観光化」と「②新規観光事業体の形成」に分類した。①はすでにビジネスの基礎があり、比較的支援コストが低いため、INFOTEP の研修を中心に、スポット的な技術支援で対応ができた。②は事業体がなく、その形成に多大なコストがかかるため、シバオ北部地域ではプロジェクト後期は支援数を限定した。

教訓 支援事業数を増やすには、①の既存事業の観光化が近道。複数のステークホルダーが集まって事業体を形成する②は、ある程度のリソースが必要なので、支援する側の MITUR の能力とキャパシティを考慮すべきである。各地域や地域事務所での MITUR による支援を想定した場合、公的資金で支援すべき対象の評価を実施する必要がある。プロジェクトでは TCS 推進の目的（①観光オファーの充実、②観光による地域への受益、③地域のエンパワメント、につながるかの 3 大目標）に沿った評価を行うとともに、④改善（介入）すべき点、⑤許可や認可の必要性、⑥既存のポジショニングの「支援コ

スト」を評価のポイントとした（図参照）。MITUR 自体の予算や人員のキャパシティに合わせて支援コストの低い事業体から支援することで、多くの観光ビジネスを立ち上げ・発展することができる。一方、地域のエンパワメントや一定地域の多くのステークホルダーを巻き込んで受益する可能性のあるものは、支援コストは高くなるが将来にわたって広く長く発展する可能性があるため、地域おこしの核としたテリトリアル・グループ（GT）による支援から検討する必要がある。

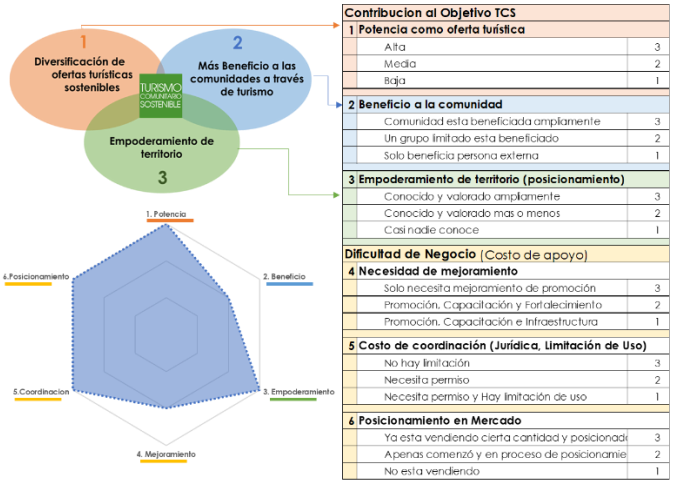


図 5-2：観光コミュニティビジネスの評価表

コミュニティビジネス支援にかかる課題と教訓 2

課題 INFOTEP は研修機関で研修後の支援（特に資金面）や物資的支援はできないなど、各機関の性格によって「実施できる範囲」に限界があり、組織だった支援が難しかった
コミュニティビジネスを推進するにあたっては多様なニーズがあり、必ずしも既存の機関がそれらのニーズに的確に対応する支援ツールを持っているとは限らない。そのような場合は支援に時間がかかったり、実施した支援が現場で活用されなかったり、効果が激減してしまう場合が多く見られた。

工夫 各機関の足りない部分をプロジェクトが補って調整し、場合によってはパイロット的にプロジェクト側で支援をした。

教訓 複数の機関（MITUR、環境省、INFOTEP）をまたがって地域のビジネス主体支援を行うのは、調整コストと支援対象のモティベーション維持が難しい。プロジェクトでは INFOTEP の実施する観光関連研修に物資などの支援を行って「実のある研修」とする工夫をしてきたが、プロジェクト後は研修と物質的支援を両面から行えるよう INFOTEP が支援できる予算の確保や、場合によっては MITUR に支援プログラムを一元化することも検討する必要がある。

中央の技術移転にかかる課題と教訓 1

プロジェクトの活動内容と C/P 部署の業務内容の整合性をより考慮することの重要性

課題 プロジェクトの主要テーマである持続的コミュニティ観光（Turismo comunitario Sostenible）を担当する部署が当初 MITUR にはなかった。そのようなケースは他案件でもあり得ることであるし、また

従来の観光開発とは別のアプローチを取り入れるという意味では、それは起こり得ることであろう。ただ、プロジェクトの直接の C/P となった部署（DPP）は、観光地の設計（街づくりの設計図の製作）を扱う部署であり、コミュニティ住民を主体とした活動や観光地域運営体制の支援とは全く別分野といってもよく、これらの技術移転が同部署の機能強化、能力強化につながるとは言い難く、同部署としても人員や予算配置が難しかった。一方、2021 年の政権交代とそれに伴う観光大臣の交代や組織の再編制とともに、MITUR にデスティネーションマネージメント局（Viceministerio de Gestion de Destino）が設置された。同局は、地域の観光マネジメント能力強化も担うことが想定されており、プロジェクトの活動内容とも整合性が見られる業務内容を想定し計画している。

工夫 同局の設立後すぐにプロジェクトの活動内容が同局の業務内容と大きく関わっていること、またプロジェクトから発現した成果について、同局が引き継いで担っていくことのメリットを強調して伝えた。

教訓 長期的な視野に立った支援と柔軟性をもって対応することが重要である。持続的なコミュニティ観光がドミニカ共和国の観光開発促進における代替アプローチとしてなり得るということを示すためには、実際の現場の成果を示すのが一番効果的である。今回、デスティネーションマネージメント局の設立にあたり、現場での成果がすでに発現していたことから、観光開発のためのアプローチとして有効であること、また観光地域運営体制の支援の重要性を示すことができ、比較的受け入れられやすかった。その国にそれまでなかった概念、アプローチ方法を導入するのは容易なことではなく、長期的な視野を持つことが必要である。同時に、相手側機関の変化に合わせ、プロジェクト側も臨機応変に C/P となる部署を変えるなどの対応が必要である。

中央の技術移転にかかる課題と教訓 2

新たな概念、アプローチ導入の際の時間をかけたオーナーシップ醸成の必要性

課題 C/P となった機関・部署の持続的コミュニティ観光の活動のための人員や予算の配置が難しかったことにも関係してくるが、本活動がドミニカ共和国の観光開発の一つのアプローチとなり得ることについて C/P 側に理解してもらうための成果を供出するための時間が短く、その技術や方法の移転が十分ではなかった。

工夫 観光地域運営マニュアルに関しては、その作成過程に直接の C/P 部署である DPP の職員とともに、今後マニュアルの内容を現場で応用していく役割を担うであろうデスティネーションマネージメント局の職員を交えた。すでに固まっていたマニュアルの内容を再度構成から一緒に議論し、お互いに理解を深めながら作成した。この議論の過程が同局職員に対するトレーニングの場ともなり、マニュアルのオーナーシップの醸成ができたとともに能力強化もできた。

教訓 たとえ時間をかけてでも C/P と一緒に考え決定していくことが、結果的には C/P の能力強化やオーナーシップの醸成となり、技術協力プロジェクトが目指すところである相手国への技術移転により貢献できる。

新型コロナの感染拡大での対応

課題 新型コロナの感染拡大がプロジェクト実施の最終年に発生し、本プロジェクトが対象とする観光セクターが大打撃を受けた。全世界規模での観光客の減少、国内での移動制限、これまであった観光活動は止まり収入が消滅、コミュニティまで支援が届かず、TCS 関係者は何をしてよいかわからない状態に陥った。

工夫 日本から遠隔でこれまで構築した関係性を活用し、いち早くコミュニティ向けのプロトコルを策定し、実際にコミュニティへ指導をしながら人の移動が再開した際に備えた活動をいち早く行った。

教訓 今回のコロナ禍は誰もの想像を超え全世界的、さらに長期化している。このような状況に常日頃から備えておくことは難しいが、危機が発生した場合には、多様なレベルでコミュニケーションを継続し、危機が発生している現場が柔軟に対応できる体制を整えていくことが重要である。待ちの姿勢だけでは物事は進まず、中央と地域がその役割を明らかにしながら、常に情報を収集し共有し備えを行っていく。2020年3月下旬から移動制限が始まり、8月末の再開までの間、TCSビジネスに対してプロトコルの導入支援、受け入れ態勢の整備、コミュニティの社会・経済状況の確認について、地域コーディネーターを通して行い、観光解禁と同時にこれらの TCS サイトで訪問客を受け入れることができた。国内観光の盛り上がりや TCS サイトが提供するアドベンチャー体験などのマーケットの拡大傾向もあり、2022年2月現在、ほぼすべてのTCSのサイトがコロナ禍以前よりも良い状況になっている。

5-3 プロジェクトの効果を高める工夫

異なるレベルでの同時並行による活動の実施

プロジェクトのデザインでの中央とコミュニティでの活動を同時並行して行っていることとなっているが、コミュニティでの TCS ビジネスの支援を行い、地域での関係者間の調整を市、県、地域レベルで行い、中央の関係省庁への働きかけを行い、かつ MITUR 内の異なる局間の調整を同時並行で進めた。実施するリソースは限られていたが、全体の推進体制の提案をプロジェクト前期で行い、これに沿って活動を進め、一つのレベルの弱点を他のレベルで補えるよう、全体を見ながら活動を進めた。適時に異なるレベル間での情報共有や協力調整を行い、現場での活動を進めていくことをできる限り優先しながらプロジェクト活動を進めた。その結果、関係者間の理解も深まり、TCS 推進が今後も継続していく基盤を構築することができた。

成果のビジュアル化

観光生産者ユニット（UP）やテリトリアル・グループ（GT）が創造した観光商品や体験、地域のポテンシャルなど可能な限り出てきたものを様々な形で関係アクターとともにビジュアル化し、販売やプロモーションにつなげるとともに、商品の改善につなげる取り組みを行った。ツアーシート、商品カタログ、地域の宝カタログ、コミュニティ観光マップ、ドライビングマップなどのマテリアルの作成や、インフルエンサーや MITUR の広報と協力したビデオクリップや自助プロモーションのためのイメージビデオ、ホームページや SNS 活用の推奨などを行った。これにより UP や GT の関係アクターが自分たちの商品への思いを高め、積極的にプロモーションの機会を見つけていくようになり、商品改

善や新たな商品の開発にもつながった。いくつかの UP では、直接インフルエンサーやツアーオペレーターとやり取りとりして、プロモーションのツールを最大限活用しているほか、マテリアルを通してコミュニティでも広く知られるようになり地域内でのポジショニングを高める効果もみられた。

6. 添付資料

添付資料 1： プロジェクト活動の写真やイメージ集
添付資料 2： モニタリングシート（PDM／PO に沿って）
添付資料 3： 専門家派遣実績
添付資料 4： 業務フローチャート
添付資料 5： 本邦研修員受入れ実績
添付資料 6： 貸与物品リスト
添付資料 7： 合同調整委員会議事録等
添付資料 8： TCS 推進戦略ビジョン 2030（和語／西語）
添付資料 9： TCS 推進戦略アクションプランモニタリング報告書（和語／西語）
添付資料 10： TCS 商品開発活動進捗モニタリング表とメモリア（西語）
添付資料 11： 持続可能なコミュニティツーリズム起業家のためのマニュアル（要約：和語／本文：西語）
添付資料 12： テリトリアル・グループの形成と強化に関するマニュアル（要約：和語／本文：西語）
添付資料 13： 現地研修等実施リスト（西語）
添付資料 14： 作成資料等リスト（西語）
添付資料 15： UNWTO によるリカバリープラン（英語）

添付資料1

プロジェクト活動の写真やイメージ集

添付資料１　プロジェクト活動の写真やイメージ集


第１回合同調整員会（2016 年 11 月）


地域資源再発見参加型ワークショップ


ファシリテーター育成研修


ファシリテーター育成研修修了式


コーディネーター向けワークショップ


コーディネーター向けワークショップ


観光省でのプロジェクト会議


TCS 推進戦略会議。



ダハボンのはちみつ体験造成のための会議



女性グループのビジネスプラン作成支援



ダハボンのはちみつ体験散策ルートの標識作成



Da-jabon de miel

ダハボンのはちみつ石鹸制作とはちみつ石鹸のロゴ。



Sonido de Yaque でのコミュニティ体験造成研修



Moncion の若者グループワークショップ



Manzanillo の自然保護区内のカヤックグループ。



新商品に組み込んだタイノ博物館の展示方法を改善中



Las Galeras ガイドグループへの指導



Gaia ガイドグループへの指導



Jamao Ecotours への指導



Ruta de Casabe へのインタビュー



Moncion での参加型ツアー造成ワークショップ



Damajagua 滝のガイド組合のメンバーにより制作



シバオ北西部でのファムトリップ実施



Grenmon によるツアー説明



バルベルデの Mao 川でチューブ川下り体験にかかる調査



体験型の新商品、JICA ミッション来訪



INFOTEP のトレイル改善実践研修



体験商品マテリアル例



アートごみ箱の設置支援



地域コミュニティと協働で作成した観光マップ



地域コミュニティと協働で作成した地域資源カタログ



ラジオへの出演を通じたプロジェクトの紹介



EXPO TURISMO の TCS ブースでのプロジェクトチーム



EXPO Turismo での TCS サイトを示したブース



プロモーションマテリアル例



観光博用に準備中のプロモーションマテリアル。



プエルトプラタの観光博での TCS ブース



TCSブースの前でインタビューを受ける観光省副大臣



対象地域拡大に向けた戦略ワークショップ１



対象地域拡大に向けた戦略ワークショップ２



観光省 DPP 職員による高校生向けの講義



学生によるツアー形成コンテスト表彰



Ruta de Gallo への感染症拡大防止の防護具等の配布



Rancho Don Lulu への感染症防止防護具等の配布



観光省事務所にて民芸品グループへの配布



新型コロナ感染拡大に伴う緊急支援



訪問客の手指消毒を実施



感染拡大防止啓発マテリアルの一部



本邦研修での EXPO ツーリズムに参加



EXPO ツーリズムにて在日ドミ共大使を囲んで。



本邦研修で金沢市内の交通システムについて学ぶ



本邦研修にてそば打ち体験



本邦研修にて池田町の工場見学



本邦研修にてアクションプラン発表



本邦研修にて在日ドミニカ共和国大使館への表敬訪問



本邦研修にて日本の旅行博でのプロモーション研修



EXPO CIBAO でのアドベンチャー体験ブース



EXPO CIBAO での文化体験ブース



EXPO CIBAO にて民芸品創造体験



EXPO CIBAO にてインフルエンサーへの認定書贈呈



EXPO CIBAO にてメディア向けの発表



EXPO CIBAO での日常体験ブース



EXPO CIBAO でのアドベンチャー体験ブース



EXPO CIBAO にて地域デスティネーションシバオを発表



持続的な観光セミナー2019



グッドプラクティスの表彰 2019



TCS 地域セミナー2022



TCS 地域セミナーにてコミュニティによる発表



TCS 地域セミナーにてプロジェクトチーム



TCS 地域セミナーのサブリージョンの展示



第 6 回 JCC（2022 年 3 月）



第 6 回 JCC（2022 年 3 月）

添付資料2

モニタリングシート（PDM／POに沿って）

モニタリング―シート / 作業計画

日付: 2022-03-01

プロジェクト名： ドミニカ共和国北部地域におけるコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト	実施機関： 観光省・職業訓練庁・経済計画開発省	実施期間： 2016年4月から2022年3月

上位目標

	達成見込		達成見込	
北部地域のTCSがドミニカ共和国の国内外からの訪問者への主要な観光アトラクションの一つとなる。	4	指標1:ドミニカ共和国内外で旅行業社に販売されるTCS商品・サービスの数の200％の増加。	4	TCSリスト（2017年1月）にあるTCS商品/UPの中で、ツアーに組み込まれて販売されいているサイトは10あった。この数値を基準として、本指標では200％の増加である30のTCSサイトがツアー等に含まれ、プロモーション、販売されている状態を目指す。2020年3月までに、TCSサイトで国内外のツアーが訪問先に入れているのは15サイトであった。新型コロナ感染症拡大の影響により、国外での旅行業者の販売等は激減したが、2021年はワクチン接種の拡大もあり全体的な国際観光の回復が進んだ。一方、2021年後半には新たな変異株の再拡大で移動制限など厳しい状況となるなど、完全な国際観光の戻るまではもう数年かかると予想されていることから、この後の国内外の旅行業が厳しい状況も想定される。同時にITCの活用でTCSサイトが直接旅行者とやり取りができる環境ができ、中間業者を通さない販売・プロモーション経路も確立されてきていることを考慮することも必要である。このような状況下、2022年1月末に、これら国内外の旅行業者に販売されTCS商品・サービスの数としては26であった。
		指標2:ドミニカ共和国内外のMITURプロモーション事務所（OPT）で北部地域TCSのプロモーション実施状況。	4	2020年8月からの新政権後、観光省の体制が再編成され、プロジェクト中盤までのC/Pからは大きく人員も変更された。国外の事務所はこれまで通り観光振興局のもと観光プロモーション事務所（OPT）であり、国内の地方事務所は新たに観光デスティネーション局下におかれ、観光デスティネーション運営事務所（OGD）として地域事務所と県事務所とされている。このような体制下、DPPと観光デスティネーション局と調整をし、地方事務所の機能強化とそこに配置された人材の能力強化を行った。これまでは、プロモーションの機能は十分に果たしていなかったが、今後はTCSを含めた地域観光の発展に貢献する役割を担うことが期待されている。また北部地域での体制、経験、人材を活用し、他地域への横展開が期待されており、すでに南部地域に拡大される準備がされている。そのほか、国内向けのプロモーションとしては、観光振興局の国内プロモーション局によるファムトリップの実施やマテリアルやウェブによるプロモーション活動も行われている。海外の観光プロモーション事務所はコロナ禍の状況やその対応が格好で異なり、プロジェクト期間中には十分な取り組みができなかった。

プロジェクト目標

	達成見込		達成見込	
北部地域においてPPPを通じた持続的なTCS開発を促進するための能力と調整メカニズムが強化される。	4	指標1:北部地域でのTCSイニシアチブ促進のために形成され、機能する、中央省庁と民間セクターで構成された中央調整テーブル。	3	北部地域だけでなく全国的なTCSの推進を図るための体制として、観光省内でDPPをはじめとする関連6局（プロジェクト計画局、観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、国際協力局、観光品質局）によるワーキンググループが形成され、グッドプラクティスを評価する体制が形成された。これを契機にTCS支援の活動の実施が、観光省内の技術レベルのスタッフ間の協力が局横断的かつ地域・現場レベルでも行われるようになった。他省庁との調整体制としては観光省DPPと個別にパイの対応になっており、観光省が必要に応じて、職業訓練庁、経済計画開発省、環境省（エコツーリズム局）、商工省（中小零細企業支援局）の技術レベルで協力をする状況は形成された。そのための中央機関の支援カタログや研修講義カタログなどの具体的なツールも作成できた。ただ当初想定していた中央調整テーブルの確立には至っていない。一方、南部地域でコミュニティツーリズム推進を進めるとして、本プロジェクトの成果が活用され始めており、TCS推進戦略との関連で関係省庁との協力関係が具体的に構築される機会も今後あることが想定されている。
		指標2:北部地域での持続的にTCSを促進するための中央調整テーブルのメンバー間の信用の度合い	3	指標1で見たように、中央調整テーブルの形成に関連した関係者の信頼関係については、観光省内での関係性は向上し、観光省と個別の省庁間での関係性も高まってきている。関係機関とはTCS推進の具体的な現場の活動の実施を通し、個別の関係性の構築を進めてきた。多くの人員の変更がプロジェクトの後半にあったが、継続的な働きかけで、新政権下での新たな関係性の形成もできた。一方で、これまであまり共通の活動がない文化省などとは疎遠になっているほか、中央調整テーブル全体としては公式化はできなかった。トップ間の合意と技術者レベルでの協同体制の構築、加えて実際の活動を進めていきながらメンバー間の信頼の度合いを高めることができる。
		指標3:TCS調整・振興の主体として、官民連携の枠組みで形成され機能した、7つ以上の地域グループ。	4	地域グループ（テリトリあるグループ：GT）は、それぞれの対象地域の官民協力体制で観光を通して地域の価値を高め、市・県・サブリージョン・リージョンレベルで地域のアクターのより運営するデスティネーションの基盤となることを想定している。プロジェクト期間中、16のGTを特定し支援の対象として働きかけを行った。これらは主に観光開発途上県や観光開発地域周辺の市などで形成されたものであり、既存の組織を強化して地域グループとするものと新たに形成された地域グループがある。プロジェクト終了時点で、全体で14のGT（市レベルで7と県レベルで７）への支援をミニプロジェクトして実施した。市や県でのTCS推進活動への支援として、地域資源カタログの参加型作成、域内のテーマ性ツアーの開催、地域フェアーの開催、ファムトリップの受入れ、プロモーション活動の支援などである。加えて感染症拡大防止プロトコル導入の指導も行ってきた。本指標にある7つ以上の地域グループ形成の達成は達成した。シバオ北部で4件、シバオ北西部で5件、シバオ北東部で2件、シバオ南部で3件である。
		指標4:地域グループにより開発、プロモーション、販売された、30件以上のTCS関連の新たな観光商品とサービス	5	観光生産者ユニット（UP）によるコミュニティビジネスでのTCS商品・サービスの開発・販売については、サブリージョンごとにそれぞれの拠点からパイロットアクションとして状況に応じた支援を行った。プロジェクト終了時にはシバオ北西部では10件、シバオ北部では11件、シバオ北東部では5件、シバオ南部では5件で、合計31件のUPを支援しており、実際に支援をしたUPの数、また開発・販売・プロモーションを行ったTCS商品・サービスの数はそれよりも多くある。新型コロナ感染症拡大の影響を受け、これらすべてのUPに影響があり、2020年後半から感染症拡大防止プロトコル導入支援と観光活動開始後の受け入れ体制整備の支援も行った。2021年前半からは国内の観光客の動きが始まり、国際観光客も回復に向かった動きに対応して、すべてのUPの活動が再開してた。2021年中はこれらのUPへの具体的な支援をミニプロジェクトとして行い、新たな状況に合わせた商品の改善、新たな商品の開発、標識や案内板などの設置、簡易インフラの整備、個別プロモーションマテリアルの作成、デジタルマーケティング能力強化、ガイド育成などの支援を行った。本指標の目標である30件以上のTCS関連の観光商品・サービスの開発・プロモーション・販売は達成した。
		指標5:統合されたTCSのデスティネーションとして開発、プロモーションされた5件以上の観光ルート。	4	統合されたTCSのデスティネーションとしては、観光省DPPの計画にある全国のマルチデスティネーションサーキットの一つとして北部全域を対象とした「北部広域デスティネーション：シバオ」を広域デスティネーションとして、その中にサブリージョンレベルの「周遊街道」、県レベルでテーマを中心に添えた「テーマ性のあるルート」、市レベルでの「コミュニティデスティネーション」を地域の特徴やアクセス性を踏まえて提案し、地域のアクターを巻き込んで開発・プロモーションを行った。これは県・市レベルの主体となるGTの形成（指標3）とも一部重なることから、本指標では、複数県での「テーマ性のある街道」まで含めたものとして、県と市レベルの「コミュニティデスティネーション」は含めないこととする。プロジェクト終了時、「北部広域デスティネーション（シバオ発見）」、「シバオ北西部周遊街道（味のエッセンス）」「シバオ南部の周遊街道（シバオの源泉）」の3件を中心に開発・プロモーションを実施してきた。「北部広域デスティネーション、シバオ発見」の中で、「テーマ性のある街道」として「多種多様な海岸に巡り合える海岸線ルート」と「シバオの文化とガストロノミーの内陸ルート」の2件を入れ込み、全体で5件の形成を行った。

達成状況／見込	
5	達成した上、予定よりも進んだ。
4	予定通り達成した。
3	一部達成できなかったが、時間や資源があれば達成できる見込み。
2	達成できていないところがあり、今後も一層の努力が必要。
1	達成の見通しが立っていない／計画変更の検討が必要

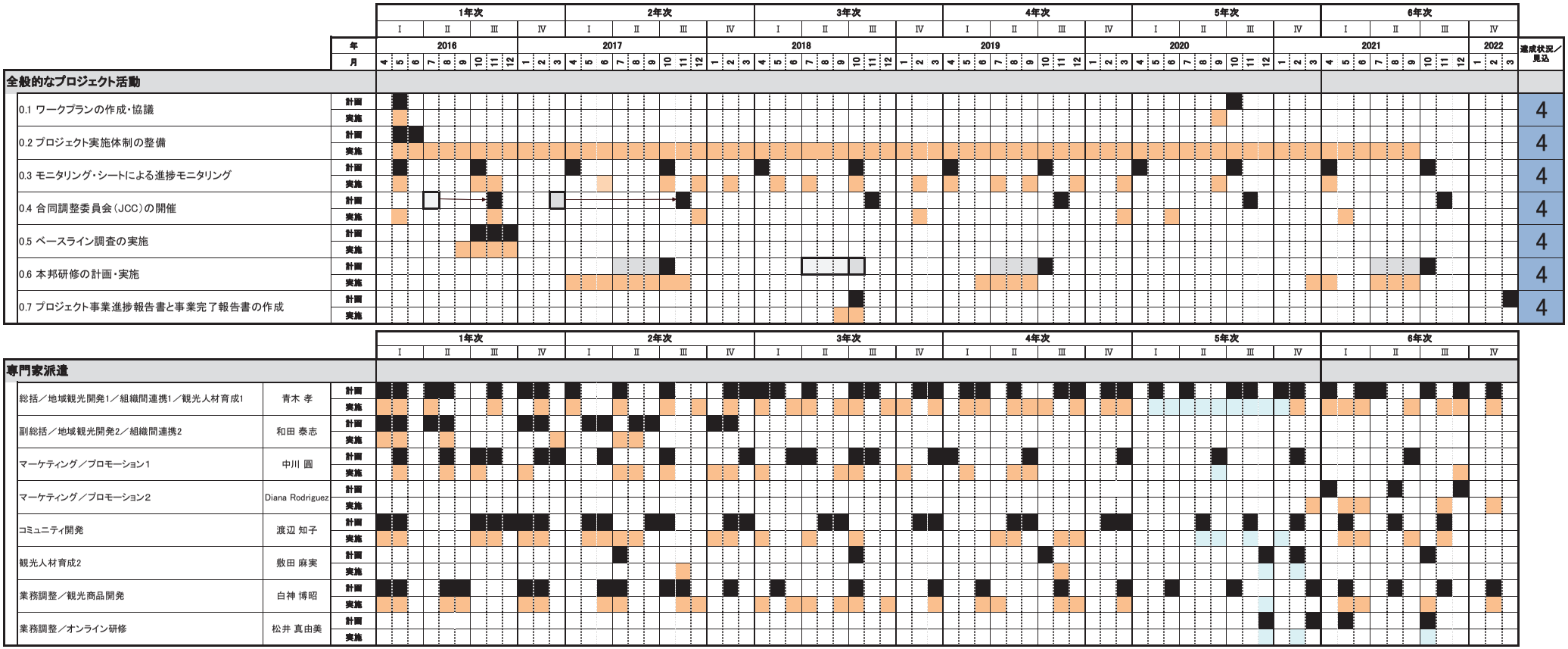
期待される成果

	達成見込		達成見込	
成果1: 参加型手法の紹介・適用と、関係組織との協働を通じて、北部地域におけるTCSと地元資源の現状が診断される。	4	指標1-1:北部地域の地元リーダーとの関係が構築される。	4	プロジェクト前半で、関係者リストの作成と地域観光振興のリーダー的組織の特定をし、UPやGTの形成・強化支援を通して関係を築き、観光展示会や地域セミナー等の開催、ファムトリップや相互交流等によりアクター間の関係も構築してきた。サブリージョンごとに逐次関係者リストのアップデートを行ってきた。2020年から開始したコミュニティリーダー育成研修や2021年に実施した帰国研修員を中心とする持続可能な観光分野でのローカル専門家育成研修、またこれらのリーダーを含めたUPやGT間の交流を進め、イベントの参加にも協同できる関係ができた。個別の人材育成に加え、リーダー間の関係構築を引き続き強化することが求められ、特に地域内での観光地域運営体制の構築を強化する地元中間人材育成が重要である。
		指標1-2:TCS、地元資源と地域グループ候補の現状に関する診断報告書が作成される。	4	現状分析は「基礎調査」として、地域レベル・中央レベルで実施した。地域レベルでは、対象地域の現状（一般・観光）を県ごとに取りまとめた他、地域と観光のポテンシャル（地域力と観光力）の調査を行った。中央レベルは観光セクターの政策・戦略のレビュー、プロモーション・マーケティングの現状、観光関連の統計情報の収集と既存の統計システムの現状について調査し取りまとめた。2020年の新型コロナ感染症拡大による地域や観光セクターへの影響を整理し、戦略や活動計画に反映させた。また将来的にTCS推進活動の全国展開を目指していることから他の地域（南部地域と東部地域）の基礎調査も限られた時間で行った。

成果2:プエルトプラタ県とシバオ北西部4県の事例をもとに、北部地域におけるTCSを推進するための戦略と計画が策定される。	4	指標2-1:プエルトプラタ県とシバオ北西部4県でのパイロット活動計画が策定・実施され、モニタリング・評価が行われる。	4	プロジェクトの前半にシバオ北部とシバオ北西部で5つのパイロットプロジェクトを実施し、各パイロットプロジェクトの実施報告書を作成した。実施したパイロットプロジェクトは、1. プロモーションツール作成を通した、CBTのマーケティングサイクル改善プロジェクト、2. コミュニティ参加型の広域デスティネーションの基盤づくりプロジェクト、3. 大学生による観光ルート・テーマ形成プロジェクト、4. 官民協力による観光情報センター運営改善プロジェクト、5. 地域資源情報マッピングプロジェクトである。またプロジェクト中盤から後半にかけては、個別のUPやGTへの支援をパイロットアクションとして位置づけ、経験や教訓を踏まえて横展開や方法論を抽出できるようなアプローチを行い、支援の精度や効果を高め戦略に反映させようなモニタリング・評価を定期的に（プロジェクトのモニタリング報告を活用）行った。
		指標2-2:中央レベルにおけるTCS促進のための一般戦略や活動計画と、少なくとも7つのテリトリーグループレベルで北部地域のTCS推進のための地元活動計画が準備される。	4	2018年に作成したTCS推進戦略ペーパーの大枠の作成と活動計画案を踏まえ、中央と地方の支援ラインを立ててプロジェクト活動を計画・実施した。2019年はそれまでの成果と教訓を踏まえ、活動支援ラインを再設定し、5つの支援ラインのもと活動を微修正しながら実施を継続した。2020年はコロナ禍によりそれまでの活動を可能な限り継続しながら、緊急対応やコロナ禍で変わりゆくマーケットの状況を考慮した対応を行った。このような状況を経て、今後のポストコロナで想定される状況を想定し、6つの支援ラインで2021年の活動を行った。このような支援ラインの仮設定、支援ラインに沿った活動の実施、モニタリングと評価を踏まえた活動の修正を行い、戦略の精度を上げ、最終的に2030年を目標年とするTCS推進ビジョンの戦略ドキュメントを提案した。この戦略ドキュメントに加わるサブリージョンごとの活動計画を同時に示した。GTレベルでの地元活動計画はプロジェクト目標指標3とも関連し、14件のGTを支援したことに加え、2つのGLへの支援、31件のUPの支援で活動の計画・実施を行った。7件以上のテリトリあるグループの地元活動計画の立案は達成している。
		標2-3:北部地域のTCS促進のための人材育成計画が準備される。	4	INFOTEPが提供する研修とその実施・支援体制を活用しながら、TCSす維新に必要な人材育成を強化してくための支援ラインを設定し、1. 新設TCS研修の形成と拡大、2. TCS関連の既存研修の活用、3. TCS啓発のマテリアル作成とセミナーの実施、4. TCS推進体制強化のニーズに沿った研修コースの立案と実施、5. ファシリテーターやアドバイザーの強化、6. 総合的なTCS人材育成プログラムの提案と体制形成、の6つの柱からなる計画を準備した。これに沿って2018年からプロジェクト活動として実施した。
成果3:北部地域におけるTCSを推進するための地域レベル、地元レベルのアクションプランの活動が実施される。	5	指標3-1:新しいTCS商品・サービスの造成のために少なくても30件の地元活動が実施される。	5	2018年より本格的に開始した観光生産ユニット（UP）では、観光商品・サービス開発のための多種多様な支援をパイロットアクションとして実施し、これまでに31件のUPへの支援を実現した。支援をしたTCS商品・サービスの数はXXX、これらを支援するため2020年までに実施したアクションは全体で38件（シバオ北西部14件、シバオ北部16件、シバオ北東部4件、シバオ南部4件）、2020年から2021年にかけて実施したアクションは全体で44件（シバオ北西部11件、シバオ北部11件、シバオ北東部4件、シバオ南部5件、その他13件）であり、2018年か2021年の間で支援を実現したアクション数は82件であった。本指標である少なくても30件の商品・サービス開発・改善のための地元活動の実施は達成した。
		指標3-2:新しい観光ルート開発のために、少なくとも5件の地元活動が実施される。	4	プロジェクト目標の指標5と重なるが、これまでに「シバオ広域デスティネーション」の活動として「SOY CIBAO」の雑誌、EXPO CIBAOでの「Destino CIBAO」としての参加、シバオ広域デスティネーションのウェブサイト作成の3件、シバオ北西部の「味のエッセンス周遊街道」の活動として、地域推進戦略の作成、複数のファムトリップの実施、周遊街道プロモーション活動の3件、シバオ南部の「シバオの水源周遊街道」の活動として、ドライビングマップ制作と各地域での発表、プロモーションビデオの作成の2件を実施した。「テーマ性のある街道」の一つである「100の特徴あるビーチを楽しむ北部海岸線街道」の街道デザインとして1件行った。本指標である、新たな観光ルート（広域デスティネーション、周遊街道、テーマ性のある街道）開発のための5件以上の地元活動の実施は、全体として9件実施したことから達成した。
		指標3-3:すべてのレベルで2000人以上が育成される(例:コミュニティレベル、テリトリーグループレベル、地域レベル、中央レベル)。	5	TCSに関連したコースを受けた人数は2018年末までに766人、2019年は730人、2020年は844人、2021年はXXXXであり、全体で合計2337人であった。これまでの活動でTCSに特化したINFOTEPの研修プログラムの正式な登録を3件、登録に向けた準備または修正のための提案を行ったものが2件ある。また他の関連するINFOTEPの研修もUPやGTのニーズに対応して受講できるような体制を整備してきたため、継続した人材育成ができる基盤を形成してきた。本指標が挙げてる2000人は達成し、大きく当初の予定を上回る人数を達成した。
成果4:北部地域におけるTCS活動を促進するための組織的な枠組みが確立される。	4	指標4-1:北部地域におけるグッドプラクティスに基づくマニュアルが作成される。	4	グットプラクティスに関しては、これまでプロジェクトのJCCでのグットプラクティスの表彰（2019年2月）、全国観光メディア協会によるコミュニティツーリズムの表彰（2019年6月）、国際観光デーでのグットプラクティスの表彰（2019年9月）、新体制後コロナ禍にて行った観光省のイニシアチブよるグッドプラクティスの表彰（2021年11月）を行ってきた。観光省のイニシアチブによるグッドプラクティスの表彰では、2021年7月からDPPが主導し他の関連5局とワーキンググループを形成し、7分野でのグッドプラクティスの評価をおこなった。評価の項目や候補の選定、評価のための現地訪問、オンラインによるインタビューなどの過程を経て、50の候補の中から7分野それぞれで表彰の対象とするグッドプラクティスを抽出した。これらの抽出したグッドプラクティスとその過程をドキュメント化した。また、これまで支援をした31のUPと14のGTの活動とその支援について整理したメモリアを制作した。個別の実践ガイドラインではその手法や手順を示すなか、それを実際に使った事例を紹介した。
		指標4-2:北部地域におけるTCS活動促進のための研修プログラムが作成される。	4	INFOTEPによるTCS推進に関連した公式研修コース（80時間から130時間程度）としては、これまで1. TCS基礎研修コース（2018年）、2. TCS観光商品開発研修コース（2019年）、3.リーダー育成研修コース（2020年）のカリキュラムとマテリアル作成、試験的実施と登録を行い、横展開を開始した。2021年には観光省、環境省、INFOTEPの3者間の調整を行いながら、ガイド育成の研修コースの改善を提案した。観光危機管理にかかる研修プログラムのカリキュラムとマテリアル案の作成、UPやGT間の交流をベースにした実践的な研修プログラムのカリキュラム作成など、将来広く活用できる人材研修プログラムの基礎を築く支援をした。
		指標4-3:北部地域における持続的なTCS活動を確保のための提言が作成される。	4	北部地域における持続的なTCS活動を確保のための提言については、指標2-2とも関連し、TCS推進ビジョン2030のドキュメントをもって提言として示した。これまで、2018年にはTCS推進戦略ペーパー案、2019年には5つの活動支援ラインを設定した活動によりTCS推進の体制構築への働きかけを行い、その後コロナ禍の状況を踏まえ6つの支援ラインを提案し、プロジェクト活動の中で支援ラインを実現するアクションを実施し、そこからのレッスンを取り込んで、TCS推進ビジョン2030の最終版とその実現のための施策案を提示した。一方、短期的な対応に加え、中長期的にポストコロナの状況を踏まえた対応を想定し、UNWTOとの協力で観光セクター回復に向けた提言のための作業を支援した。
		指標4-4:北部地域におけるTCSイニシアティブ促進のために中央調整テーブルへのガイドラインが作成される。	4	これまでのプロジェクト活動の実施で得られら経験や教訓の整理をし、TCS商品開発への支援と観光地域運営体制の構築への支援にかかるマニュアルを作成した。関連して個別のアクションをベースにした個別実践ガイドラインを作成した。地域資源の再発見、デジタルマーケティング、ビジネスプラン作成、人材育成研修の活用などがおもな実践ガイドラインの内容である。これらのマニュアルと実践ガイドラインはTCS推進ビジョン2030の戦略軸に関連付けられており、、プロジェクト終了後も北部地域や他の地域でのTCS推進が継続して実施されていくことを想定している。実践ガイドラインでは手順、手法、ツールを示したまとめとして、シバオ内での活動の深化や拡大、他地域への横展開が可能となるよう、具体的な事例も入れ込んで整理をした。また中央調整テーブルの関係組織に支援ツールカタログを2020年に作成した初版を2022年1月にアップデートした。

作業計画

活動	年	1年次				2年次				3年次				4年次				5年次				6年次				達成状況
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
	年	2016				2017				2018				2019				2020				2021				2022	
	月	4 5 6 7 8 9 10 11 12				1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12				1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12				1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12				1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12				1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12				1 2 3	
成果1: 参加型手法の紹介・適用と、関係組織との協働を通じて、北部地域におけるTCSと地元資源の現状が診断される。																										
1.1 北部地域のTCS振興に関する現状把握	計画																									4
	実施																									
1.2 北部地域のTCSポテンシャル調査	計画																									4
	実施																									
1.3 北部地域のリーダーの特定と関係構築	計画																									4
	実施																									
1.4 参加型アプローチの改善	計画																									4
	実施																									
1.5 参加型アプローチによる地元資源の特定	計画																									4
	実施																									
1.6 テリトリアル・グループ候補の選定	計画																									4
	実施																									
1.7 診断結果を中央調整テーブルで発表	計画																									4
	実施																									
成果2 : プエルトプラタ県とシバオ北西部4県の事例をもとに、北部地域におけるTCSを推進するための戦略と計画が策定される。																										
2.1 プエルト・プラタ県、及び北西部4県におけるパイロット活動計画の策定	計画																									4
	実施																									
2.2 パイロット活動計画の実施	計画																									4
	実施																									
2.3 パイロット活動計画のモニタリング	計画																									4
	実施																									
2.4 総合的な北部地域TCS戦略の策定	計画											「実行フェーズ」で検証												「実行フェーズ」で検証		4
	実施																									
2.5 総合的な北部地域TCS戦略に基づいたアクションプランの策定	計画											「実行フェーズ」で検証												「実行フェーズ」で検証		4
	実施																									
2.6 作成した北部地域TCS戦略とアクションプランを中央調整テーブルに報告	計画																									3
	実施																									
2.7 テリトリアル・グループの地元アクションプランの策定のための支援	計画																									4
	実施																									
2.8 テリトリアル・グループの人材育成計画の策定	計画																									4
	実施																									
成果3: 北部地域におけるTCSを推進するための地域レベル、地元レベルのアクションプランの活動が実施される。																										
3.1 総合的な北部地域CBT戦略とアクションプランの実施支援	計画																									5
	実施																									
3.2 テリトリアル・グループの地元アクションプランの実施支援	計画																									5
	実施																									
3.3 テリトリアル・グループの人材育成計画の実施支援	計画																									5
	実施																									
3.4 テリトリアル・グループの相互訪問	計画																									4
	実施																									
3.5 テリトリアル・グループ自身による活動モニタリング	計画																									4
	実施																									
成果4 : 北部地域におけるTCS活動を促進するための組織的な枠組みが確立される。																										
4.1 中央調整テーブルに対する活動報告	計画																									3
	実施																									
4.2 MITURによるテリトリアル・グループの活動のモニタリング	計画																									4
	実施																									
4.3 セミナー等の開催	計画																									4
	実施																									
4.4 成功例をまとめたハンドブックの作成	計画																									4
	実施																									
4.5 研修プログラムの開発	計画																									4
	実施																									
4.6 北部地域のTCS振興の持続性を確保するための提案の提示	計画																									4
	実施																									
4.7 TCSを持続的に振興するための体制に関するガイドラインの作成	計画																									4
	実施																									

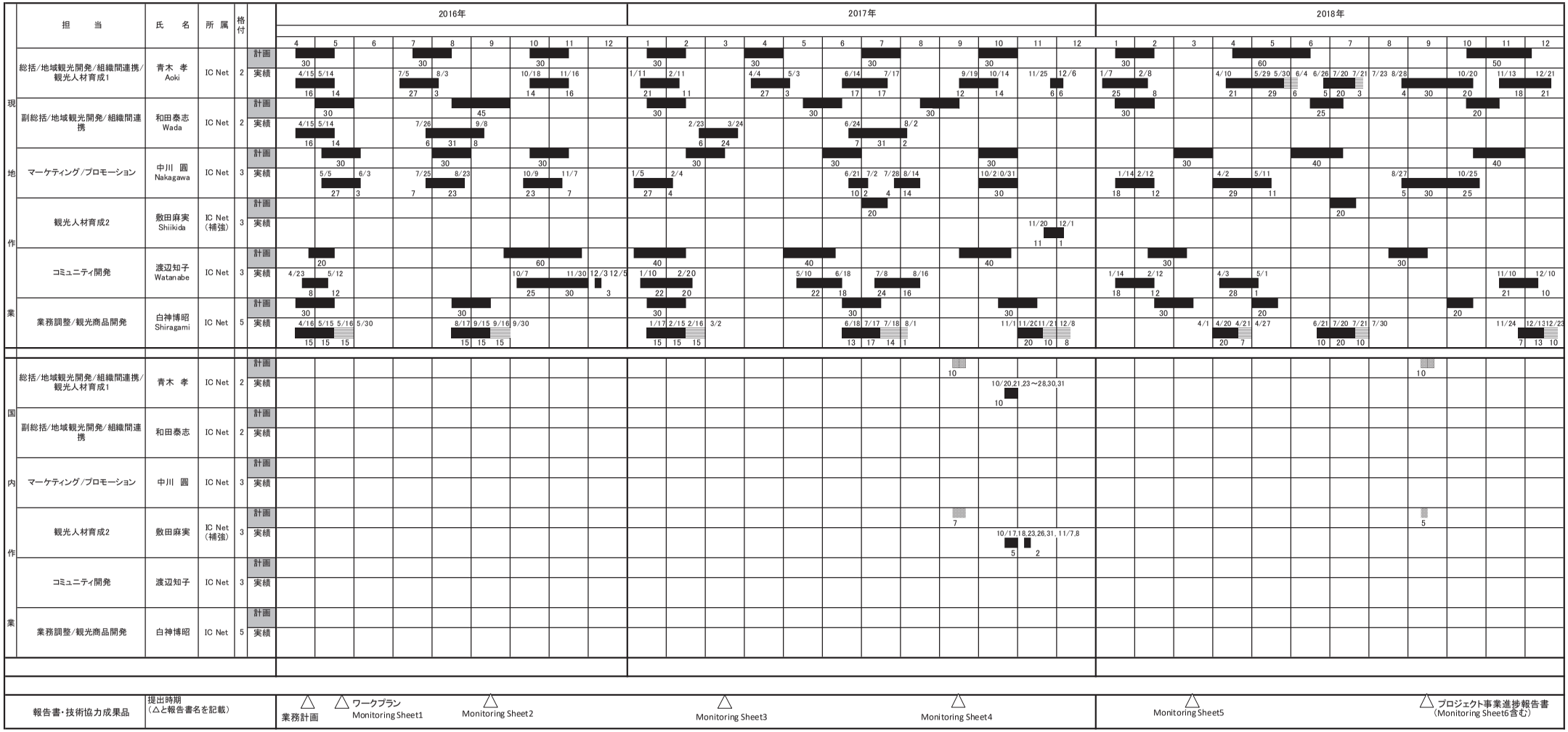

1年次
2年次
3年次
4年次
5年次
6年次
I
II
III
IV
年
月
2016
2017
2018
2019
2020
2021
2022
達成状況／見込
全般的なプロジェクト活動
0.1 ワークプランの作成・協議
0.2 プロジェクト実施体制の整備
0.3 モニタリング・シートによる進捗モニタリング
0.4 合同調整委員会（JCC）の開催
0.5 ベースライン調査の実施
0.6 本邦研修の計画・実施
0.7 プロジェクト事業進捗報告書と事業完了報告書の作成
計画
実施
4
専門家派遣
総括／地域観光開発1／組織間連携1／観光人材育成1
青木 孝
副総括／地域観光開発2／組織間連携2
和田 泰志
マーケティング／プロモーション1
中川 圓
マーケティング／プロモーション2
Diana Rodriguez
コミュニティ開発
渡辺 知子
観光人材育成2
敷田 麻実
業務調整／観光商品開発
白神 博昭
業務調整／オンライン研修
松井 真由美

添付資料3

専門家派遣実績

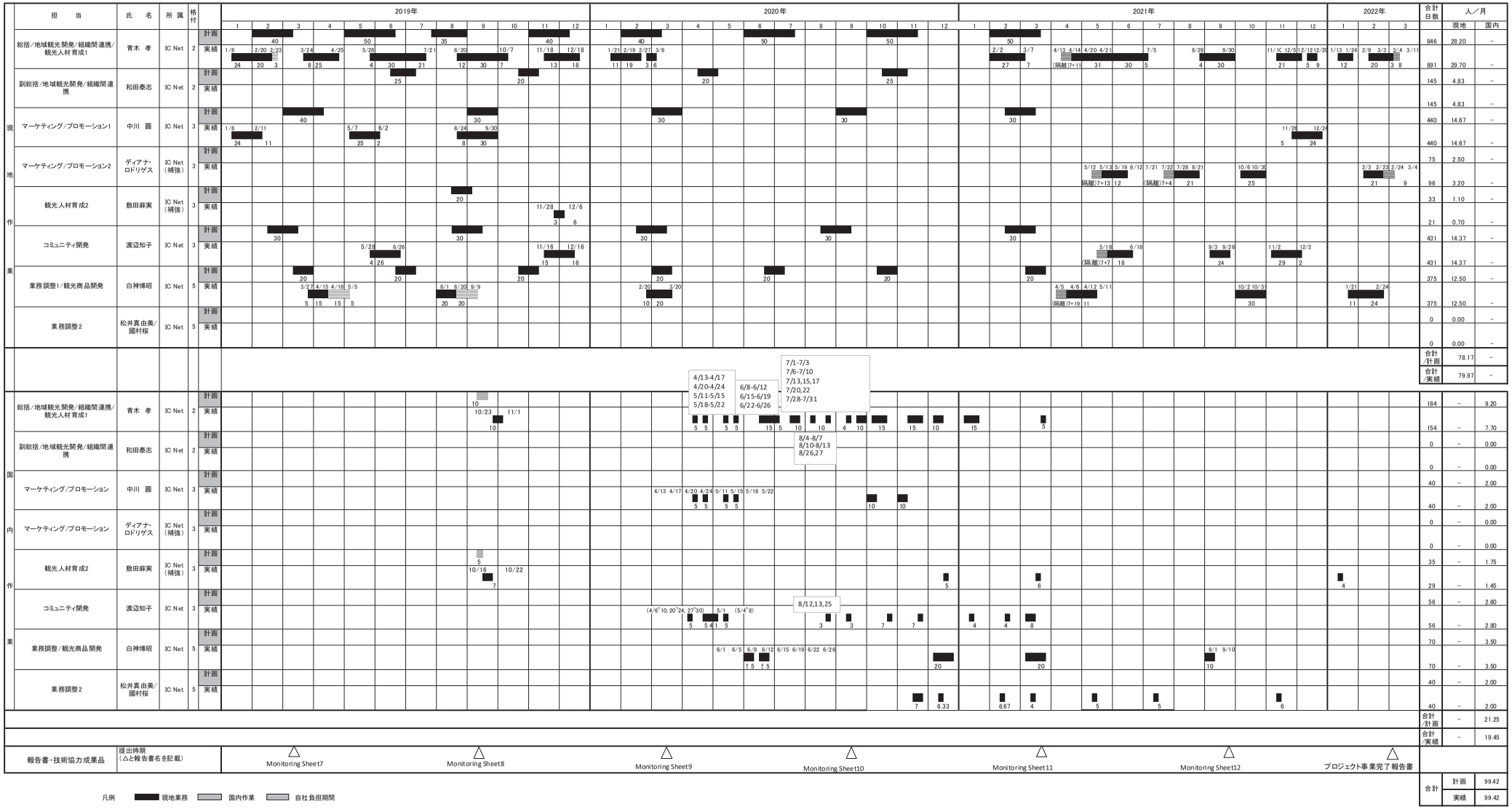
b_専門家派遣実績／計画

ドミニカ共和国北部地域におけるコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト



b_専門家派遣実績／計画

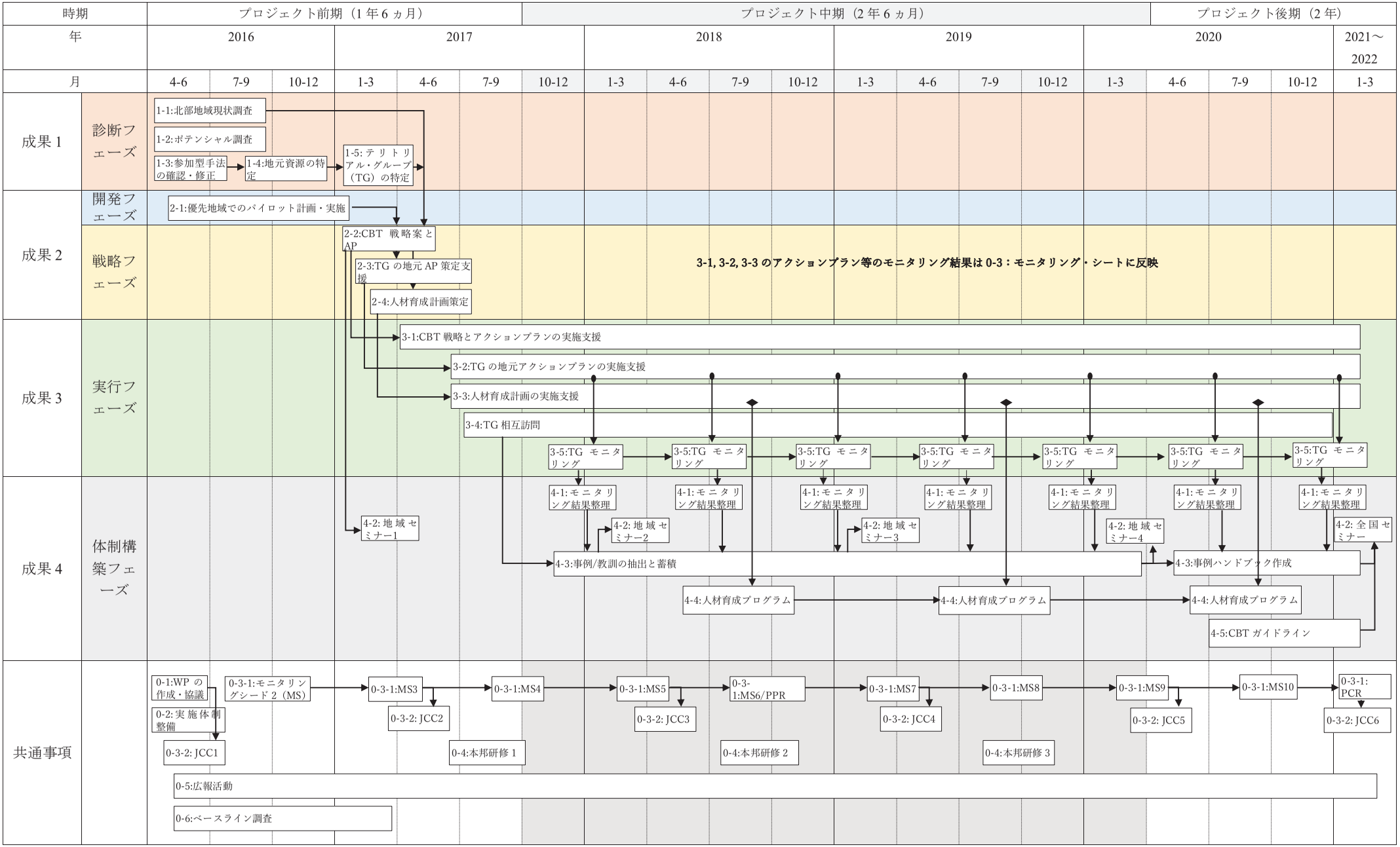
ドミニカ共和国北部地域におけるコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト



添付資料4

業務フローチャート

添付資料 4　業務フローチャート



添付資料5

本邦研修員受入れ実績

添付資料 5 本邦研修員受入れ実績

第 1 回本邦研修

研修日程：
2017 年 10 月 19 日（来日）～　2017 年 11 月 1 日（離日）

研修員数：
5 名

研修員名簿：

氏名	役職
Ms. Maribel Villalona	観光省計画事業局　局長
Ms. Arysleida Tineo	職業訓練庁北部地域事務所　所長
Ms. Indira José	観光省国際プロモーション局　局長
Mr. Jose Eduardo Núñez	観光省観光プロモーション北西部地域事務所　所長
Ms. Soraya Rodríguez	モンテクリスティ　ホテル連盟　役員

主な訪問先：
東京、埼玉県（川越市）、石川県（金沢市、珠洲市、輪島市、加賀市、能美市）、福井県（池田町）

第 2 回本邦研修

研修日程：
2019 年 10 月 14 日（来日）～　2019 年 11 月 2 日（離日）

研修員数：
10 名

研修員名簿：

氏名	役職
Ms. Milka Hernandez	観光省国内プロモーション局　局長
Mr. Prudencio Ferndinad	観光省広報局　アナリスト
Mr. Kelvin Almeida	職業訓練庁北部沿岸地域事務所　顧問
Mr. José Ricardo Pérez	職業訓練庁北西部地域事務所　顧問
Mr. Ekers Raposo	環境・自然資源省エコツーリズム部　部長
Mr. Fernando Puig	サンチアゴ商工会議所　副会長
Mr. Ramón Paulino	サンチアゴ観光クラスター委員会　委員長
Mr. Felix Manuel Rodriguez	モンション観光推進グループ　コーディネータ

	ー
Ms. Raquel Samoboy	ラス・ガレラス持続的観光グループ　代表
Mr. Gregorio Díaz Roja	グアナニコ地域力向上ユニット（UMPC）会長

主な訪問先：
東京、埼玉県（秩父市）、千葉県（松戸市）、石川県（金沢市、白山市、能美市）、福井県（池田町）、大阪府（大阪市）

第 3 回本邦研修（オンライン研修）

研修日程：
2021 年 11 月 18 日～　2021 年 12 月 15 日

研修員数：
13 名

研修員名簿：

氏名	役職
Ms.Ilich Sayuri Díaz	観光省エグゼクティブ・アシスタント
Ms.Vileysi Espinal	観光省担当職員
Ms.Andrea Reid	観光省アナリスト
Ms.Altagracia Tavarez	職業訓練庁アドバイザー
Ms.Maribella Muñoz	職業訓練庁アドバイザー
Mr.Gustavo Saint-Hilare	サンチアゴ・ロドリゲス観光クラスター代表
Mr.Arismendi Gómez	GREMONT 副代表
Mr.Julio Pérez	バルベルデ観光クラスターメンバー
Ms.Hosanna Durán	観光省プエルトプラタ県事務所所長
Ms.Maryoli Gómez	モカ歴史街道ルート担当職員
Mr.Alexis Hernández	CODEJAN 代表
Ms.Yocasty Artiles Solis	CONTUGAL プロモーション局長
Ms.Yeni Rodríguez	UMPC グアナニコメンバー

講義数（演習含む）：
オンラインライブ講義：11
YouTube ビデオ講義：9
合計 20 講義

添付資料6

貸与物品リスト

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

貸与物品リスト
List of Property Lending

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

（2022年3月現在）
(As of March, 2022)

物品名称 (Name of Property)	規格・品番 (Standard, Part Number)	個数 (Quantity)	取得価格 (Purchase Price)			検査合格日 (Date of Inspection Passed) Year/Month/Day	配置場所 (Location)	現況 (Current State)	備考 (Remarks)	事業終了後の取扱い (After Completion of Project: Handover/Return)
			取得価格 (Purchase Price)	通貨 (Currency)	日本円換算取得価格 (In Japanese Yen)					
Photocopier	XEXOX DOCU COLOR 252	1	285,000.00	DOP	695,543	25/5/2016	Santo Domingo Office	In use		Donation
Projector	EPSON H552A	1	26,750.00	DOP	67,916	22/4/2016	Santo Domingo Office	In use		Donation
Computer	APPLE MACBOOK PRO	1	113,124.00	DOP	253,092	21/9/2016	Santo Domingo Office	In use		Donation
Computer	HPG5 15.6 I3	1	28,500.00	DOP	66,054	4/11/2016	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	HPG5 15.6 I3	1	28,500.00	DOP	66,054	4/11/2016	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	HPG5 15.6 I3	1	28,500.00	DOP	66,054	4/11/2016	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	APPLE MACBOOK PRO	1	96,999.00	DOP	232,971	12/7/2017	Puerto Plata Office	In use		Donation
Camera	NIKKON D5500 AF-P 18-55	1	48,017.00	DOP	115,327	12/7/2017	Puerto Plata Office	In use		Donation
Projector	EPSON H552A	1	28,200.00	DOP	67,305	7/8/2017	Puerto Plata Office	In use		Donation
Photocopier	XEXOX WORKCENTRE 7120	1	89,500.00	DOP	196,114	12/4/2019	Santiago Office	In use		Donation
Projector	Proyector EPSON X51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI/WIFI	2	53,749.00	DOP	108,733	26/01/2022	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO V15 Ci7/1.30GHZ/8GB/1TB/15.6/W10P-SPA	2	44,722.00	DOP	90,472	26/01/2022	Puerto Plata Office	In use		Donation
Projector	Proyector EPSON X51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI/WIFI	2	53,749.00	DOP	108,733	26/01/2022	Puerto Plata Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO V15 Ci7/1.30GHZ/8GB/1TB/15.6/W10P-SPA	2	44,722.00	DOP	90,472	26/01/2022	Puerto Plata Office	In use		Donation
Projector	Proyector EPSON x51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI	1	45,550.00	DOP	92,147	28/1/2022	San Francisco de Macoris Office	In use		Donation
Projector	Proyector EPSON Powerlite E10+ Portatil	1	38,925.00	DOP	78,744	31/1/2022	Santiago Office	In use		Donation
Computer	Computadora Dell OPTIPLEX 7090 SFF CI5/3.2GZ/8GB/1TB	3	58,875.00	DOP	119,103	31/1/2022	San Francisco de Macoris Office	In use		Donation
Monitor	Televisor Stodia 65 D-LED FHD Smart 4k	1	58,385.00	DOP	117,250	3/2/2022	Santiago Office	In use		Donation
Computer	Computadora Dell OPTIPLEX 7090 SFF CI5/3.2GZ/8GB/1TB	10	58,875.00	DOP	118,234	3/2/2022	Santiago Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO V15 Ci7/1.30GHZ/8GB/1TB/15.6/W10P-SPA	2	59,413.00	DOP	119,314	10/2/2022	Santo Domingo Office	In use		Donation
Projector	Proyector EPSON X51/XGA 3800 LUMENS 1024x768 HDMI/WIFI	2	54,575.00	DOP	109,599	10/2/2022	Santo Domingo Office	In use		Donation
Network receiver	Denon DRA-800	1	69,970.00	DOP	140,515	28/2/2022	Santo Domingo Office	In use		Donation
Speaker	Klipsh C18 Speaker	2	34,836.03	DOP	69,958	28/2/2022	Santo Domingo Office	In use		Donation
Audio equipment connection cable	Cable Blindado OFC 14/2 500pies	1	33,485.34	DOP	67,246	28/2/2022	Santo Domingo Office	In use		Donation
Wireless Speakers	Denon Home 150	1	35,068.99	DOP	70,426	28/2/2022	Santo Domingo Office	In use		Donation
Computer	Portatil LENOVO IDEAPAD 3 Ci3/1.20GHZ/4GB/128GB SD/15.6/W10	1	37,819.00	DOP	80,407	07/03/2022	Valverde Office	In use		Donation
【以下、JICAから貸与されている物品 (Property Lent by JICA)】										
プロジェクト車両 (Toyota Fortuner 2017)	MHFHZ3FS300102013	1	1,578,000	DOP	4,048,801	2017/1/11	Santo Domingo Office	In use		Return to JICA office

添付資料7

合同調整委員会議事録等

添付資料 7 合同調整委員会議事録等

以下に 6 回の合同調整委員会（JCC）の概要を示す。また、各 JCC で合意された署名済みミニッツを示す。

	主な内容	主な参加者
第 1 回 JCC 2016 年 11 月	議事次第に沿って関係機関の代表が挨拶した後、プロジェクト C/P からプロジェクトの構成、実施方針と実施体制についてプレゼンテーションした。続いて専門家がプロジェクト活動の進捗状況、特にパイロットプロジェクトの内容に焦点を当てて現状の説明を行った。また今後実施予定の活動計画と課題を説明し、次期計画について JCC メンバーの合意を得た。JCC メンバーと MCN メンバーの意見交換の中で、MCN による調整を通して具体的な支援を展開していくことが確認された。	MITUR の DPP 局長、INFOTEP の戦略部局長と北部地域局長、MEPYD の経済計画開発省から二国間協力局長、JICA の事務所長、プロジェクト総括。
第 2 回 JCC 2017 年 12 月	プロジェクト進捗状況の確認として主に以下の点を取り上げた。TCS 戦略ドキュメント（戦略案とアクションプラン）バージョン 1 と今後の改訂についての計画、2018 年のプロジェクト活動の北部地域 7 県への集中と戦略軸による取り組み、MITUR にコミュニティツーリズム実施ユニット設置の必要性、中央調整テーブルの強化、地域レベルでの実施体制の具体化（例えば MITUR 北西部地域事務所や INFOTEP 北部事務所の役割強化と連携体制構築）による TCS 推進体制の整備、戦略案策定過程や活動実施における関係組織との理解と信頼関係の構築の重要性、上位政策との調整、既存組織の機能を考慮した投入、コミュニティにおける自然災害への脆弱さへの対応の必要性、などである。	MITUR の国際局次官と DPP 局長、INFOTEP の戦略部局長と北部地域局長、MEPYD の二国間協力局長、JICA の事務所長、プロジェクト総括。オブザーバーとして、文化省から文化遺産副大臣、環境自然資源省からエコツーリズムユニット長、商工省から中小零細企業支援ユニット担当、MITUR の他局からは、国内プロモーション局長、国際プロモーション局長、企業・サービス局長、プロジェクト総括。
第 3 回 JCC 2019 年 2 月	2018 年の活動報告では、各支援ラインでの成果を発表し、2019 年の活動方針の活動計画の概要を示した。また、これまでの取り組みで得られた TCS ビジネス支援の手順やツールを発表し、今後の支援強化と拡大の過程で活用しながら改善していくことを示した。今後の活動の課題としては、TCS 普及のため人員の適切な配置を含めた体制の形成と、DPP のイニチアチブによる 2030 年を目標とした戦略案の修正を挙げた。	MITUR 副大臣（国際協力担当）、MITUR プロジェクト計画局長、INFOTEP 北部地域局長、経済計画局二国間協力局代表、JICA ドミニカ共和国事務所次長、プロジェクト総括。
第 4 回 JCC 2020 年 3 月	初めて地方（エスパイジャット県モカ市）で開催した JCC。MITUR と INFOTEP の担当ならびに総括が支援ラインごとの活動の進捗状況、今後の課題と 2020 年の活動計画、中央調整テーブルの形成を含んだ省庁間合意の署名に向けた準備状況などについて発表した。	MITUR からはプロジェクト計画局局長、INFOTEP からは戦略局長と北部地域部長、MEPyD からは国際協力局長、JICA 事務所所長、プロジェクト総括が参加。オブザーバーとして環境省、文化省、商工中小企業省の代表、サン

		チャゴ商工会議所、エスパイジャット県から県知事、国会議員、モカ市長も出席。
第 5 回 JCC 2021 年 5 月	コロナ禍での活動の進捗、今後の方針をプロジェクト終了後の継続性をふまえて協議を行った。MITUR、INFOTEP のコミットメントが昨年からの新体制下でより高まっており、課題となる関係省庁との必要な調整を進めていくことを確認した。また UNWTO によるリカバリープラン策定の再委託について、その実施の枠組みについても確認した。会場に TCS のバナーや実際の商品の展示を行い、北部地域の商品見本をシバオ・バスケットに詰め合わせて紹介した。	MITUR からは国際協力局副大臣、DPP 局長、観光振興局副大臣、職業訓練庁からは戦略開発局長、北部地域局長、経済計画開発省から国際協力局副大臣、二国間協力局長、JICA 所長、次長、日本国大使館経済協力担当、在日ドミ共大使が参加し、オンラインでは JICA 本部担当、UNWTO の技術担当・調整担当が参加。
第 6 回 JCC 2022 年 3 月	プロジェクト活動の成果の確認、TCS 推進ビジョン 2030 の確認、今後のドミニカ共和国政府側関係機関のプロジェクト終了後のコミットメントの確認。	MITUR、INFOTEP、MEPyD, JICA

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

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

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

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

Santo Domingo, 11 de noviembre del 2016

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

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

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

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

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

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

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

PRIMER PUNTO:
Desarrollo de la Agenda del día y los Participantes
La agenda del día y el listado de participantes de la primera reunión del CCC corresponden a los Anexo 1 y Anexo 2, respectivamente.

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

TERCER PUNTO:
Retroalimentación de la Discusión de la Reunión del Pre-CCC
Los miembros del CCC conocieron la realización de la coordinación previa para la primera reunión del CCC, realizada en el mes de mayo 2016 para establecimiento interinstitucional básico entre el MITUR, el MEPyD, el INFOTEP y la JICA con objetivos de ejecutar de manera eficiente y efectiva el Proyecto.

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

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

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

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

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

5-1. Acciones realizadas
Resumen de las actividades realizadas durante 6 meses desde inicio del proyecto, se listan a continuación;

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

5-2. Actividades piloto
Se planearon cinco (5) actividades piloto en el primer año de la ejecución del proyecto con objetivos de obtener lecciones aprendidas para elaboración de estrategias integradas con aplicación a otras zonas y fortalecimiento de un mecanismo de implementación de turismo comunitario sostenible en la Región Norte.
Las actividades piloto son las siguientes.

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

5-3. Plan de Actividades de 2017
Según el Informe Inicial del proyecto, las actividades siguientes son planeadas con algunas modificaciones.

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

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

SEXTO PUNTO:
Establecimiento de Mecanismo de Monitoreo
Los miembros del CCC están de acuerdo con la necesitad del establecimiento de un mecanismo de monitoreo del proyecto, a parte de realización del CCC anualmente. Se conformará un equipo del monitoreo conformado por los miembros del equipo técnico del MITUR, el MEPyD, el INFOTEP y la JICA, con el objetivo de realizar periódicamente reuniones de monitoreo.

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

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

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

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

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

Santo Domingo, 5 de diciembre del 2017

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

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

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

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

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

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

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

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

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

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

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

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

4-2. Los miembros del CCC confirmaron los procesos generales del Proyecto. Se han logrado progresos sustanciales en las actividades ejecutadas según el Informe Inicial del Proyecto (presentados en el mes de mayo de 2016). Hasta ahora se han completado las Fases de Diagnóstico y Desarrollo; actualmente se encuentra en la parte final de la Fase de Estrategias. El proyecto presenta una demora de más o menos 6 meses en comparación con los resultados esperados descritos en el informe inicial del proyecto presentado en el mes de mayo 2016. Esta demora, por un lado se debe a que se invirtió mayor tiempo de lo programado en la estructuración de la base del mecanismo de fomento de TCS, pues se trató de un proceso socializado con las entidades relacionadas en la definición de borrador de estrategias y proyectos pilotos, y por otro lado a que se presentaron inundaciones en zonas objeto del Proyecto por lluvias intensas y huracanes ocurridos entre octubre y noviembre en el 2016, y entre mayo y septiembre en el 2017. No obstante, los miembros del CCC consideraron los avances favorables. Por ejemplo, se estableció la oficina local de MITUR, la cual tiene a su cargo las cuatro provincias de la región noroeste, con la cual se han iniciado actividades para convertirla en un modelo de gestión y articulación local entorno al Turismo Sostenible; el TCS fue incorporado en el Plan Estratégico Institucional de 2018-2021 (PEI) del MITUR y en el Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP) del MEPyD, los cuales son planes superiores a nivel insitucional; se ha conformado el mecanismo de colaboración entre el nivel nacional y el nivel regional, entre diferentes dependencias públicas y privadas; se conformó una mesa de coordinación interinstitucional entre diferentes ministerios; y se ha fortalecido la alianza entre diferentes donantes con la mesa técnica de cooperación internacional. De esta manera se ha ido fortaleciendo esta iniciativa por parte de la República Dominicana, que persigue establecer un mecanismo de fomento del TCS

QUINTO PUNTO:
Proceso de definición y seguimiento de la Estrategia de Fomento de TCS
Los miembros del CCC confirmaron el proceso de definición y seguimiento del documento estratégico de fomento del TCS.

5-1. Proceso de elaboración de estrategias a corto plazo
Se debe culminar la elaboración del primer documento estratégico (versión 1-17) y el plan de acción en enero de 2018, de acuerdo con los lineamientos planteados y resultados presentados. En el proceso de definición de la estrategia de fomento del TCS, se ha fortalecido la iniciativa del lado de la República Dominicana y se ha construido la base del sistema de promoción y fomento del TCS.

5-2. Proceso de elaboración de estrategias a mediano plazo
En cuanto al mecanismo del TCS, que se menciona en el Objetivo del Proyecto, se considera debe estar supeditado a un marco realista y sostenible, a través de un documento estratégico, el desarrollo de una estructura de implementación y la formación de recursos humanos. El documento estratégico (versión 1-17) deberá ser revisado en el año 2019, teniendo en cuenta los resultados de actividades realizadas entre 2017 y 2018. También, se debe asegurar la concordancia del mismo con otras políticas de Estado. En el año 2021, este documento será ajustado de manera que contemple los componentes necesarios para asegurar el mecanismo de fomento sostenible en etapas posteriores al Proyecto. El CCC debe realizar la gestión necesaria para que este documento se posicione como una de las políticas del turismo más importantes del país. Durante dicho proceso, al igual que hasta ahora, se trabajará en la formación del recurso humano para el desarrollo y el fortalecimiento del mecanismo de fomento del TCS y el CCC apoyará estos esfuerzos.

SEXTO PUNTO:
Líneas del Plan de trabajo y estructura del proyecto 2018:
Los miembros del CCC confirmaron las líneas de trabajo y estructura de ejecución del proyecto 2018.

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

6-1. Para establecer las oficinas del TCS planteadas en la Estrategia, se debe organizar bajo la iniciativa del MITUR el mecanismo de coordinación en el nivel nacional y regional. Dicho proceso será apoyado por el Proyecto. Actualmente la sede del Proyecto se encuentra dentro de los espacios del DPP en el MITUR, y cuenta con otras dos en el nivel regional, una de ellas dentro de la Unidad de Turismo Sostenible de la Oficina Norte del DPP del MITUR (Cabarete) y la otra en la Oficina de Promoción Turística (OPT) de la región Noroeste del MITUR en la provincia Valverde.
Actualmente se está preparando un espacio en el interior de la Oficina Regional Norte del INFOTEP como base de desarrollo de recursos humanos de esta región. Tan pronto se asigne el personal por la contraparte dominicana, el Proyecto iniciará el apoyo para establecer dicha base. En el año 2018, las actividades serán ejecutadas dando importancia a la articulación entre las oficinas del MITUR en Cabarete y Mao, las cuales cubren un total de 7 provincias de la Región Norte Cibao y la Región Noroeste, que es zona priorizada en el marco de implementación del Proyecto.

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

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

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

7-2. Programa de capacitación en Japón y el aprovechamiento de los resultados: En el mes de octubre de 2017, la JICA realizó el Programa de Capacitación en Japón, *Programa de Desarrollo del Turismo Sostenible Basado en las Iniciativas Comunitarias*, con el fin de formar recursos humanos para el fortalecimiento del mecanismo de Fomento del TCS. En este programa, participaron 5 personas; la Directora del Departamento de Planeación y Proyectos, la Directora de Promoción Internacional y el Director de la Oficina Regional Noroeste del MITUR, la Directora de la Oficina Regional Norte del INFOTEP y un miembro de la Asociación de Hoteles de la provincia Montecristi. Cada participante planteó actividades para el fomento del TCS, teniendo en cuenta lo aprendido en el curso, y actualmente están trabajando para reflejar estos resultados en la estrategia del TCS.

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

OCTAVO PUNTO:
Confirmación del sistema de monitoreo del Proyecto:

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

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

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

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

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

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

Como resultado de la tercera reunión del Comité de Coordinación Conjunta (en lo adelante referido como CCC) realizado en fecha del 20 de febrero de 2019, las partes involucradas acordaron los aspectos que se relacionan en los documentos adjuntos.

Santo Domingo, 20 de febrero de 2019

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

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

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

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

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

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

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

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

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

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

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

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

TERCER PUNTO:
Confirmación y aprobación de aproximación, líneas de intervención y el Plan de Trabajo (L) 2019-20.
3-1. Los miembros del Comité confirmaron la aproximación general para planificación de las actividades 2019-2020, presentado por el equipo técnico del proyecto, basado en los resultados de la retroalimentación de los avances de las actividades realizadas en el año 2018, con la alta consideración de cumplimiento del objetivo del proyecto en el año 2021 y enfocado hacia el objetivo superior del proyecto (Anexo 4).

3-2. Los miembros del Comité conocieron la propuesta de la situación esperada para 2021 como punto de aterrizaje del Proyecto, siendo uno de los pasos el diseño de la Estrategia de Fomento de TCS 2030. Considerando el objetivo superior y el objetivo del Proyecto, se describen dos puntos de "situación esperada 2021" (Anexo 5).

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

- L1. Emprendimiento y fortalecimiento del negocio del turismo utilizando recursos locales, basado en el ciclo de marketing.
- L2. Fortalecimiento de las capacidades de gestión territorial turística para desarrollo de rutas y destinos comunitarios.
- L3. Fortalecimiento de funciones de promoción y comercialización para posicionamiento de TCS.
- L4. Fortalecimiento de la capacidad de coordinación para capacitación y formación turística.
- L5. Apoyo a la mejora de la infraestructura turística para elevar la calidad de los accesos y experiencias de TCS.
- L6. Fortalecimiento de una estructura sostenible para la implementación, coordinación y creación de un modelo que permita el fomento TCS.

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

CUARTO PUNTO:
Compromiso para fortalecimiento de la estructura de implementación del proyecto y TCS
Los Miembros del Comité de CCC conocieron la intención de cada entidad para fortalecer la estructura de implementación para fomento de TCS de la siguiente forma.

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

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

QUINTO PUNTO: Proceso de desarrollo y seguimiento de la Estrategia de Fomento de TCS
Los miembros del CCC confirmaron el proceso de revisión y presentación final del documento estratégico de fomento de TCS en la Región Norte de la siguiente manera:

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

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

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

El Departamento de Planificación y Proyectos (DPP) del MITUR liderará el proceso de la revisión del documento estratégico, y el equipo técnico de la JICA acompañará este proceso y coordinará con el equipo de INFOTEP, la JICA RD y JICA matriz para tener sus insumos. El alcance del documento estratégico (versión 2-19) será el año 2030 y se presentará hasta segundo semestre del año 2019 por la iniciativa del DPP y el equipo técnico de la JICA acompañará este proceso.

5-2. Proceso de elaboración final de la estrategia para sostenibilidad
No será hasta el final del proyecto en marzo del año 2021, que se presentará el documento estratégico (versión 3-21) revisado con la reflexión de aprendizajes de las actividades realizadas durante la ejecución en 2019 y 2020, y deberá ser una Estrategia ajustada con visión 2030, de manera que contemple los componentes necesarios para asegurar la sostenibilidad del mecanismo de implementación de esa Estrategia en etapas posteriores al proyecto. Los miembros del CCC realizarán la gestión necesaria para que la estrategia de TCS 2030 se incorpore dentro del Plan Maestro de Turismo y otras estrategias relevantes.

SEXTO PUNTO: OTROS ASUNTOS IMPORTANTES DE CONSIDERACIÓN

6-1. Definición de meta de indicadores del objetivo superior del proyecto.
Definición de uno de los dos indicadores del Objetivo Superior del proyecto, el número de los productos y servicios del TCS vendidos por parte de las agencias de viaje dentro y fuera de la República Dominicana aumentado, está pendiente, y el equipo técnico del proyecto recomendó el uso del listado de productos turísticos operados y potenciales de TCS en la Región Norte presentado en enero 2017 como la base para el desarrollo de ese indicador.

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

6-2. Realización del curso de capacitación en Japón para contrapartes y líderes territoriales.
JICA está planeando realizar un segundo curso de capacitación en Japón para las contrapartes del proyecto (principalmente en el nivel territorial) y líderes territoriales en la Región Norte para fortalecer el mecanismo de implantación de la Estrategia de Fomento de TCS. Los miembros del CCC colaborarán en el proceso de selección de candidatos adecuados para el curso.

6-3. Coordinación interinstitucional y Mesa de Coordinación Nacional
En el año 2018, se encontró cierta dificultad para continuar la conformación de la Mesa de Coordinación Nacional constituida por entidades de los sectores público y privado. En el año 2019, en cambio se promueve la coordinación interinstitucional en base a acuerdos institucionales con cada entidad de los miembros de la Mesa Técnica de Coordinación Nacional y con propuesta de acciones concretas. Los miembros del CCC están de acuerdo con esta aproximación. Se apoyará la realización de la Mesa de Coordinación Nacional para finales del año 2019 y el MITUR realizará convocatoria de la Mesa.

6-4. Acuerdo con la Asociación Dominicana de Prensa Turística (ADOMPRETUR)
Los miembros del CCC están de acuerdo en firmar el acuerdo estrategia de coordinación interinstitucional para impulsar el desarrollo de TCS con la Asociación Dominicana de Prensa Turística (ADOMPRETUR). Las firmas de este acuerdo serán realizadas por los miembros oficiales del CCC del Proyecto y el presidente de ADOMPRETUR entidad, tomando en consideración que la JICA firmará en calidad de observador de este acuerdo con intención de apoyar a la sostenibilidad de la alianza después de la terminación del proyecto.

6-5. Realización de entrega de reconocimiento a Buenas Prácticas
Los miembros del CCC, con el liderazgo del Ministerio de Turismo, otorgaron reconocimientos a cuatro (4) buenas prácticas de las Unidades Productivas que se realizaron en 2018 (ANEXO 6), para incentivar en las comunidades la continuidad de sus esfuerzos y utilizar buenas prácticas para ampliación y aplicación a otras comunidades. Los miembros del CCC están de acuerdo en que se realice la presentación de reconocimiento de buenas prácticas anualmente.

6-6. Pasos siguientes
Los miembros del CCC asignarán tareas de la coordinación a los responsables del proyecto respectivamente para tratar los puntos comentados y recomendaciones, que mejorarán la implementación de las actividades del proyecto en 2018.

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

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

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

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

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

Moca, Provincia Espaillat, 3 de marzo de 2020

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

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

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

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

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

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

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

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

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

2-2. Procesos generales del Proyecto: Se han logrado progresos sustanciales en las actividades ejecutadas según el Informe Inicial del Proyecto (presentados en el mes de mayo de 2016). Actualmente se encuentra en la fase de ejecución y la fase de establecimiento de la estructura de implementación, después del cumplimiento de la fase de diagnóstico, la fase de desarrollo y la fase de estrategia durante los primeros tres años. Después de la cuarta reunión del CCC, se entrará en el último año de implementación del proyecto para concluir las fases de ejecución y de establecimiento de la estructura de implementación.

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

En la Línea de Intervención 1: "Emprendimiento y fortalecimiento del negocio del turismo utilizando recursos locales, basado en el ciclo de marketing", se han realizado 38 actividades para apoyo a negocios comunitarios de Turismo Comunitario Sostenible (TCS) con creación o mejoramiento de 22 productos de TCS en la Región Norte.

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

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

En la Línea de Intervención 4: "Fortalecimiento de la capacidad de coordinación para capacitación y formación turística", se han creado por parte del INFOTEP un total de 2 programas de capacitaciones especializadas en TCS y un catálogo de ofertas de capacitación, además se han capacitado y concientizado un total de 1,814 personas durante el año 2019.

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

En la Línea de Intervención 6 "Fortalecimiento de una estructura sostenible para la implementación, coordinación y creación de un modelo que permita el fomento del TCS", se inició la coordinación para la formalización de la Mesa de Coordinación Interinstitucional, la revisión de la visión TCS 2030 con estrategia y la organización de una metodología de desarrollo de TCS. Se han reconocido cuatro unidades productivas y sus productos de TCS (Jamao Eco Tours, Chocolala, Merengue típico de Guananico y Ruta de la miel) con el Galardón de Luís Augusto Caminero por la Asociación Dominicana de Prensa Turística (ADOMPRETUR). El MITUR presentó 8 buenas prácticas relevantes de TCS en el evento de reconocimiento "Turismo y empleo: Un futuro mejor para todos", celebrado el Día Internacional de Turismo.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CUARTO PUNTO:
Confirmación de los compromisos para fortalecimiento de la estructura de implementación del proyecto y el TCS:
Los Miembros del CCC confirmaron los avances de los compromisos particulares de cada entidad para fortalecer la estructura de implementación para el fomento del TCS, firmado en la minuta del tercer CCC en febrero 2019.

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

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

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

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

Estatus,
La persona responsable de los proyectos fue asignada para la coordinación general del proyecto TCS en la oficina de la Región Norte, y los s asesores se han integrado en grupos técnicos regionales de subregión, Cibao Noroeste y Cibao Sur.

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

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

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

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

QUINTO PUNTO:
Confirmación de la estrategia de TCS y acuerdo interinstitucional para sostenibilidad del mecanismo:
Los Miembros del CCC están de acuerdo sobre el ajuste del marco general del documento estratégico presentado en las reuniones de CCC anteriores con visión de 2030, ejes estratégicos y la estructura operativa de la implementación.

5-1. Visión de TCS 2030:
Es una imagen del estatus del país que se quiere lograr hasta el año meta de 2030 a través de fomento de TCS

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

5-2. Ejes estratégicos para lograr visión de TCS 2030:
Para alcanzar la visión de TCS 2030, se establecen cinco (5) ejes estratégicos

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

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

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

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

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

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

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

5-4. Acuerdo Interinstitucional para la sostenibilidad del mecanismo de TCS ¿Cuál mecanismo?
Los miembros del CCC están de acuerdo para proseguir a la oficialización de la Mesa de Coordinación Nacional para el fomento de TCS mediante la firma un acuerdo con las entidades claves del sector público y privado, como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), el Ministerio de Cultura además de los miembros del CCC (MITUR, MEPyD e INFOTEP).

También, se continuarán los esfuerzos para incluir las entidades privadas a la Mesa de Coordinación Nacional como OPETUR, FEDOCAMARA y ADOMPRETUR.

SEXTO PUNTO: OTROS ASUNTOS IMPORTANTES DE CONSIDERACIÓN

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

6-2. Entrega de reconocimiento de Buenas Prácticas:
Los miembros del CCC, con el liderazgo del Ministerio de Turismo, continuarán las actividades de reconocimiento dentro del marco de celebración del Día Internacional del

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

6-3. Realización del seminario internacional:
Los miembros del Comité están de acuerdo para evaluar la posible realización de un seminario internacional como un espacio de presentación de la estrategia de TCS de República Dominicana y los resultados del proyecto TCS, junto con la profundización de temas estratégicos basados en las buenas prácticas y aprendizajes de otros países. Cada entidad representada por los miembros del Comité analizará sus recursos disponibles, incluyendo la relación estratégica con las entidades de otros países del Caribe y de Centro América, como cooperación sur y sur por MEPyD, marco de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) por MITUR y Red de colaboración Sur y Sur entre instituciones de formación profesional como SENA de Colombia por INFOTEP.

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

6-4. Realización del curso de capacitación en Japón para contrapartes y líderes territoriales:
JICA está planeando realizar un tercer curso de capacitación en Japón para las contrapartes del proyecto y líderes territoriales en la Región Norte para fortalecer el mecanismo de implantación de la Estrategia de Fomento de TCS. Los miembros del CCC colaborarán en el proceso de selección de los candidatos adecuados para el curso.

6-5. Pasos siguientes:
Los miembros del CCC asignarán tareas de coordinación a los responsables del proyecto respectivamente para tratar los puntos comentados y recomendaciones, que mejorarán la implementación de las actividades del proyecto en 2020.

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

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

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

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

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

Santo Domingo, 12 de mayo de 2021

D/O Carlos Peguero

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

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

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

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

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

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

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

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

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

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

Bajo estas condiciones excepcionales, y como parte del fomento para superar los desafíos generados por la crisis actual; y para dar continuidad a las iniciativas impulsadas y acompañadas por el Proyecto, que vinculan el turismo y sus cadenas de valor con desarrollo comunitario; el pasado mes de agosto 2020, se realizó una solicitud para la extensión de la ejecución del Proyecto, el cual se había programado a finalizar en el mes de abril 2021, prolongándose hasta el mes de marzo 2022, y con la finalidad de poder cumplir con los objetivos finales del Proyecto.

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

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

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

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

4-2. Avances generales
Bajo la situación de COVID-19 y la condición limitada de las actividades turísticas, aún se enfrenta con dificultad la realización de las acciones planeadas relacionadas con el desarrollo y mejoramiento de los productos. El Proyecto ha impulsado un proceso de intervención hacia los actores locales para emergencia y recuperación. Respecto a las acciones de emergencia, se ha realizado la elaboración de directrices de aplicación de medidas protocolares, capacitación virtual, entrega de materiales y equipamiento, asesoría técnica y monitoreo. A través de este proceso, 53 grupos y oficinas regionales, y más de 1,700 personas fueron beneficiados directamente; y se ha realizado la distribución de 4,000 posters y 23,400 brochures hacia la concientización de medidas protocolares y el concepto de turismo 3S (Sano, Seguro y Sostenible), a las comunidades en la región Norte.

4-3. Según líneas estrategias de intervención establecidas, se ha coordinado y comunicado con actores locales para la realización de algunas actividades que se han permitido realizar durante de la pandemia. Las Líneas de Intervención son 1. "Desarrollo de productos y negocio comunitario turístico utilizando recursos locales"; 2. "Fortalecimiento de las capacidades de gestión territorial turística para desarrollo de rutas y destinos comunitarios"; 3. "Fortalecimiento de funciones de promoción y comercialización para posicionamiento de TCS"; 4. "Fortalecimiento de la capacidad de coordinación para capacitación y formación turística"; y 5. "Fortalecimiento de gobernanza y una estructura de la implementación, coordinación y monitoreo del fomento TCS".

QUINTO PUNTO:
Aprobación del Plan de Trabajo 2021 según Líneas de Intervención

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

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

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

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

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

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

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

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

SEXTO PUNTO:
Confirmación del marco general de la intervención de la Organización Mundial de Turismo con acuerdo de colaboración dentro del marco del Proyecto

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

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

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

7-1. El MITUR se comprometió con formular y evaluar las medidas necesarias para formalizar la propuesta de una unidad de fomento de TCS en el nivel central. Dicha unidad serviría como ente de coordinación entre las distintas oficinas de turismo sostenible (OTS) -en nivel subregional y regional-, los distintos viceministerios, y entidades relevantes. En caso de la Región Norte, las OTS se ubican en cada una de las cuatro (4) subregiones del Cibao; Cibao Norte, Cibao Noroeste, Cibao Nordeste y Cibao Sur. Las actividades con las oficinas regionales se realizan en coordinación con el Viceministerio de Destinos Turísticos; los temas de la promoción nacional e internacional de TCS y Destino Cibao se realizarán en coordinación con el Viceministerio de Fomento; y otros temas técnicos como el programa de recuperación por la OMT se realizarán en coordinación con el Viceministerio Técnico. Se continuará el análisis de la posibilidad de la emisión de una resolución para la formalización de la estructura por el MITUR.

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

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

OCTAVO PUNTO
Confirmación de la estrategia y del acuerdo interinstitucional para la sostenibilidad del mecanismo de TCS

8-1. Documento estratégico y visión TCS 2030
Los Miembros del CCC reconfirmaron sobre el marco general de la estrategia y metodología presentados en las reuniones de CCC con visión de 2030, ejes estratégicos y la estructura operativa de la implementación.

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

8-2. Acuerdo Interinstitucional para sostenibilidad del mecanismo
Los miembros del CCC reconfirmaron la importancia para proseguir la oficialización de la Mesa de Coordinación Nacional para fomento de TCS basado en la firma de acuerdo por entidades claves de parte público y privado, como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, el Ministerio de Cultura, además de los miembros del CCC (MITUR, MEPyD e INFOTEP). También, se continuó el esfuerzo para incluir las entidades privadas a la Mesa de Coordinación Nacional.

NOVENO PUNTO: OTROS ASUNTOS IMPORTANTES DE CONSIDERACIÓN

9-1. Cooperación para fortalecimiento de la Marca Territorial de Destino Cibao
Los miembros del Comité continuarán el análisis de posibilidad del apoyo, que se ha mencionado en la minuta del cuarto CCC, a la promoción de la Marca Territorial de Destino Cibao como un vehículo de diferenciación y valoración de la Región Norte visualizando 14 provincias como un destino ampliado, junto con los actores locales como las Cámaras de Comercio y Producción de las regiones. Para garantizar la sostenibilidad del proceso continuo y apropiación de la Marca Territorial de Destino Cibao, se considerará un acuerdo público privado entre el MITUR, el INFOTEP y la Cámara de Comercio y Producción de Santiago u otras entidades claves de la Región Norte con observadores de la JICA y otras entidades interesadas.

9-2. Realización de entrega de reconocimiento a Buenas Prácticas
Los miembros del CCC, con el liderazgo del MITUR, continuarán con las actividades de reconocimiento en 2021 dentro del marco de celebración del día internacional de turismo al final de septiembre, u otra ocasión adecuada. Los miembros del Comité, junto con miembros de la Mesa de Coordinación Nacional realizarán el proceso de selección de buenas prácticas para fomento de TCS y entregarán reconocimiento de buenas prácticas públicamente. Ese ejercicio de selección, evaluación y entrega de reconocimiento de buenas prácticas de TCS se incorporará a una de las medidas de la Estrategia de TCS.

9-3. Preparación de realización del seminario internacional
Los miembros del Comité están de acuerdo para evaluar la posible realización de un seminario internacional como un espacio de presentación de la estrategia de TCS de la República Dominicana y los resultados del Proyecto, junto con la profundización de temas estratégicos basados en las buenas prácticas y aprendizajes de otros países, en la consideración de la forma virtual. Cada entidad de los miembros del Comité analizará sus recursos disponibles incluyendo la relación estratégica con las entidades correspondiente de otros países del Caribe y de Centro América, como Cooperación Sur y Sur por MEPyD, marco de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) por MITUR y Red de colaboración Sur y Sur entre instituciones de formación profesional por INFOTEP. Un grupo técnico conformado por los miembros de CCC coordinará y preparará la celebración del seminario internacional en febrero 2022 en la forma virtual o en la forma mixta de presencial y virtual.

9-4. Realización de capacitación basada en las experiencias del Japón para contrapartes y líderes territoriales.
La JICA está planeando realizar una capacitación basada en las experiencias del Japón en temas relacionadas a turismo sostenible, para las contrapartes del proyecto y líderes territoriales en la Región Norte en forma virtual o/y curso en Japón si la condición de post COVID lo permite, con expectativa de fortalecer el mecanismo de implantación de la Estrategia de Fomento de TCS.

9-5. Pasos siguientes
Los miembros del CCC asignarán tareas de coordinación a los responsables del Proyecto respectivamente para tratar los puntos comentados y recomendaciones, que mejorarán la implementación de las actividades del Proyecto en 2021.

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

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

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

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

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

Santo Domingo, 7 de marzo de 2022

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

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

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

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

DOCUMENTO ADJUNTO

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

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

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

Logros particulares del proyecto

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

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

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

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

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

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

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

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

4-4. La Agencia de Cooperación Internacional del Japón según el esquema de la cooperación técnica, hará el monitoreo de la continuidad y fortalecimiento de desarrollo del TCS.

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

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

添付資料8

TCS推進戦略ビジョン2030
（和語）

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

ドミニカ共和国
持続可能なコミュニティツーリズム
推進戦略ビジョン 2030

2022 年 2 月

Ministerio de Turismo República Dominicana　INFOTEP　JICA

略語表

略称	西語訳または英語訳（日本語訳）
ADAVIT	Asociación de Agentes de Viajes de la Republica Dominicana (ドミニカ旅行エージェンシー協会)
ADOMPRETUR	Asociación Dominicana de Prensa Turística （ドミニカ観光メディア協会）
ADOTUR	Asociación Dominicana de Empresas Intermediarias de Turismo (ドミニカ観光仲介業者協会)
ASONAHORES	Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes （全国ホテルレストラン協会）
CP	Counterpart（カウンターパート）
DPP	Departamento de Planificación y Proyectos（プロジェクト計画局）
END	Estrategia Nacional de Desarrollo（国家開発戦略）
GR	Grupo Regional（リージョナルグループ）
GT	Grupo Territorial（テリトリアルグループ）
ICT	Information and Communication Technology（情報通信技術）
INFOTEP	Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional（職業訓練庁）
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Japón（国際協力機構）
MAP	Ministerio de Administración Publica（行政省）
MC	Ministerio de Cultura（文化省）
MEPyD	Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo（経済計画開発省）
MICM	Ministerio de Industria y Comercio（商工中小企業省）
MITUR	Ministerio de Turismo （観光省）
NGO	Non-Governmental Organization（非政府組織）
OPETUR	Asociación de Tour Operadores Receptivos de RD（ドミニカツアーオペレーター協会）
OPT	Oficina de Promoción Turística（観光プロモーション事務所）
OTS	Oficina de Turismo Sostenible（持続可能な観光オフィス）
PEI	Plan Estratégico Institucional(組織戦略計画)
PDM	Project Design Matrix（プロジェクト・デザイン・マトリクス）
PO	Plan de Operación（活動計画）
POA	Plan de Operación Anual（年間活動計画）
TCS	Turismo Comunitario Sostenible（持続可能なコミュニティツーリズム）
UFTCS	Unidad de Fomento de Turismo Comunitario Sostenible（持続可能なコミュニティ観光推進ユニット）
UMPC	Unidad Municipal de Patrimonio Comunitario（地域力向上ユニット）
UNWTO	World Tourism Organization of the United Nations（国連世界観光機関）
UP	Unidad Productiva（観光生産者ユニット）
UTS	Unidad de Turismo Sostenible（持続可能な観光開発ユニット）

目次

第１章　はじめに....1
1-1. 持続可能なコミュニティツーリズム（TCS）推進の背景....1
1-2. TCS とは....2
1-3. TCS 推進ビジョン 2030 策定の過程....6
1-4. TCS 推進ビジョンの構成....7
第２章　TCS を取り巻く現状....9
2-1. 持続可能な観光に向けて....9
2-2 ドミニカ共和国の観光開発の現状と課題....11
2-3 ドミニカ共和国の持続可能な観光への取り組み....14
2-4. 新型コロナ感染拡大の影響と新たな環境に向けて....17
2-5. TCS 推進での主な現状と課題....22
第３章　TCS 推進ビジョン 2030....25
3-1. TCS 推進戦略のフレームワークと構成....25
3-2. TCS の将来像....26
3-3. TCS 推進の基本原則....28
3-4. TCS 推進ビジョンの達成に向けた戦略....31
3-5. TCS 推進ビジョン 2030 に向けたロードマップ....35
第４章　TCS 推進の基本計画....39
4-0. TCS 推進ビジョンの達成に向けた 6 つの戦略と施策....39
4-1. 戦略１ 地域資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化....40
4-2. 戦略２：「地域」の価値向上のための地域ブランド化の推進....44
4-3. 戦略３：ICT を活用し TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化。....49
4-4. 戦略４：多様なレベルでの TCS 人材育成の機能強化....53
4-5. 戦略５：TSC 支援制度化に向けた支援環境の整備とガバナンスの強化....57
4-6. 戦略６：安心・安全な環境整備と観光レジリエンスの向上....63
第５章　TCS 推進のメカニズム....67
5-1. TCS 推進体制の全体像....67
5-2. TCS 推進体制の構成....68
5-3. TCS 推進体制での各アクターの役割....70
5-4. TCS 推進を促す手法・マニュアルと実践ガイドライン....73

第１章 はじめに

1-1. 持続可能なコミュニティツーリズム（TCS）推進の背景

ドミニカ共和国におけるオルタナティブな観光開発の取り組み

ドミニカ共和国はカリブ地域で最大の観光国であり、観光は国家の経済開発をけん引する重要な産業として、政府が積極的に推進してきた。1980 年代から本格化した観光開発では、観光優先開発地区（Polo Turistico）を指定し、税優遇措置やインフラ整備などにより外資を誘致したビーチリゾート開発を進めてきた。サントドミンゴ郊外の Boca Chica や Juan Dolio、北部のプエルトプラタ（Puerto Plata）で開始された開発は、2000 年ごろから東部の Punta Cana や Bavaro に移り、海岸線を中心に開発地域を拡大させてきた。外国人観光客は右肩上がりに増加し、2018 年には年間 580 万人がドミ共を訪れるまでに至り、外貨獲得や GDP の高い割合を占めるマクロ経済で重要な役割を果たし、雇用創出の面でも他産業をリードする国の主要産業として観光が広く認識されてきた。一方で、近年カリブ海の同様なビーチリゾート観光地との競争が激化し、新たなリゾート開発や都市観光開発、グルーズ船誘致のための投資事業が優先されてきた。こうした観光開発では、利益の地域外への流出や環境の悪化が進み、周辺住民が開発の外に置かれていることが課題とされてきた。これまでの観光開発では、その規模や産業の重要性にもかかわらず、地域への利益が限定的であるという指摘である。こうしたことは観光地のそれ以上の発展においても障害になり、適切な開発を阻害してきた。多くの国が観光を重要産業として、経済に加え社会や文化、環境への配慮をふまえた持続可能性な観光開発への関心が高まる中、ドミ共国内においても現在の観光開発の軸となっている大型資本のビーチリゾート観光だけでなく、オルタナティブな観光として地域の住民を広く巻き込んだ観光開発が注目されるようになってきた。2030 年を目標年としたドミ共の開発の指針を示した国家開発戦略（END）においても、観光を持続可能な経済成長に貢献する産業と位置付け、観光産業の競争力の強化、多様化の促進、持続可能性の強化を目指す方向性が示された。これを実現するためには民間のイニシアチブだけでなく、それを支える観光省をはじめとする関係省庁の協力とコミットメントが欠かせず、適切に実行するための戦略と具体的な政策が必要であるとの認識がされた。

こうした状況をふまえ、ドミニカ共和国政府は JICA の支援を得て「北部地域におけるコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト」を 2016 年 4 月から実施し、北部地域をモデルとし、持続可能なコミュニティツーリズム（TCS）の推進を開始した。同プロジェクトは、観光省（MITUR）が中心となり職業訓練庁（INFOTEP）と経済計画開発省（MEPyD）により、関係する省庁や地域の官民関係組織の協力を得て実施された。地域住民が提供する観光商品や観光ビジネスを推進するコミュニティレベル、地域のアクターが主体となり地元観光を推進する地域レベル、これらコミュニティや地域の観光活動を支援し内外でプロモーションを行う中央レベルで TCS 推進の取り組みを行った。中央レベルでは、観光の多様化に加え地域への利益の還元のほか、観光活動やビジネスに参加することによる地域関係者のエンパワーメントを具体的に支援し、地域の経済開発や社会の発展に結び付けて、観光への道筋を限定的ながら示した。そこで得られた具体

的な結果と教訓に基づき、効果的かつ現実的に TCS を国内でこれからも継続して推進し、北部地域だけでなく全国的な展開を目指すための戦略として「TCS 推進戦略ビジョン 2030」を整理した。

コロナ禍後の新たな観光に向けて

2020 年初頭より世界規模で拡大した新型コロナウイルス感染症により、多くの国で医療事情の悪化に加え、相互に接触のある活動の制限や移動制限などの感染拡大防止策により、類を見ない世界的な観光の低迷を余儀なくされた。

ドミ共でもこれまで右肩上がりで増加していた観光客は大きく減少し、観光産業に大きく依存している国の経済や社会に大きな影響を与えた。世界的には国内への変異株の侵入と拡大を防ぐため、多くの国では入国制限や隔離措置などにより、観光を広く再開するには至っていない。しかし、ドミ共においては 2020 年 8 月には最低限の制限で訪問客の受け入れを開始させた。その結果、1 年後の 2021 年 8 月には、コロナ禍前の 2019 年同月とほぼ同じ国際観光客数にまで回復した。

一方、世界的にはワクチン普及とともに観光再開の道筋は見えつつあるものの、感染拡大の状況により、経済や治安の悪化、マーケットの志向の変化など将来の動向への見通しがつかない厳しい状況は続いている。こうした状況下で、より持続可能な社会の発展に貢献する新たな観光が中長期的には求められていくとして、多様なレベルでこれまの観光開発の在り方が問われている。これまで以上に、持続可能な観光やコミュニティ主体の観光をしっかとり実現することが重要となり、それらを推進するための戦略的な取り組みが必要となっている。

1-2. TCS とは

ドミ共の戦略ビジョン 2030 で推進する「持続可能なコミュニティツーリズム」（TCS）について、コミュニティベースドツーリズムと持続可能な観光の定義を踏まえ、推進したい TCS を改めて定義する。

持続可能な観光の定義

持続可能な観光（サステナブルツーリズム）は、現在の世界の潮流である「持続可能な開発」の中で語られる観光の形態であり、経済、社会・文化、環境のバランスを長期的に考慮した観光開発である。1992 年の国連世界環境サミット以降に共有された「持続可能な社会」を目指し、その実現のための行動の一環でもある。

国連の世界観光機関（UNWTO）によると、持続可能な観光とは、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」とされる。観光に関わる多様なアクターが、観光活動により生み出される影響を意識し、負のインパクトをできる限り押さえ、より満足度の高い観光の実現を目指して、工夫していくことが求められており、観光に関わるすべてのアクターが参加して、すべての観光活動で進められていくべきものであると考えられる。

ドミ共における持続可能な観光を考えた場合、①既存の大型ビーチリゾートやクルーズ観光などのマスツーリズムの持続可能な観光への移行、と合わせてこれとは異なる、②コミュニティ主体の観光観光活動における持続可能な観光の実現、が考えられる。

まず、これまで同国の観光開発をリードしてきた、①の外国資本を中心とした大型投資によるリゾート観光について、経済的、社会的、文化的、環境的側面に十分に配慮しながら開発するよう導き、将来におけるネガティブな影響を最小限にとどめようとする視点である。

もう一つ示した視点は、②に関わる内容である。①の大規模リゾート開発観光とは異なるオルタナティブな観光の形態を推進するなかで、コミュニティが主役となった観光開発を進め、よりよい社会の形成に貢献しようとするアプローチである。その背景には、観光目的地である地域の社会的、文化的な充実なくして、持続可能な観光が推進できないことがあげられる。目的地のコミュニティの存在を無視した強引な開発や利益の搾取は、持続可能ではないと考えられる。最近注目されている ESG(環境・社会・ガバナンス)投資でも、こうした地域に負荷の大きな開発には投資を控えるようになっており、やはり同じ方向性である。

そのなかで位置づけられのが、本ドキュメントで示しているコミュニティを主体とする観光である「持続可能なコミュニティツーリズム」（Turismo Comunitario Sostenible: TCS）である。TCS を国の政策として積極的に推進し、ドミ共の持続可能な観光の推進に貢献しようする試みが本戦略の位置づけとなる。

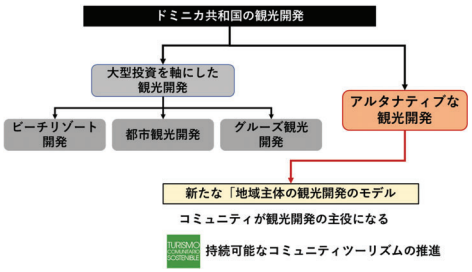


図 1-1：ドミニカ共和国の観光開発のなかでの
持続可能なコミュニティツーリズムの位置づけ

TCS の定義と意義

ドミ共においては、持続可能なコミュニティツーリズム（スペイン語での略語で TCS）を、「地域住民が主体となって地域にある自然資源、文化資源、産業資源を適切に利用し、訪問者に地域の魅力的な観光商品・サービスや提供する経済活動で、地域に多様な収入をもたらし、地域の活性化や社会的発展への寄与を期待するもの」と定義する。

TCS では、地域住民が主体となり観光活動を行うことを特徴とする。ただ単にコミュニティにある観光資源を開発するというだけでなく、コミュニティ自らが地域の文化や特性を使って新たな価値を創出することで、そこでしか得られない観光商品・サービスを造成していくことを目指す。そして、地元のコミュニティが観光開発の主役になることができれば、これまで開発がされてこなかった全国に散在する地域資源を観光資源としてさらに活用することができ、多様な観光活動の創出を可能とする。またビーチリゾートを中心とする既存の観光地の付加価値を高め、競争力を向上させることが可能となる。TCS の推進によりドミ共の観光産業に求められている観光の多様化を実現していこうとするものである。

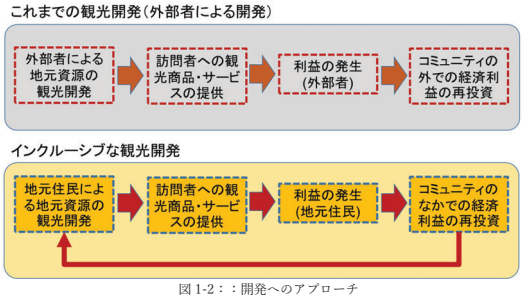


図 1-2：：開発へのアプローチ

地域資源を観光資源として活用していくには、提供する側の地域住民が地域の価値を再認識していくことが必要であり、その過程でアイデンティティや誇りを高めていくことが可能である。同時にコミュニティに観光商品の提供者としての責任と正当な利益が生まれ、コミュニティ全体の主体性がより発揮されることが期待できることから、地域関係者のエンパワーメントにつながる。

さらに、このような環境下で生まれた観光から得られた利益の一部は地域資源に再投資され、地域内の経済が循環し、持続可能は地域社会の実現に寄与することも期待できる。また観光開発の主体をコミュニティに置くことで、長期的に地域資源の継続した利用における最適化が可能であると思われる。TCS 推進は、社会的責任のためにコミュニティの参加を推奨するとか、コミュニティでの体験が観光客に受けるからというだけではない。コミュニティが地域資源の所有者であるかもしくは一番近くにいる管理者ということから、常に地域資源とコミュニティの間には関係性があり、資源が劣化すればそのコミュニティに対してもネガティブな影響が生まれるため、地域資源の所有者や管理者としてのコミュニティを尊重し、コミュニティによる価値の付加や創出を主体的に推進していくことが必

然となる。資源利用や開発がうまくいかなければ、また利益を確保した後は、地域外に移転できる外部者とは異なり、長期的に維持可能な地域資源の適切な利用はコミュニティの持続性にとっても重要だからである。外部者ではなく地域住民によるインクルーシブな観光開発により、観光から発生する利益を再び地域資源や観光資源の開発に再投資することができる。

TCS 推進の目的

TCS の定義をふまえ、TCS 推進を国家戦略として戦略化してく狙いを以下の 3 つにあらためて整理する。

① 観光オファー多様化と充実化

TCS を推進する狙いの 1 つ目は、「観光オファーの多様化と充実」である。地域に散在する地域資源をコミュニティが最大限活用し、訪問客に提供できる観光商品を造成することで、ドミ共観光で主力になるビーチリゾート中心の観光マスツーリズムとは異なる多様な観光商品を提供する。地域に眠った貴重な自然資源、文化資源、産業資源を観光資源として磨きあげ、優れた競争力がある観光商品化して提供する。

② 地域住民への公平な利益拡大

TCS を推進する 2 つ目の狙いは、観光による「地域住民への公平な利益配分」である。国の主要産業である観光産業にコミュニティの関係者が参加し、観光活動を通して適切な利益を得る機会を拡大させる。観光は裾野が広い産業と言われ、さまざまな形で多様な人材が観光活動に参加でき、地域に多様な収入をもたらし雇用創出に貢献できる。また観光推進のための観光インフラや交通インフラの整備によって、コミュニティの利便性を向上させ、観光活動からの利益がコミュニティの福祉向上にも利用される環境を作る。

③ 地域のエンパワーメント

TCS 推進の 3 つ目の狙いは、観光活動の推進を通した「地域関係者のエンパワーメント」である。コミュニティのイニシアチブによる地域資源開発や観光ビジネスを通して地域の価値を再認識し、観光だけでなく地域開発への自律した意識を生む。訪問客を受け入れる地域の体制整備はコミュニティ全体で行い、その体制整備を通してコミュニティ内の統一性や自律性を向上させる。これにより、地域資源や観光資源の保護、観光商品の創造をよりコミュニティ主導で進め、地域全体の活性化に寄与し、地域の課題をみずから解決していく能力を高めることを期待する。

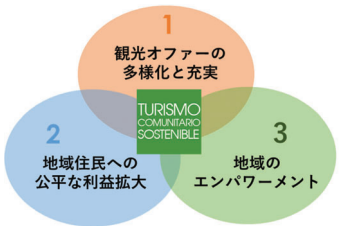


図 1-3：：TCS 推進の 3 つの目的

1-3. TCS 推進ビジョン 2030 策定の過程

プロジェクト TCS

2016 年より MITUR と INFOTEP が実施機関となり、MEPyD が調整機関で JICA の支援を得て、「北部地域における持続可能なコミュニティツーリズム推進プロジェクト」が実施され、そこでの実践からの経験と教訓から「TCS 推進ビジョン 2030」が提案された。

プロジェクトでは、現状調査とパイロットアクションを経て、TCS 推進の仮戦略を策定したうえで、仮戦略による活動計画を実施した。年間の活動計画に従って現場で活動のプロジェクトサイクルを実行しながら、現実に則った推進体制の構築やそこで活躍する人材の育成を行ってきた。その過程で活動の実施モニタリングを毎年行い、観光商品の開発を行うコミュニティレベル、官民協力の観光地域運営を進める地域レベル、戦略や政策で支援を行う中央レベルで経験や教訓の抽出を行い、仮戦略より継続性や実行可能性を上げ、精度を高めた「TCS 推進ビジョン 2030」にグレードアップさせた。本プロジェクトで実際に試した手順や手法を形式知にして整理しドキュメント化することで、北部地域での TCS 推進を継続して強化していくとともに、他地域に拡大させていく道筋をつけていくことを想定している。

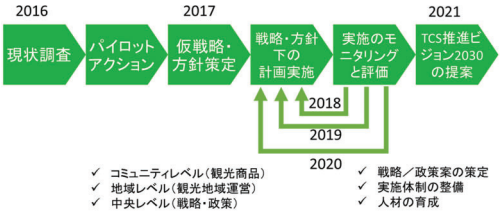


図 1－4　TCS 推進ビジョン 2030 の提案過程

1-4. TCS 推進ビジョンの構成

本ドキュメント全体では、TCS 推進に向けたアクションをビジョン 2030 に戦略化し施策としてまとめることで、広く TCS の理解を広め継続して普及する体制が整えられることを目的としている。TCS を推進する主管である観光省の一部の技術者だけでなく、観光省の関係部局や関係他省庁に加え、地域やコミュニティの関係アクターとも TCS 推進ビジョン 2030 が共有され、意識が高まってアクションが実施され、その成果が新たなアクションの改善に結び付いて、継続した取り組みになっていくことを期待している。それを実現するための指針を示すドキュメントとして、以下の 5 章から構成されている。

第 1 章の「はじめに」では、本ドキュメントの背景や意図を示す目的で「1-1. TCS 推進の背景」、「1-2. TCS とは」、「1-3. TCS 推進ビジョン 2030 の策定の過程」について記した。

第 2 章の「TCS を取り巻く現状」では、「2-1.持続可能な観光に向けて」で世界的な潮流、「2-2. ドミニカ共和国の観光開発および現状と課題」と「2-3.ドミニカ共和国での持続可能な観光への取り組み」で国の指針を記した後、「2-4. 新型コロナ…」「2-5. TCS 推進での主な現状と課題」で TCS 推進について取り上げる。

第 3 章の「TCS 推進ビジョン 2030」では、「3-1. TCS 推進戦略のフレームワークと構成」、「3-2. TCS の将来像」、TCS 推進ビジョン 2030 として「3-3. TCS 推進の基本原則」、「3-4. TCS 推進ビジョンの達成に向けた戦略」、「3-5. TCS 推進ビジョンに向けたロードマップ」を取り上げる。

第 4 章の「TCS 推進の 5 つの軸と基本計画」では、5 つの戦略軸の概要、施策、方向性を取り上げる。5 つの戦略軸とは「4-1. 戦略 1：地域資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化」、「4-2. 戦略 2：地域の価値向上のための地域ブランド化の推進」、「4-3. 戦略 3：ICT を活用し TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化」、「4-4. 戦略 4：多様なレベルでの TCS 推進を担う人材育成の強化」、「4-5. 戦略 5：TSC 主流化に向けた環境の整備とガバナンスの強化」である。

第 5 章の「TCS 推進のメカニズム」では、「5-1. TCS 推進の実施体制」と北部地域モデルから全国展開をイメージした「5-2. TCS 推進のロードマップ」を示し、「5-3. TCS 推進の主な手法やツール」を取り上げる。

第２章 TCS を取り巻く現状

本章では、持続可能なコミュニティツーリズム（TCS）推進戦略の前提となる観光開発について、世界やカリブ海の観光開発から持続可能な観光の潮流と、ドミニカ共和国の観光における課題を点検した後、同国での持続可能な観光におけるこれまでの取り組みを概観し、最後に TCS の位置づけとそれを推進するにあたっての課題を示す。

2-1. 持続可能な観光に向けて

世界の観光開発

これまで観光産業は安定した成長を示しており、世界観光機関（UNWTO）によると 2019 年の世界全体の国際観光客数は 14 億 6000 万人で前年より 6000 万人増加し、リーマンショックの影響があった 2009 年以外は右肩上がりで増加していた[1]。同時に国際観光収入も 1 兆 4,810 億米ドルで、観光産業は世界全体の GDP の 10%を占め、世界総輸出の 7%、サービス輸出だけみると 29%にも達し、世界全体で 11 人に 1 人の雇用を生んでいた。また国内観光客は 5〜60 億人にのぼると推定されている。

こうした経済への貢献度から、経済成長や雇用だけでなく、観光を効果的に使って文化資源保護や環境保全に貢献するような活動を生み、また観光による人々の交流から平和や地域の安全にも貢献することが期待されるようになっていた。世界中の発展・開発に貢献する観光の重要性に対する認識が高まっている。

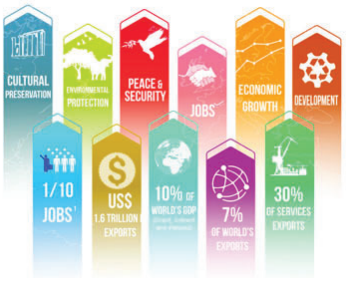


図 2-1：観光の世界経済・社会への貢献

カリブ地域の観光開発

カリブ海周辺のカリブ諸国では、北米やヨーロッパからの観光客を中心に、年間

[1] UNWTO, International Tourism Highlights 2019,

2,750 万人の国際観光客数があり、320 億ドルの国際観光収入があった。多くのカリブ諸国では、観光を国の経済発展のけん引役として位置づけ、観光産業の安定した発展を政策に据えている。カリブ海の観光は、温暖な気候とビーチを資源とする滞在型観光が主であることから、同種・同様の観光開発がされたビーチリゾートが散在し、観光地間の競争も激化している。近年はクルーズ観光が急成長し、多くの訪問客がカリブ海の国々を訪れる機会が増えている一方、シーズン性が高い短時間の観光は、訪問客数は多いが滞在時間が短く、その経済的なインパクトよりも社会的なコストが高いとの批判もあった。

このようにカリブ諸国は、観光客の受け入れ国として観光の発展を国の経済発展に貢献する重要な産業に位置づけている反面、観光への依存傾向が高く、社会的な基盤が整っていないことから、観光の社会や環境へのネガティブなインパクトをコントロールできず問題化することもあった。観光の発展そのものがそれらの国々の持続可能な開発を左右することにもなり、各国がそれぞれの事情をふまえていた持続可能な観光について、国の政策として位置づけ取り組んでいくことが重要であるという認識が高まっていた。

持続可能な開発と観光

近年社会全体が持続可能な開発を目指す努力を進めており、2030 年を目標年とした持続可能な開発目標（SDGs）への取り組みが世界で広がっている。17 のゴールと 169 の指標からなる SDGs は、持続可能な社会のための共通言語として、政府機関だけでなく、「SDGs を意識しながら今できることをみんなでやっていく」という民間も巻き込んだ潮流が生まれている（図 2-2）。一方、現時点で可能な取り組みだけでは目標達成は難しいため、より一層の努力とイノベーションが必要であるとされる。観光においても同様に、観光産業や観光振興を進める政府組織、さらには観光客や観光客を受け入れる地域住民も対象となり、持続可能な社会の実現に向けた観光分野での取り組みが求められている。



図 2-2：SDG ゴール

持続可能な観光に向けて

UNWTO では 2017 年を「開発に資する持続可能な観光の年」として、年間を通じて啓発活動やポジティブな変革に向けた取り組みの実現を目指し、関係組織への働きかけが行われた。SDGs への観光の貢献に対する意識が高まるなか、持続可能な観光を実現するための 5 つの領域として、1．包括的・持続的な経済発展、2．社会的な関わり・雇用拡大・貧困の撲滅、3．資源の有効活用・環境保護・気候変動、4．文化的価値・多様性・遺産保全、5．相互理解・平和構築・安全／安心、が示され、SDGs との関連性も意識され始めた。また、実際の活動の方向性として、1．キャンペーンや啓発活動、2．知見の抽出と普及、3．政策策定、4．組織強化・人材育成、が示され、具体的な活動の提案がなされた。このような枠組みを利用しながら、多くの国や観光地が持続可能な観光に向けた取り組みを進め、世界的な傾向となりつつある。

2-2 ドミニカ共和国の観光開発の現状と課題

ドミ共観光の現状

ドミ共は、年間 656 万人（2018 年）の国外からの観光客[2]が訪れるカリブ地域最大の観光国である。1970 年代から開始された観光開発は、80 代からは政府の本格的な主導により外資を誘致するためのインフラ整備も行われ、毎年平均 5%以上の観光客数の増加を示しており、右肩上がりで成長してきた。湾岸戦争（1991 年）や同時多発テロによる影響（2001 年から 2002 年）により観光が世界的に停滞する時期には直接影響を受け、常に世界情勢に左右されるところはあるが、一方で世界的な観光成長の恩恵を受けてきたといえる。国内の観光産業は、国全体の GDP の 11.6%を占め、雇用全体に占める割合はそれを上回る 15.4%であり、マクロ経済から住民の生活まで支える産業であるといえる。

国内には 80,100 室のホテル客室数があり、これもカリブ諸国では抜け出た数字であり、現在も島の東部を中心にホテルリゾート開発が進む。これらの観光開発を支えるのが主要な観光地にある 8 つの国際空港である。北米、ヨーロッパから直行便が乗り入れ、そこからアクセスが良いビーチリゾートを売りに、大手のツアーオペレーターにより便利なパッケージツアーが販売されている。近年はカリブ海を気軽に楽しめる観光地を売りに、ロシアやウクライナなどの東欧、中央アジア、南米などのマーケットの開拓も行われてきた。

加えて近年増加しているのがカリブクルーズによる観光客である。2019 年には年間約 98 万人に達し、新たなクルーズ港の建設も計画されている。これまでは観光といえば外国人観光客が主であったが、最近はサントドミンゴやサンチャゴなど大都市部からの国内観光も盛んになっていきており、外国人観光客に含まれる海外在住のドミニカ人が、帰郷の際に家族そろって国内旅行をする機会も増えてきている。その他の観光統計の数字をみると、外国人観光客の 1 日当たりの平均支出は 136.5 ドル（2018 年）で増加傾向にある一方、平均滞在数は 8.4 日（2018 年）で減少傾向にある。

[2] Banco Central ESTADISTICAS TURISTICAS 2018 より。国外在住人の空港への到着数で、国外に住むドミニカ人も含まれる。

観光産業の重要性が年々増し、全体としては安定した成長を見せ、国の主産業として経済を支え続けているが、一方で、その開発は特定の地域に集中する傾向にあることは、観光産業としての課題ともなっている。国外からの観光客の 69.3%がプンタカナ-ババロのある東部の海岸線に集中し、新たに増加した 1,600 室もそのほとんどが東部のラ・アルタグラシア県に集中している。また近年はマーケットの多様化に取り組んでいるが、観光客のうち 58.4%が北米からであり、その前年比成長率は 8.7%で、全体の 6.2%を上回る。カンクンなどカリブ海の同様な観光地との競争が激化するなかでも成長を続けるドミ共の観光産業は、実は東部地域の大型リゾートホテルへの集中した開発に支えられているものであるが、それは同時に集中からくる環境への負荷や集中する外資開発での利益の域外流出などの懸念も生みしている。北米マーケットでの依存度が増し滞在期間も減少傾向にあることから、「太陽とビーチ」以外の観光商品への多様化やマーケットの分散化への取り組みが大きな課題となっている。

このような状況下、近年東部ビーチリゾート以外の地域への観光の分散に向けた努力も開始されている。首都のサントドミンゴは、世界文化遺産でもある旧市街や都市型の観光の推進を積極的に行い、ドミ共最初の観光開発優先地域であったプエルトプラタや、近年首都へのアクセスが良くなり観光開発が進むサマナなどのでは、これまでの「ビーチと太陽」に加え、アドベンチャーやガストロノミー、文化イベントなどで観光商品の多様化を狙った取り組みも開始されている。ビーチライフに加えて新たな観光体験を求める外国人観光客や、週末や休日に増加しているドミニカ人観光客の要望にこたえる形で、これまで観光地でなかった地域で観光が語られる場面も増え、より地域住民との接点も増えてきている。

観光省では観光産業の安定した成長のために、観光開発の許可や規制などのほか、観光プロモーションや観光インフラの整備にも力を入れている。全世界の 28 カ所に観光プロモーション事務所（Oficina de Promocion Turistica: OPT）を置き、ツアーオペレーターや航空会社などへの働きかけを行い、各国の観光博にも積極的に参加している。これらの OPT を通してツアーオペレーター向けのファムトリップなども対象国ごとに行われている。また観光客入国時の観光税（ツーリストカード）などを財源とした観光インフラの整備も行われており、主要観光地での観光施設やビーチの整備、それに海岸線沿いの景観や道路の整備のほか、コミュニティレベルでの関連施設の整備なども行われている。

一方で、政府の観光政策についてみると、具体的な戦略と方針を示すような観光開発マスタープランはまだ策定されておらず、中長期的な計画は示されていない。2030 年までの国家開発計画（END）では、観光を持続可能な経済成長に貢献する産業と位置づけ、観光産業の競争力の強化、多様化の促進、持続可能性の強化を目指している。また 2017 年に策定された観光省組織戦略計画（PEI 2018-21）[3]のなかでは、持続可能な観光産業の成長と地域住民を巻き込んだ観光の振興の狙いが示されている。ただこのような政府の指針を実施するための施策は具体的には示されておらず、今後、国の重要産業として位置づける観光産業全体の戦略として、マスタープランの策定が急務とされている。

[3] PEI で示された 4 つの戦略は、1．観光活動の効果的な計画と規制、2．持続可能な観光のプロモーション・促進・開発、3．観光地運営、4．組織強化である。

観光開発での具体的な課題

これまでに見た観光産業の現状から、現在直面している観光開発における具体的な課題をここでは整理する。課題として挙げられるテーマとしては、東部地域への集中、一部のマーケットへの集中、観光商品多様化のニーズへの対応、観光開発による地域格差と貧富の差の拡大、観光地周辺地域住民との共存、観光の地域開発への貢献、持続可能な観光推進の責任、観光開発マスタープランの不在、レジリエンスの高い観光、文化の尊重や地域の価値を高める観光の役割、観光の競争力向上、などがあげられるが、以下にこれらの課題を具体的に見てみる。

- **東部地域の観光開発の集中**：右肩上がりで成長するドミ共の外国からの観光客が集中するのは、外資主導で大型リゾート開発が進められてきた東部地域である。プンタカナ空港への外国人到着数は全体の 7 割以上であり、その集中傾向は毎年高まっている。
- **一部のマーケットへの高い依存度**：観光マーケットの多様化を目指してはいるものの、北米マーケットへの依存傾向が続く。このためこれらの主要都市からアクセスも良い周辺国の観光地とも競争が激しくなっている。
- **「ビーチと太陽」に偏った観光商品**：観光の競争力を高め、カリブ諸国の同様の観光地との差別化を図っていくためには、「ビーチと太陽」の資源だけでなく、既存の観光地の周辺やこれまで観光開発が行われてこなかった地域におけるポテンシャルの高い地域資源(自然資源・文化資源・産業資源)を活用し、それらを磨いて新たな観光商品他やサービスの創出により観光商品の多様化を図っていくことが重要である。
- **新たなマーケットのニーズへの低い対応能力**：近年の観光では、訪れる地域の文化や歴史の理解を深めたり、特徴ある自然を楽しんだり、地域住民の生活に触れたりする、ビーチ観光とは異なる体験型の観光への需要が高まっているが、ドミ共においてはこれらのニーズに対応する観光開発の経験が少ない。
- **持続可能な観光推進の責任**：ドミ共の主要産業である観光産業において、環境や社会への負のインパクトを軽減しながら、地域の経済成長につなげていく持続可能な観光を推進していくことは、国家開発計画に示され、また世界的なトレンドである SDGs へ対応する国家の責任でもある。
- **地元住民が不在の開発**：地域資源を活用した観光開発は、短期的には外部者によっても可能であるが、その地域資源の身近にいてより多様な付加価値を付け観光商品やサービスを創出し、持続可能な活用と運営をするのは、そこに住む地域住民が最適であり、そのために地域住民の観光参加を奨励していく必要がある。
- **観光開発の方針の不在**：国家開発戦略（END）で観光を持続可能な経済成長に貢献する産業と位置づけられていることは示されているものの、それを具体的に実現するマスタープランは作られていない。観光省（MITUR）の組織方針として組織戦略計画（PEI）が初めて 2018 年に策定されたが、国の観光推進の方針を示してそれを実現するために、関係する省庁間で連携するメカニズムが必要である。

このように国家の基盤産業として観光が、国家経済の発展に加え地域住民の生活にも深

く関係している状況が生まれている一方で、カリブ地域のビーチリゾートで観光地間の競争が激しくなっていくなか、観光が長く安定した経済成長を支えていく新たな方針が必要とされている。SDGs が世界のトレンドになりつつあり、既存のビーチリゾート開発のネガティブなインパクトを軽減し、より持続可能な観光産業を成長させていくと同時に、これまでの開発にみられる外部者による短期的に経済効果の高い観光開発だけでなく、長期的な視野で全国各地の地域観光開発への地元住民や地域アクターのイニシアチブを盛り上げ、より地域を巻き込んだ持続可能な観光地域づくりの積極的な推進が必要であり、その認識が近年急速に高まってきた。

2-3 ドミニカ共和国の持続可能な観光への取り組み

持続可能な観光の政策的な位置づけ

国家開発計画 2030（END2030）の「観光の多様化と持続性」の項目で、観光に関わる 16 の指針が示されている。政府の政策となる大統領目標や公共セクター計画では、競争力のある持続可能な観光産業を推進していくこととしており、観光省の組織計画では戦略軸として、観光計画と効率的な管理、持続可能な観光、観光地管理、制度強化の 4 つを上げている。このように観光の重要性や省レベルでの活動計画は示されているものの、観光開発の指針や持続可能性に関連する具体的な方針は示されておらず、将来を見据えた観光の中長期での開発の方向性を示す観光開発マスタープランは長年策定されていない。

表 2-1：各種国家戦略内での持続可能な観光の位置づけ

国家開発戦略における持続的観光開発の戦略ライン

➢観光開発10年計画の策定	➢観光施設の承認促進	➢中小零細観光企業への支援の強化
➢観光地域の持続性強化	➢需要に応じたサービスレベルの向上支援	➢観光地域を結ぶ交通網の強化
➢環境規制の適用強化	➢協働の強化と官民連携促進	➢観光労働力向上のための研修プログラム強化
➢リスク管理の実践と気候変動への対応	➢新たな観光市場・商品・タイプの開発	➢暴力・暴行・売春等の予防処罰の仕組み構築
➢観光業界の教育促進	➢既存の観光を補完する取り組みの振興	
➢コミュニティの観光開発への統合	➢民間セクターとの効果的な調整の促進	

公共セクター中期計画（PNPSP 2021-2024）における関連優先政策（32政策のうちのひとつ）

観光開発への投資を促進、観光の多様化と観光オファーの持続性の推進、周辺コミュニティや地元経済の関わりの向上

観光省の戦略計画2017-2020の基本構成

戦略1：規制	戦略2：観光プロモーション	戦略3：観光地運営	戦略4：組織強化
観光サービス・インフラ・投資の規制計画および実施	生物多様性、環境、文化、グルメ、イベント関連（MICE）、クルーザーなどと連携させた観光イメージの多様化	セクターおよび官民横断的な統合による競争力と持続性が担保された観光地調整・運営・管理	観光省としての機能改善に向けた組織強化
• 観光サービス・投資の手続き・評価・調整の規制計画および基準の策定・更新 • 法律で定められた規制不履行の調整・罰則制度の形成と適用	• 国際市場の取り込み • 観光分野の投資先としてのドミ共のプロモーション • クルーザー寄港地としての統合的開発 • 国内観光の強化・振興 • ドミニカ文化のプロモーション • 観光開発へのコミュニティーの一体化	• 観光地の強化・開発 • 観光地ごとの観光アトラクション管理プログラムの構築	• 組織開発プログラム • 観光省の人事運営強化計画 • 組織実務の持続性プログラム • 組織イメージのポジショニング・改善計画 • 労働条件改善計画

持続可能な観光へのアプローチ

ドミ共における持続可能な観光への取り組みは、2 つのアプローチが考えられ、一つは成長を続ける既存の外資中心のビーチリゾートをどのように持続可能にしていくのか、もうひとつは新たなアクターによる新たな観光の創出である。前者は、既存の大型ビーチリゾートを経済的、社会的、文化的、環境的に十分に配慮して開発を進め、ネガティブな影響を最小限にとどめようとする視点であり、また新たなマーケットの開拓においてもこのような視点を盛り込もうとするものである。一方、後者は、これまでのビーチリゾート開発とは異なる新たな観光開発や観光資源の多様化の中で、持続可能な社会の形成に貢献しようとする取り組みの視点である。

この新たな観光開発のなかで、これまでドミ共の観光開発では登場していなかった地域のアクターが主役となり、これまでとは異なる観光活動を創造していくということが考えられ、ここにコミュニティツーリズムを当てはめることができる。コミュニティが観光に参画することで、全国に散在する多様な観光資源の活用も望まれる。このような新たな観光に対しては、長年にわたり主にビーチリゾートを推進してきた政府から、これまで見たように具体的な振興政策は示されていない。

主なドナーとの取り組み

これまでドナーなどの支援により実施された取り組み事例があり、これらはここで取り上げる TCS 推進に参考になる。ドミ共国内で実施されたか実施されているビーチ観光開発以外の観光開発で、持続可能な観光が意識されたドナー支援の事業を以下に挙げる。

表 2-2：主なドナーとの取り組み

機関	支援内容
UNDP	GEF の小規模融資プログラム（SGP）による環境と開発の視点でのエコツーリズム開発は、2000 年ごろから全国の NGO やコミュニティグループへの直接支援で、形式的に環境省を CP としながら独自のプログラムで約 30 カ所実施された。
	生物多様性と観光開発の視点での持続可能な観光モデル形成プロジェクト（BCyT）は、観光省と環境自然資源省を CP として 2015 年から 2020 年まで実施され、モンテクリスティ県とサマナ県をモデルとして取り組まれた。
AECID	アラウカリア・バオルコ・プログラムによる持続可能な地域観光の取り組みとして、1999 年から 2004 年まで、南西部のベデルナレス県で、国家計画事務所 (ONAPLAN) を CP として実施された。
USAID	観光セクター競争力強化の視点での観光クラスター形成とその強化のプロジェクトで、2006 年頃から複数のフェーズで実施。対象は全国の主な観光地に、それぞれで観光クラスターを形成し、デスティネーション運営を行う主体となるよう能力強化を支援。大統領府の競争力強化委員会が CP 機関として位置づけられた。
IDB	借款による世界遺産サントドミンゴ旧市街の観光振興プロジェクトは、歴史的な建造物や旧市街地の修復や博物館の整備からセキュリティシステムや地域住民の巻き込みまで、包括的な取り組みが 2014 年から 5 年間実施された。対象地域はサントドミン

	ゴの旧市街に絞られたもので、観光省と文化省を主体として実施され、2020 年より第二フェーズに入った。
JICA	国家エコツーリズムマスタープラン調査は、2006 年から 2008 年まで実施され、環境自然資源省と観光省を CP として初めて 2 省の協力で行われたプロジェクト。
	プエルトプラタ県での観光地域づくりプロジェクトは、観光省と職業訓練庁を CP として 2009 年から 2013 年に実施され、9 つの市のムニシピオブランドや地域の特徴的な地域資源を活用した商品が創造された。
	2016 年から北部地域における持続可能なコミュニティツーリズム推進プロジェクトとして、プロジェクトの対象を北部地域 14 県に広げ、コミュニティによる商品創造の取り組みから、地域レベルの地域ブランドやルートの形成、中央レベルの政策レベルの支援によりコミュニティ主体の観光開発の能力強化を行っている。

これらの取り組みをみると、当初はドナーが自らプログラムを立ち上げ、個別に NGO や地域のアクターへ介入が行われるプログラムであったものから、関連する省庁を支援しその機能強化を図るものにシフトしてきた。持続可能な観光への取り組み自体が、それを推進・支援する体制が継続的に機能する必要があるとの認識ができつつあることの表れでもある。このように新たな観光を持続可能な観光として推進する際、特に地域住民や地方のアクターが主体となった観光に取り組む際には、これまでの既存の観光アクターではない新たなアクターが加わっていくことであり、また支援する側にもこれまでとは異なるコミュニティの役割への理解が求められる。

新たな観光でのコミュニティの役割

新たな観光のなかでコミュニティが主体になることにより、様々な観光の可能性を広げより持続可能な社会への貢献が可能である。コミュニティは、地域資源の所有者もしくは一番近くで生活している住民によるので、常に関係性があって継続して資源利用の最適化ができると思われるからである。資源が劣化すればそのコミュニティに対してもネガティブな影響が生ずるため、外部者と異なり長期的には適切な開発をしていくことが求められ、持続的な資源の利用はコミュニティの利益となる。また地域の文化や生活を観光資源にする場合にも同様である。このように地元のコミュニティが観光開発の主役になることができれば、これまで開発されてこなかった全国に散在する地域資源を観光資源としてさらに活用することができ、適切な管理をしながら多様な観光活動を創造することが可能となる

TCS 戦略の位置づけ

このような状況をふまえたうえで、国家の持続可能な観光政策や将来策定されるマスタープランに位置づけられることを想定して、2030 年を開発目標年とした TCS 推進戦略とその開発方針を本ドキュメントで示す。これまでの観光開発やそれに関連する経済、社会、環境の状況と、持続可能な新たな観光としてこれまで取り組まれてきたプロジェクトの成果や教訓を取り込み、現在の上位戦略に関連付けたものである。また開発における全世界的な潮流となっている SDGs との関連も意識していくことが求められる。このような上位戦略や関連する機関の組織戦略と関連付けることで、TCS 戦略の実効性を高めるとともに、TCS を通して観光の開発に資する可能性を広げることで、ドミ共における観光産業の重要

性も高めることができる。

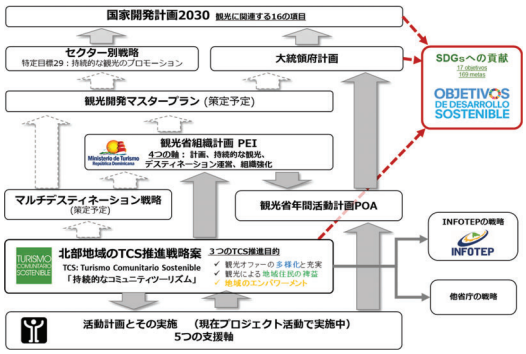


図 2-3：TCS 推進戦略案と上位戦略との位置づけ

2-4. 新型コロナ感染拡大の影響と新たな環境に向けて

2019 年 12 月頃に中国の武漢で発生したとされる新型コロナウイルス感染症は、簡単に世界各地への観光が可能になったのと同じように、瞬く間に世界各地に拡大し、ほぼすべての国で経済活動と移動の制限を課すことになり、近年例を見ない異常事態が発生した。2022 年 2 月現在でも全世界的にコロナ禍の影響が続く一方、一部の国では国内の経済活動を再開されている。全世界的な観光活動の制限は、ドミ共のように観光が経済・社会に大きな影響を及ぼす国では、そのダメージは大きく、以前の水準にまで回復するのには今後数年かかるとみられている。

世界観光機関（UNWTO）は 2020 年 5 月、この感染症の影響に焦点を当てた世界観光バロメーターの特別版を発表し、2020 年 3 月までの国際到着数だけで 6,700 万人の国際観光客の到着が 57%減少し、約 800 億ドルの収益が減少したと発表した。一方で、地域別の国際観光客数の減少をみると、南北アメリカは、減少幅の大きいアジア太平洋やヨーロッパよりは低い割合を示していた。

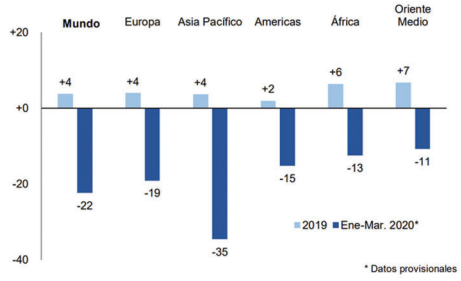


図 2-4： 国際観光客の到着 2019 年と 2020 年第 1 四半期(%の変化) (www.unwto.org より)

また、2021 年 1 月に発表された 2020 年の世界規模の観光バロメーターでは、全世界的な旅行制限のために、2020 年に国際到着数の減少が 74%であったとした。国際観光の危機的な状況は、2009 年の世界経済危機の際に記録された損失の 11 倍以上、推定 1.3 兆ドルであったとした(世界観光機関、2020 年)。

UNWTO エキスパートパネル調査でも、今後の見通しについて様々な想定と期待が混在しているが、UNWTO の 2021～2024 年の回復のシナリオでは、国際観光が 2019 年の水準に戻るには 2.5 年から 4 年かかる可能性があるとしている。屋外や自然に基づく観光活動に対する需要の高まりがあり、国内観光や「スロートラベル」体験がますます関心を集めてくるとしている(世界観光機関、2020 年)。

これからも感染症拡大を最大限抑制するため、政府は状況に応じた措置を取りながら、観光施設など受入側の対策、ソーシャルディスタンスやマスクの着用などの個人の対策が、今後も継続していくことが必要であると思われる。人の移動と交流を伴う観光活動と感染拡大の防止策との狭間で、今後どのような観光の形態が望まれるのか、観光のそもそもの意義に立ち返り、持続可能な社会とそれをふまえた観光活動の推進への模索が続く。

国際観光の回復

2022 年 1 月に発表されたグローバル・ツーリズム・バロメーターの 20 号によると、2021 年の国際観光客数が前年に比べて 4%増加したことを示した。しかし、この落ち込みはパンデミックの前年の 2019 年の水準を 72%下回っている。報告書によると、アメリカ大陸では 2021 年の最初の 9 ヶ月間に比較的良い結果を示したが、2020 年と比較してわずか 1%の増加で、2019 年の水準を 65%下回った。2021 年の全体でみると、アメリカ大陸では、2020 年に比べて 17%の到着が増加し、ヨーロッパに次いで 2 番目に良い結果を示しているが、2019 年との比較では 63%のマイナスである。他方、その他の地域での 2019 年の水準との比較では、アジアと太平洋で 94%、アフリカ 74%、中東 79%で、ヨーロッパ

の 62%より大きく下回っている。（世界観光機関、2022 年）

このように観光の回復は、移動制限の程度、予防接種率、目的地への旅行者の信頼に影響を受けているようで、世界的に回復が遅く不均一になっている。例えば、アジアでは、多くの目的地がいまだに閉鎖されたままであり、アフリカと中東の予防接種率は世界平均を下回っており、こうしたことが回復に影響を与えている。

ドミニカ共和国の観光の回復

その一方で、ドミ共の中央銀行が発表している国際空港への到着数の統計によると、2019 年の 7,126,857 人から 2020 年には 2,707,423 人に減少し、前年同期に比べて 62%減少した。この数字のうち 2,405,315 人が、観光客として扱われる非居住者で 88.84%に相当する。2021 年 11 月末には、今年の国際観光客数は 4,263,259 人で、2020 年の同時期に比べて 197%改善した(観光省、ドミニカ共和国、2021)。

観光省によると、2021 年 9 月から 11 月の間に、パンデミックによる制限がなかった 2019 年とほぼ同じ程度にまで回復しており、対策が緩和された 2020 年末以来、特に海外に居住するドミニカ人の到着数の伸びが目立った。こうした傾向は、観光の早期回復の文脈においても、また今後の国際観光の成長においても重要であり、主な出発国は米国、カナダ、ロシアとなっている。こうした国々での国際的な移動制限の解除は、ドミニカ観光の回復に大きく貢献している。例えばカナダからの観光客は、2021 年 7 月までは 1,000 人未満であったものが、2021 年 11 月は 40,000 人以上まで戻った。他の国でも制限があった期間では、観光客が実質的にゼロのロシアは 47,000 人以上、ドイツからは 22,000 人以上になっている。このようなこともあり、ドミ共への観光客の流れは、出発国の多様化も示している。今年の夏、米国からの観光客は 70%を占めたが、2021 年 11 月には 39%まで減少した。

これは政府の積極的なプロモーションの成果でもあり、この四半期に就航した新しい航空会社によるルートやこれまでのルートの回復などにより、世界に先立って観光客の流れを引き寄せている。こうした動きは、観光の新たなオファーとヨーロッパの特定マーケットとを結びつけることを可能とし、持続可能なコミュニティツーリズム推進の利点として見ることができる。

観光省はまた、クルーズ船の再活性化を強調し、2021 年 12 月の間だけ 84 隻のクルーズ船の到着が予定されている。プエルトプラタのタイノ・ベイのような新しい港の開港の影響もあり、期待が高まっている。

コロナ禍後の新しい観光動向

OSTELEA が発表した記事によると、持続可能な観光は 2022 年の旅行者の大きなトレンドの 1 つであり、これは、観光客が環境の保護を重要視することに加えて、ホストコミュニティへの配慮や相互交流、地域の文化遺産自然遺産により大きな価値や興味を示す傾向が顕著になってきたとしている。これらの考察から指摘されることに以下のものがある。

- 意識が高い旅行とスロートラベルとして、環境汚染、集団、ストレスを避け、代替交通の使用を好み、ゆっくりと長期旅行をする傾向がある。
- 主な旅行者の志向として、自然志向、リラックスを求め、ストレスを避けて地球

と結びつく、またオープンスペース、感染リスクを減少させる環境でもあるとの認識も広まっている。

そのほかこれからの観光の動機として示された傾向としては、短期の国内旅行、家族旅行、ビジネスツーリズムとイベント・MICE、都市観光や短期休暇、農村と地域観光、医療観光、文化観光、グルメ観光、ウェルネス観光とマインドフルネス、教育観光、スポーツ観光やアドレナリン観光などである。

同様に予約プラットフォーム「アマデウス」は、2022 年に旅行を活性化するトレンドに関する記事を掲載したが、これらの傾向のうちいくつかを以下に示す。

- 人生を味わう: 一生に一度の目的地や深い経験を求める旅行のための検索が大幅に増加。言い換えれば、自分の夢をかなえる旅を実現したいとしている。
- 友好: グループ旅行により、友人たちと再び親交を深めるための時間を過ごすことができる旅行が求められる。
- アクティブなエコツーリズム: 旅行者は、旅行への情熱と環境への意識の高まりを調和させようとしている。地元 NGO による旅先での活動に関心が高まり、自然や文化保護の活動に関わる旅行が増える。

最後に、2022 年の booking.com の旅行予測を見ると、以下のことが示されている。。

- 新しい顔と場所: 旅行する人々の 60%は、休暇中に新しい人に会うことを楽しみにしている。
- 自己を回復する目的の旅行: 調査対象者の 79%は、旅行が自己回復を目的とするとし、旅行以外の方法よりも精神的な幸福を得られやすいと考えている。
- コミュニティ第一： 調査対象者の 58%が、目的地の地域社会に利益をもたらす旅行の重要性について意識をしているとしている。。
- 常に「はい」： 調査対象者の 61%がこれまでとは異なる形態のバケーションに対してよりオープンになった。
- 不確実性を受け入れる: 調査対象者の 63% は、旅行時に健康上のリスクをコントロールするためにテクノロジーが重要であると考えており、ほぼ同様に 62%が、旅行に起因する不安をテクノロジーが軽減すると考えているとしている。

COVID-19 観光復興のための技術支援（UNWTO）

2021 年 11 月から 2022 年 2 月にかけて、世界観光機関(UNWTO)は、JICA と MITUR の合意に基づき、Covid-19 ウイルスによる世界的な大流行の影響下でのドミニカ共和国の観光復興に向けた技術支援プログラムを実施した。重点分野として、観光の多様化、中小零細企業支援、マーケティング戦略、ビックデータの活用、衛生環境の整備の 5 分野を取り上げた。本プログラムの仮報告では、観光多様化の分野において、TCS との関係し、従来の太陽/ビーチモデル以外の観光商品の欠如や、社会的な開発を促進する観光形態よりも従来型の大型リゾート投資への傾向が続いている課題を示した。しかし、 北部地域における TCS プロジェクトの成功と、次のような新しい市場動向へ対応した観光を推進する可能性を示した。自然・景観・生物多様性の観光、サントドミンゴやプエルトプラタの遺産/文

化財の活用、科学観光・農村観光・バードウォッチングなどニッチマーケットなどである。これらの知見から得られた TCS の戦略的ビジョンに適用が可能と思われる推奨事項は次のとおりである。

- ✓ インタップリテーションの評価: 価値の高いセグメント向けの観光商品のポートフォリオを構築し、インタップリテーション・スクリプトを造成し、高度に専門的なガイドを訓練する。ドミニカ共和国の強み、機会、差別化要素に基づく多様な商品は、補完的な観光または新たな観光課初モデルとして提示できる。
- ✓ オルタナティブな観光開発モデル：太陽とビーチツーリズムへの依存を減らし、地域社会に貢献し持続可能で有益な開発モデルの追求。
- ✓ グローバルアジェンダへのコミットメントと観光からの持続可能な開発目標への貢献の枠組みの中で、グッドプラクティスの実施や観光資源の適切な管理を目的とした民間セクターとの協力により、持続可能な開発のための政策を策定する。
- ✓ 自然と文化の観光資源数のギャップを見ると、コミュニティにおいても文化の活用を重要視されていないことが明らかである。多様な文化を活用することは不可欠である。観光と適切な文化推奨ためにコミュニティを教育することは戦略的に取り組むべきものである。
- ✓ 組織間および官民ガバナンスと協力体制を改善する。

この時点で提案されたリカバリー戦略の枠組みの中で、観光ビジョンに関連して以下のものが提案された。

「2030 年には、ドミニカ共和国は、包括的な観光モデル（コミュニティツーリズム）と持続可能な、文化・自然資源の保全と住民の観光文化を促進するマルチデスティネーションアプローチにより、カリブ海の観光立国となる。その主力商品は、太陽とビーチ、自然、歴史、遺産と美食、科学的および MICE である。観光サービスの高い質を保証し、有資格の顧客志向の人材が活躍する。プロモーションでは、観光地のアイデンティティに応じて差別化されている。」

この戦略には、とりわけ持続可能な観光の柱と観光のコミュニティ管理の柱に基づいたテリトリアルアプローチを考慮し、ドミニカ共和国の国家観光戦略を策定することが重要であるとしている。参加型の観光ガバナンススキームを構成するため、ステークホルダーの参加や協力は欠かせず、適切な顧客志向のバリューチェーンを考慮し、競争から差別化に移行する観光開発を求めていくことを示している。そして観光文化を理解したコミュニティの存在や観光地域のアイデンティティによる差別化で、特徴的な観光商品や付加価値を付けた観光経験の造成が可能となる。同様に、マーケティングに関連するセクションでは、リゾート観光以外の少ない商品や観光オファーが弱点として指摘されているが、近年取り組まれている持続可能なアプローチと多様化の可能性を持った観光オファーの出現はそれぞれ強みと機会として示された。プログラムの報告書では、とりわけ、TCS の推進に関連して以下の考慮すべき点を示している。

- ✓ ニューノーマルの観光客の要望に応じた、サステナビリティの高い商品の提供とコミュニケーションへの投資を増やす。
- ✓ 競争力を向上させ、観光支出を増加させるために、太陽とビーチやリゾートの提供を維持するだけでなく、文化、美食、あまり訪問されていない観光地、リゾート観光以外の活動、魅力あるイベントなど、他の属性を豊富にしていく取組みが重要となる。

2-5. TCS 推進での主な現状と課題

ここでは地域が主体となる持続可能な観光を、これまでの観光開発に加えた新たな観光として推進していくにあたり、ドミ共での現状を簡単に整理し、コミュニティが観光の主体となることからこそ出てくる課題を整理する。

TCS 推進に関する現状分析

TCS の推進に関して直面する現状を整理する。前にみた観光開発における全般的な現状と課題をふまえて、TCS 開発に関連した強み、弱み、機会、脅威について以下に整理する。

強み

- 観光振興が国の優先政策であり、観光省がコミットしている。
- ドミ共の観光はカリブ地域のなかでも高い競争力がある。
- 全国に 8 つの国際空港があり、欧米の主要マーケットからアクセスが良い。
- 国内の主要道路が近年整備され、自動車での移動が容易になった。
- 気候や地形が多様で、豊富な地域資源や観光資源が散在している。

弱み

- ビーチリゾート観光以外の観光政策が未整備もしくは脆弱である。
- 地方自治体の観光推進での役割が曖昧である。
- 地域観光振興のための地方での中核人材が不足している。
- 多様な商品を提供するツアーオペレーターが不足している。
- コミュニティ側に観光開発に関するノウハウが不足している。

機会

- コロナ禍を経て持続可能な観光へ世界的な注目が集まっている。
- これまで関心がなかった国内観光マーケットが拡大している。
- 特に自然やアドベンチャー関連のアクティビティに注目が集まっている。
- オンライン化やデジタル化が進み、プロモーションなどのコストが下がっている。

脅威

- コロナ禍により観光振興の不安定さが露呈した。
- 自然災害などに対する脆弱性が高い。
- 外部要因に大きく影響する経済活動である。
- 政治の動向や省庁の政策・人事に左右される。

TCS 推進における課題

これらの現状分析をふまえ、以下に TCS を開発・推進していくにあたっての課題を観光ビジネス、地域、政府、訪問者のそれぞれの側の視点にて整理する。

観光ビジネスの側の課題

- 地域住民主体による観光ビジネスの未開発：地域住民が主体となって提供している観光商品の数が少なく、提供しているものもビジネスとして成立しているものは多くない。
- 地域住民の観光についての知識の不足：コミュニティは、そもそも地域資源や地域産品を観光に活用する仕方がわからない、観光マーケットに関して知識が足りない、また観光自体の実情や可能性について理解が乏しい。
- 個別観光商品の商品力不足：ビーチリゾート以外の地域では、単独の観光商品や観光サイトだけで訪問客を呼び寄せるだけの競争力があるものは少なく、周辺の観光商品と結びつけるか、テーマ性を持ったツアーとして組み込むか、などの試行が必要である。

地域の側の課題

- 地方自治体の観光政策の未整備や能力不足：地域観光推進の主体として役割が期待される地方自治体はそもそも脆弱であり、地域での観光開発のための予算が配分されているところは限定的であり、地域全体で訪問客を受け入れる体制は十分に整っていない。
- 地域のアクター間で取り組む体制の不足：地域で観光に関わっているアクターはそれぞれ個々で取り組んでいる場合が多く、また TCS とその周囲を結びつけるような地域の関係者間の調整や合意形成の仕組みが実現しているところは少ない。
- 自然災害などに対する脆弱性：コミュニティの多くはハリケーンなどの自然災害や政情不安に対してそもそも脆弱である。観光産業自体、他産業に比べ外部環境に影響されることが多く、特に地方ではその傾向は顕著であり、社会の不安定が直に観光活動に影響を与えてしまう。
- 情報基礎インフラ不足：近年 SNS などTIC 技術の普及により、観光産業も大きく変換を迫られている。個々の TCS 商品レベルや地域レベルからでも容易となり、直接マーケットともやり取りができるようになってきた。一方そのような情報基礎インフラが脆弱でありその技術を使うことが難しいコミュニティでは、このような観光への参加も限定的になる。

政府の側の課題

- 新たな観光への支援体制の未整備：これまでの観光開発とは異なり新たなニーズに沿ったコミュニティや観光ビジネスの課題に対応して支援を行える体制は整備されていない。多岐の分野にわたる持続可能な観光の推進は多様な地域と多様なアクターが関わっており、支援も多岐にわたるが、このような支援を効果的に展開できる制度や体制は整っていない。
- 地方の現状の理解不足：現場に赴くような機会が少ない中央省庁ではそもそも地域の現状の理解がなく、その結果として求めているニーズや地域の課題が理解できない状況がある。
- 関係組織間の調整メカニズムの不在：それぞれの中央省庁の管轄があるうえ、省庁で関連する部署間の調整はもとより、同じ省庁内でも部署間でのコミュニケーションがなく、調整メカニズムも十分に備わっていない。
- 新たな商品のマーケティングやプロモーションの不足：ビーチリゾートを軸にした観光プロモーションは世界的に展開しているが、TCS の商品は一般的に知られておらず、これまでマーケティングやプロモーションへの従事者は、新たな観光のプロモーションができない状況がある。

訪問者の側の課題

- 持続可能な観光への理解不足：近年持続可能な開発への理解が世界的に広がってきているが、観光という日常を離れて解放感に浸った訪問客は、しばしば環境や地元コミュニティについての理解が不足している状況も見られる。
- コミュニティに対する不当な要求：訪れる側がお金を払っているのだから何でも要求してもよいといった思いから、不当な要求をコミュニティ側にしたり、気づかずにそのような要求をしていたりすることもある。

こうした多様な課題を乗り越え、地域のアクターが主体となる観光開発をドミ共の観光の一つにしていくために、そのビジョンと推進戦略を次章以降で示す。

第３章 TCS 推進ビジョン 2030

3-1. TCS 推進戦略のフレームワークと構成

TCS 推進ビジョンの位置づけ

TCS 推進ビジョンは、ドミ共の観光開発での重点分野の一つとして「コミュニティが主体となった観光の推進」に焦点を当て、2030 年を目標にした展望を示したものである。

観光を国の基幹産業として、これまで「海・砂浜・太陽」の３S を活用したビーチリゾート観光を積極的に進めてきたが、これに加え、2030 年までの国家開発計画（END）では、観光の多様化や地域住民の観光活動への参加を強化する方針が示され、地域開発の手段として観光を活用していく認識が明示された。また 2016 年から開始された JICA の支援によるプロジェクトにより TCS 推進が北部地域で進められ、その推進過程で 2018 年に策定された観光省の組織戦略計画（PEI）に掲げる観光地域運営強化の枠組みのなかで、コミュニティの観光開発への参加促進が示された。このような経緯をふまえ、これまで TCS プロジェクトと PEI に沿って実施してきた取り組みから教訓を得て、観光省だけでなく関連する多様な組織を巻き込み、持続可能な「コミュニティが主体となった観光の推進」を継続させていくことを目指している。よって、TCS 推進ビジョンは、END の下位戦略として位置づけられ、コミュニティが主体となった観光を戦略的に推進していく指針を示し、今後策定されることとなっている観光マスタープランやその他の関連する上位戦略に内包されていくことを想定している。よって PEI をはじめとする既存の政策などとの整合性をとり、可能な限り具体的で現実的なものを示していくことが重要であり、同時に世界的な潮流である持続可能な開発や国連が示す SDGs への貢献について、観光が果たす役割も十分に考慮に入れることで、TCS 推進ビジョン 2030 では、ドミ共の観光産業と地域開発の両立の可能性を示すことができる。

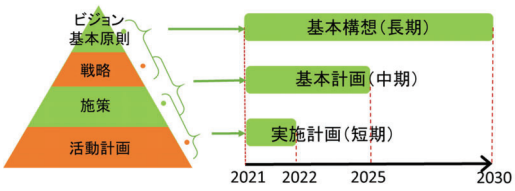


図 3-1：TCS 推進ドキュメントの構成イメージ

TCS 推進戦略の構成

TCS 推進戦略は、TCS 推進のための基本構想、その基本構想に基づいた基本計画、基本計画を実施する実施計画から構成される。基本構想は、TCS 推進により達成したいビジョン、そのビジョンを実現するための戦略（軸）、戦略を実施していくにあたっての基本原

則から構成される。基本計画は、基本構想に基づき策定される計画で、戦略を具体化した施策、その施策の背景、施策を実行する活動の方向性、施策の成果を測る指標、施策を実施する責任機関から構成される。実施計画は、短期的に施策を具体化するための活動群を示したもので、責任組織や個別対象地域ごとで策定されるものであり、活動名、実施責任、概要、予算、アクション、活動指標などを示したものである。

表 3-1：TCS 推進ドキュメントの構成と本ドキュメントの関係

基本構想	長期 2030 年	ビジョン、ビジョンを実現するための戦略、戦略を具体化した施策、実施体制、ロードマップ	第３章
基本計画	中期 2025 年	施策、現状と課題、事業の方向性、成果指標、主責任機関	第４章 第５章（実施体制）
実施計画	短期 2022 年	活動計画（事業名、担当課、概要、予算、今後の予定、活動指標）	別添（北部地域）★

★別添では、北部地域における地域の状況や特徴を考慮した基本構想と基本計画も含まれ、それらをふまえた実施計画を示している。

本ドキュメントの構成としては、第 3 章で基本構想を示し、前章までに見たビジョン 2030 とそれを実現されるために何が必要かを示した戦略と、それを実施する体制、実現するためのロードマップを示した。第 4 章では基本計画として、基本構想で示した戦略を具体的に実行に移すための施策とアクションの方向性を示した。基本計画は、おおよそ 5 年を目途にその進捗状況や成果、周りの状況をふまえて見直しがされるべきものである。第 5 章の実施体制では、TCS 推進のためにコミュニティ、地域、中央で形成し強化する体制とそれを構成する官民のアクターの役割を整理した。ビジョン実現のためのロードマップでは、現在から継続して取り組んでいくイメージを示すため、短期、中期、長期の目標を示した。施策と実施体制をふまえて、短期的な実施計画となる活動計画を示す。活動計画を含む実施計画では、中央で実施するものと地域ごとで実施するものがあり、別添では地域モデルとして北部地域を取り扱う。今回取り上げない北部地域以外の東部・南部・サントドミンゴ周辺の地域での活動計画は、ここで示す北部地域での実施計画を参考に、各地域の現状をふまえた地域のされることを想定している。

3-2. TCS の将来像

TCS を戦略的に推進していくために、2030 年を目標として実現したいビジョンを設定する。TCS 推進ビジョンは、関係者が合意してそれぞれの立場で役割を果たしながら、実現に向けて取り組んでいく方向性を示したものである。

ドミニカ共和国は 2030 年には、観光競争力を高めた世界クラスの観光国として、「ビーチと太陽」の観光に加え、地域住民が誇りをもって運営する地域資源を活用した質の高い観光商品やサービスを提供し、地域住民と訪問者双方にとって魅力的な持続可能な

地域観光を全国各地に展開している。

ドミ共は、持続可能な社会を目指す世界的な潮流をふまえて、2030 年までに TCS を奨励する政策により、全国の地域住民が地域資源を活用した地域の特徴ある観光商品を提供し、自らが誇りをもって訪問者を内外から受け入れることができる環境が整備されている。海外からの観光客に加えドミニカ人も、全国各地で地域の特性を織り込んだ多様でユニークな観光体験、イベント、住民との交流を楽しみ、地元の食材を使った料理を堪能することができる。地域の特徴を表した観光地域ブランドが創造され、地域が主体となった観光地域運営体制により多様性や魅力が発信されている。情報通信技術（ICT）の広い活用により、訪問者と受け入れる地域間のコミュニケーションが確立され、双方の理解を生み、質の高い生の情報により、新たな関係性が生まれている。

観光省を中心とした政府組織と地域の民間組織が、一体となって積極的にこのような観光を推進し、地域資源の価値が見直され、長期的な視野に立った投資も集め、住民と観光客両方にとって魅力的な持続可能な地域観光が展開されている。ビーチリゾートに加え、コミュニティと共に多様化された観光で客を引きつけるカリブ地域のモデル的な観光立国として世界に発信されている。

TCS の推進は、短期的な利益や数だけに注目するのではなく、これまでの観光開発とは異なる長期的な視点に立ち観光と地域開発の質を同時に高めていく作業でもある。コミュニティの観光ビジネスの創造により、その地域の価値向上や観光バリューチェーンの改善、地域における雇用創出機会の増加、地域内また地域と中央の関係性の向上が期待される。このような TCS の推進は、国全体の観光開発のポテンシャルと持続可能性を高めて地域の底上げを図り、長期にわたって国の観光競争力向上の原動力となる。

TCS 推進コンセプト

TCS 推進コンセプトは、関係するアクターが何を追求していくかを示し、取り組みの拠り所になるものである。ビジョンに向かって多様なアクターが関わりを広げていくなかで、一つのコンセプトに沿って多様な取り組みを行うことで、よりメッセージ性と協調性を高めていくことを意図している。コンセプトにより外部には一貫したメッセージを発信し、内部では価値観をすり合わせ同じ方向を見る役割を果たす。

TCS 推進のコンセプトを以下のように提案する。

地域の宝と誇りで地域にある個々の魅力（エクセレント）を追求し、五感を刺激する感動のある忘れられない観光体験を提供する。

それぞれの土地にある地域の宝とそこに住む人々の誇りは、TCS の源である。それはただ単にあるだけではなく、関わる一人一人がその宝の価値を認識し、それぞれ関わる人たちが誇りをもって自分の役割を果たしていくことで、地域の魅力を発揮させることができる。地域の魅力を、見て、聞いて、味わって、嗅いで、触って伝えることができれば、その場所、その時にしかできないユニークな体験を生みだすことがで

きる。このような体験により、観光客は満足度を高め、地域の人も訪問者の笑顔で地域の価値をあらためて認識し誇りを高めることができる。このような好循環を生みだす意図を示したものを TCS 推進のコンセプトをとして示す。

3-3. TCS 推進の基本原則

TCS 推進戦略を国家の政策として、ビジョンに向かいコンセプトをふまえて進めていくにあたっての基本原則を明示する。基本原則とは、TCS 戦略に取り組む実施者や調整役を担う者が理解しておくべきポイントであり、これまでの現場での経験や教訓から抽出したものである。TCS プロジェクトを通してその重要性が確認されたポイントや、近年の持続可能な観光への意識を反映したもので、TCS 推進に関わる人々がことあるごとに立ち返ることで、TCS のビジョンに向け活動や意識のブレを修正するこができる。ここでは５つの基本原則を以下に示す。

TCS 推進の５つの基本原則
1．コミュニティが主役
2．地域資源を活用した誇り、地域力、観光力の向上
3．多様なアクターの連携による地域の新たな価値の創造
4．目標達成に向けた PDCA による継続したトライアル・アンド・エラー
5．持続可能な開発ツールとしての観光

● コミュニティが主役

TCS の主役はコミュニティである。これまで観光開発では表舞台に立つことがなかったコミュニティのアクターが前面に立って、観光客に対して観光体験を提供したり、地域の民芸品や地域産品を販売したり、地元を提供したりする。このような TCS の活動を支援し調整する関係者は、常に地域にオーナーシップがあることを意識し、彼らの意思決定を促し尊重しなければならない。それにより地域の側への適切な利益を生む仕組みをつくり、同時に責任を果たす意識の向上に結びつき、地域のエンパワーメントにつながる。そのためには、コミュニティ自身による地元の価値認識から始め、地域資源の観光資源化から資本化により、コミュニティが主役となる観光商品を製造することがでる。訪問者だけでなく地域の事業者や地域住民の満足度を高めていくことが重要である。

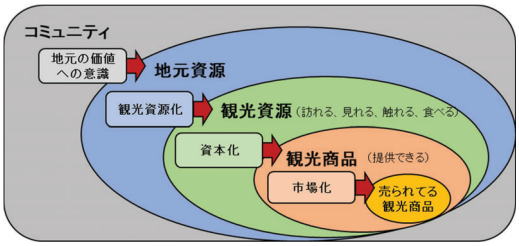


図 3-2：コミュニティが主体となった観光商品開発プロセスのイメージ

● 地域資源を活用した、誇り、地域力、観光力の向上

TCS 推進の主要な原動力となるのは、地域に眠る地域資源やこれまで取り上げられなかった観光資源の活用である。地域資源に一番近い存在であるコミュニティがその価値を再発見し、観光活動に活用することで誇りをもって訪問者に提供できる商品を創造する。実際の販売活動や訪問受け入れによって、観光客との交流を生み、そこから商品やサービスを良くも悪くも見つめ直すことができる。地域に根付いたものなので、周辺の商品やサービスとも結びつきやすく、地域内での協力により、より地域の多様な体験をつなげ、地域の価値を高めることができる。観光により地域の価値が上がれば、地域の誇りやアイデンティティを高めることにも貢献する。地域資源から始めて地域の誇りやアイデンティ、地域力を高め、これを使って観光力を高めることで、より地域の価値を高め、地域力をより高めるという循環を生むことができる。

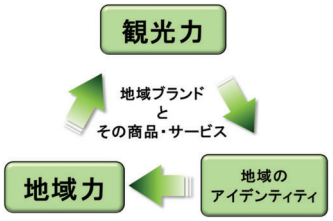


図 3-3：3 つの循環

● 多様なアクターの連携による地域の新たな価値の創造

TCS 推進では、コミュニティが主導して観光活動を創造し、観光客を地域に受け入れることを目指しているため、TCS 活動があるサイトの「点」だけでなく、「点」があるコミュニティ全体が協力して受入体制を整備することが重要である。周辺の多様なアクターも巻き込み、地域の産業と関連させたり、地域開発のアクターが TCS 推進に関わったり、地方自治体の協力を得たりすることで、「点」の体験のユニーク性を高める取り組みや「点」と「点」を結んだ「線」をルートとして、またコミュニティデスティネーションのような「面」で新たな体験を提供することが可能となる。コミュニティレベル、地域レベル、中央レベルのどのレベルにおいても、TCS 推進のポテンシャルを高める多様なアクターの巻き込みを重要視し、変化する観光マーケットに対応しながら、地域の価値を高める地域での連携を重視する。特に民間の巻き込みや地域の観光バリューチェーンを意識する。

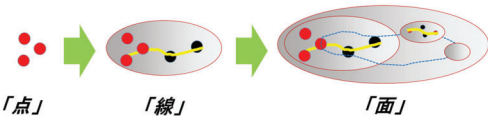


図 3-4：「点」から「線」、「線」から「面」の観光地開発のイメージ

● 目標に向かって PDCA による継続したトライアル・アンド・エラー

TCS 推進では、地域の課題解決や現場の実情をふまえ日々行っていく積み上げ型の活動（フォアキャスティング）において、コミュニティの自律を引き出しながら、将来ありたい姿をイメージさせながら、その達成に必要な施策や支援を展開していく（バックキャスティング）のアプローチを同時並行で進め、そのバランスを取っていくのがよい。個々の活動では行動することを重視し、トライアル・アンド・エラーでの改善と前進を支援し、そのためには計画・実施・モニタリング・評価・改善の PDCA サイクルを、コミュニティレベルでは最初は数カ月の短期間で回しながら、中央では適切な資源配分ができるよう年間計画を立てながらも適時修正し、ビジョンに向い継続性をもって取り組むことを意識する。

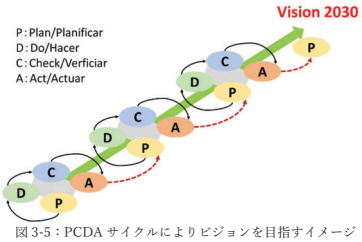


図 3-5：PCDA サイクルによりビジョンを目指すイメージ

● 持続可能な開発ツールとしての観光

これまでに何度も述べていることではあるが、TCS 推進では観光による持続可能な社会への発展に寄与していくことを期待したい。経済、環境、文化・社会へのインパクトとそれらのバランスを十分に考慮しながら、関係アクターのパートナーシップを育み、地域の安定に貢献するような取り組みを目指していく。それぞれ地域の事情に合わせて、中長期の視点を取り入れた持続可能な観光を実施していく体制を構築することが重要である。この実施体制では、地域での TCS の取り組みが地域の持続可能な開発を助け、コミュニティでの小さな取り組みの積み重ねが、最終的には全世界的な課題解決に向けた行動目標としている持続可能な開発目標（SDGs）にも貢献することになることを示すようなモニタリングと成果のビジュアル化ができるとよい。ドミ共はカリブ中南米地域における観光開発をリードする国であり、国の主産業である観光活動の推進による SDGs への貢献を政策として掲げ、具体的な現場の事例で示してくことは極めて重要である。ドミ共の開発戦略のなかで、SDGs に貢献する TCS 推進を確立していくことを目指す意義は大きい。



図 3-6：持続可能な開発の 5 つのコンポーネント（国連 HP より）

3-4. TCS 推進ビジョンの達成に向けた戦略

TCS 推進ビジョン 2030 の指標の考察

TCS 推進ビジョン 2030 の最終的な目標地点となる 2030 年での達成状況をより具体的にイメージするために、仮の指標を設定する考察を行い、その後指標案を提示する。

TCS 推進ビジョンは、「ドミニカ共和国は 2030 年には、観光競争力を高めた世界クラスの観光国として、「ビーチと太陽」の観光に加え、地域住民が誇りをもって運営する地域資源を活用した質の高い観光商品やサービスを提供し、地域住民と訪問者双方にとって魅力的な持続可能な地域観光を全国各地に展開している」とした。

ビジョンで示された「地域住民の誇りをもって運営する地域資源を活用した質の高い観光商品やサービス」と関連した指標として考えられるものは、地域住民の観光への理解度や地元への誇りの向上、観光コミュニティビジネスの増加、質の高い観光商品やサービス数の増加などがあげられる。これらは主にコミュニティレベルや個別商品レベルで進められる活動に関連している。

「地域住民と訪問者双方にとって魅力的な持続可能な地域観光」と関連した指標として挙げられるものは、地域主体の観光地域運営体制の増加、観光地域ブランドの増加、多様な観光商品や観光地域の発信の増加、持続可能な観光開発を担う人材の増加などである。これらは主に地域レベルで取り組まれる活動である。

これらが「全国各地に展開」されていくためには、中央や地域の TCS 推進体制の整備、中央の関係アクターのパートナーシップの醸成、TCS 支援の政策の数などが必要である。それぞれの地域での状況をふまえ、中央が横展開を行っていくことが想定されている。

このような取り組みが進められることで、TCS 推進を通じて観光の多様化が進み、地域住民の観光からの利益が増え、観光により地域のエンパワーメントが実現し、ドミ共が「観光競争力を高めた世界クラスの観光国」になるというシナリオが見えてくる。この TCS 推進ビジョン 2030 を達成している状態として以下に、コミュニティの観光商品レベル、地域での観光地域運営レベル、中央の政策レベルでの期待される状態を成果指標案と共に以下に示す。この活動指標は、6 つの戦略の遂行により達成されていくものでもある。

コミュニティの観光商品レベルでの期待される状態と指標案

コミュニティレベルで 2030 年に期待される状態としては、「地域資源を活用したコミュニティ観光ビジネスが、コミュニティの TCS への理解が浸透し、北部地域で展開された多様な具体的な事例を背景に、全国で広く展開されている」とする。

この状態を示す仮設定の指標としては、全国で 100 件以上の認定された TCS 商品、100 件以上のポテンシャルの高い TCS 商品、31 県すべてに認定された TCS 商品、3000 人 TCS ビジネスに関連した直接受益者数、7 億 5000 万ペソの TCS ビジネスに関連した年間売上金額とする。これらのデータは、個別 TCS ビジネスのモニタリングにより入手する。

- 期待される状態：「地域資源を活用したコミュニティ観光ビジネスが、コミュニティの TCS への理解が浸透し、北部地域で展開された多様な具体的な事例を背景に、全国で広く展開されている」
- 指標案：全国で 100 件以上の認定された TCS 商品、100 件以上のポテンシャルの高い TCS 商品、31 県すべてに認定された TCS 商品、3000 人の TCS ビジネスに関連した直接受益者数、7 億 5000 万ペソの TCS ビジネスに関連した年間売上金額
- データ入手方法：個別 TCS ビジネスのモニタリング

ムニシピオとリージョンの観光地域運営レベルでの期待される状態と指標案

地域レベルで 2030 年に期待させる状態としては、「地域の官民の多様な関係者で構成される観光地域運営体制により、テーマ性のあるルートやコミュニティデスティネーションが全国的に形成され運営されている。それぞれの地域で TCS のバリューチェーンの関係者

により地域ブランドを意識した差別化が行われ、地域の特徴ある観光商品が充実し、訪問客が高い満足度を得ることで、滞在時間と観光支出が毎年増加している」とする。

この状態を示す仮指標としては、30 件以上の認定された観光地域運営体制によるテーマ性のあるルートやコミュニティデスティネーション、リージョンもしくはサブリージョンごとに形成された地域ブランドとその運営体制、TCS バリューチェーンに関係する 90 以上の組織、訪問客のリピート率前年比増加、訪問客の平均滞在日数前年比増加、訪問客の平均支出額前年比増加、とする。これらのデータは、観光省のモニタリングデータと訪問客への定期的なアンケート調査により入手する。

中央の政策レベルでの期待される状態と指標案

中央レベルで 2030 年に期待される状態としては、TCS 推進が観光振興と地域振興の両面で国家政策の中に位置づけられ、観光省が中心となり組織された官民連携の TCS 推進調整委員会によりパートナーシップが強化されている。TCS を推進する施策が観光戦略、地域開発戦略と関連付けられて展開され、適切なガバナンスが実現し、TCS が全国で広く普及している。これらの施策の成果がモニタリングされ、TCS 推進の効果が定期的に発表され、政策の改善などにも反映されている。このような TCS 推進の取り組みはドミ共の SDGs への貢献のグッドプラクティスとして内外に紹介され、「国家開発計画や SDGs への貢献が示されている」とする。

この状態を示す仮指標としては、調整プラットフォームのパートナーシップ強化により調整されたアクション数（政策や支援プログラム／プロジェクト数）、TCS の政策・戦略への反映度、全国での TCS 認知度、TCS 戦略の浸透度、SDGs への貢献として紹介されたグッドプラクティスの数、TCS 推進の取り組みの END や SDGs への貢献度、とする。これらのデータは、観光省の TCS 推進の定期モニタリングにより入手する。

TCS 推進ビジョンの達成に向けた戦略

TCS 推進のビジョン 2030 を達成するために 6 つの戦略を策定する。この戦略は TCS 推進ビジョンを実現させていくために優先的に対応する分野を示し、これらを指針として具体的な施策や施策を実現する活動を関連付けたものである。TCS を推進するにあたって「なにをやるのか」を示し、限られた資源を有効かつ効果的に使い、TCS 推進ビジョンを達成しようとするものである。

以下に 6 つの戦略を示す。

戦略 1 ：地域資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化
戦略 2 ：「地域」の価値向上のための地域ブランド化の推進
戦略 3 ：ICT を活用し TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化
戦略 4 ：多様なレベルでの TCS 推進を担う人材育成の強化
戦略 5 ：TSC 支援制度化に向けた支援環境の整備とガバナンスの強化
戦略 6 ：安心・安全な環境整備と観光レジリエンスの向上

戦略 1 は、「地域資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化」である。

各地に散在する地域資源を活用し、コミュニティが観光商品として開発していく支援を行う。自然資源、文化・歴史資源、産業資源に大きく分類し、各資源の特徴をふまえ、コミュニティグループによる観光ビジネスが持続的に運営されていくような働きかけが必要である。このようなコミュニティによる観光ビジネスを数多く、多様なアプローチで支援することができれば多様な観光商品も生み出すことができ、観光の多様化に貢献する。

戦略 2 は「地域の価値向上のための地域ブランド化の推進」である。個別の観光ビジネスや地域の特性を取り込み、特徴的な地域ブランドの形成を目指した取り組みにより、地域全体の価値を高める取り組みを支援する。地域の多様なアクターによる地域観光運営を行うための体制を整備し、個々の観光ビジネスでは難しい地域への利益の拡大やマーケットへのアクセスの改善やプロモーションの実施、地域バリューチェーンの改善、地域の特徴ある体験の実施などが可能となる。こうした取り組みにより地域のポテンシャルの底上げや機会の創出につなげる。

戦略 3 は「TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化」である。ドミ共観光の主力である 3 S によるビーチ観光のプロモーションに加え、TCS が徐々に国内外のマーケットで認知され、効果的にプロモーションしていくような環境を整えていく。観光省が世界各地に設置しているプロモーション事務所との連携や、ICT を積極的に活用したプロモーション強化の取り組みを強化することが必要である。

戦略 4 は「多様なレベルでの TCS 推進を担う人材育成の強化」である。TCS を推進するためコミュニティレベルから地域、中央レベルまで多様な人材の育成が必要であり、必要とされる役割を果たすことができる実践能力の高い人材の強化が重要である。INFOTEP が持つ既存の研修を活用しながらも、TCS ビジネスの実務者や地域リーダー向けの人材育成などの新しい分野では、新たな研修の立ち上げなども行っていくことが必要である。人材育成研修ができるような体制となれば、地域内での継続や他地域への拡大も可能となる。

戦略 5 は「TSC 支援制度化に向けた支援環境の整備とガバナンスの強化」である。コミュニティレベルと地域レベルへの TCS 支援を制度化させ、継続して強化・拡大できるような環境を整えていく必要がある。関係組織とのパートナーシップを強化し、推進実施体制のガバナンスを高めていく。TCS の質を担保できるような登録制度や認証制度を目指すが、その制度を運営し維持するガバナンスが機能するように整えていく。コミュニティや地域の主体性を高めることができる支援体制の整備を行う。

戦略 6 は「安心・安全な環境整備と観光レジリエンスの向上」である。コロナ禍の甚大な影響もあり観光産業全体でより安心で安全な観光を進めていくことが求められているが、TCS においては受け入れをするコミュニティ側全体でその環境を整えていくことが求められる。また感染症拡大だけでなくその他多様な災害やコミュニティの脆弱性を克服していくことが地域観光を推進してくためには欠かせず、地域のレジリエンスを向上させていくことが重要となる。

次章において TCS 推進の基本計画の中心となるこれらの 6 つの戦略から施策案を示す。

3-5. TCS 推進ビジョン 2030 に向けたロードマップ

TCS 推進ビジョンでは、北部地域で実施した TCS プロジェクトの成果を基礎に、2030 年を目標に全国に展開させていくシナリオを想定している。TCS プロジェクトで構築した実施体制の基礎をモデルとし、全国展開を狙う TCS 推進ビジョン 2030 の実現に向けたロードマップを示す。段階的に全国展開を目指すロードマップとして、短期、中期、長期目標を設定する。短期は 2022 年末、中期は 2025 年末、長期は 2030 年末を想定しており、前述の実施計画、基本計画、基本構想に対応する。ロードマップを示す目的は、2030 年を目標年とした TCS 推進ビジョンの達成に向け、全体のシナリオの中で具体的なポイントを理解しておくことである。

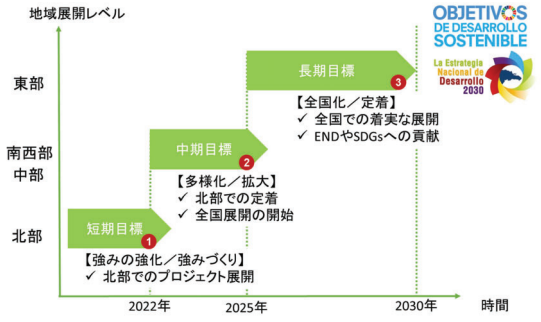


図 3-7：TCS 推進ビジョンに向けたロードマップイメージ

短期目標：強みの強化／強みづくり（2021 年から 2022 年）

2022 年までの短期の目標は、「既存の観光開発での強みやポテンシャルの高い地域や商品を強化し、TCS のそれまでの成果や他にも活用できる取り組みを具体的に示し、官民連携での支援体制を構築する」である。

2022 年末までに達成されていると期待される全般的な状態としては以下のとおり。

- TCS がドミ共の国家や地域の開発戦略や観光戦略に組み込まれ、全国展開の見本となる TCS 推進の仕組みが北部地域に形成されている。
- TCS を普及するための支援プログラムや方法論が実際に現場で活用され、雇用を生み出しコミュニティの経済・社会開発に貢献している TCS ビジネスのグッドプラクティスが全国的に紹介されている。

短期の目標における 6 つの戦略に関連したポイントを以下の表に整理する。

表 3-2：短期目標における 6 つの戦略とポイント

戦略 1	TCS のポテンシャルの高い個別商品の開発・改善の強化
戦略 2	モデル的な取り組みとなるテリトリアルグループの強化戦略 広域地域ブランド運営体制となる基盤の形成
戦略 3	既存の観光プロモーション活動の中での TCS のポジショニング強化
戦略 4	TCS を推進する中核人材育成のプログラム開始
戦略 5	TCS 推進のための専門部局設置と組織調整テーブルによるプラットフォーム設置
戦略 6	感染症対策をはじめとする安心・安全に訪問客を受け入れる環境の整備

このように短期目標において、これまでの活動からの強みを活用して北部地域での取り組みを継続させ、中間目標となる多様化と拡大に備えるための基礎を固める。

中期目標：多様化／拡大（2023 年から 2025 年）

2025 年までの中期の目標は、「TCS 推進の先進的な事例を活用しながら、観光商品の多様化や地域ブランドの取組みを拡大させ、全国に展開する」である。

2025 年末までに達成されていると期待される全般的な状態としては、以下のとおり。

- TCS がビーチ観光に並ぶドミ共の観光アトラクションとして広く内外で認知され、全国の多様な TCS 商品やコミュニティデスティネーションがドミ共の観光プロモーションの中で発信されている。

中期の目標における 6 つの戦略に関連したポイントを以下の表に整理する。

表 3-3：中期目標における 6 つの戦略とポイント

戦略 1	TCS 商品の多様化と TCS ビジネスモデルの強化拡大
戦略 2	テリトリアルグループ形成モデルの強化とテーマ性のあるルートや CD の強化・確立 広域地域ブランドの運営体制・発信の強化と他地域への拡大
戦略 3	国内外のプロモーションチャンネルを通した TCS 発信の確立
戦略 4	TCS 人材育成プログラムの全国展開とリーダー間ネットワーク形成
戦略 5	組織間調整テーブルによる TCS 推進プログラムの推奨とグッドプラクティスの国際的な紹介
戦略 6	観光危機管理体制のモデル的な取り組みの発現と支援ツールの確立

このように中期目標では、北部地域での経験や教訓、方法論などを使い、ドミ共の南部地域やサントドミンゴを中心とした中央地域への拡大を図る。北部地域においてもより多様化を目指した取り組みを展開させる。



図 3-8：TCS 推進の全国展開のイメージ

長期目標：制度化／定着（2026 年から 2030 年）

2030 年までの長期の目標は、「より自律性の高いモデルが抽出され、TCS 推進を制度として確立し、全国展開を定着させる」である。

2030 年末までに達成されていると期待される全般的な状態とは、前述した TCS 推進ビジョン 2030 の将来像のことであり、以下のとおり。

- 観光競争力を高めた世界クラスの観光国として、「ビーチと太陽」の観光に加え、地域住民が誇りをもって運営する質の高い観光商品やサービスが広く提供され、地域住民と訪問者双方にとって魅力的な持続可能な地域観光が全国各地に広がっている。

6 つの戦略の遂行により長期で到達される具体的なイメージを加えると以下のようになる。

TCS 推進により収入の増加や雇用創出などのコミュニティの利益が拡大し、より自律性の高い観光地域運営体制モデルが抽出され普及し、地域のエンパワーメントや SDGs に貢献する事例が全国に広がっている。広域地域ブランドが北部地域から南部地域、中央地域、そして東部地域でも形成され、TCS ブランドと共に全国で普及している。そのような活動を継続・強化するための中央と地方の調和した支援体制が構築されている。TCS においてもレジリエンスが高く、安心・安全に訪問客を受け入れられる体制が整えられている。

表 3-4：TCS 推進ビジョン 2030 の期待される状態と成果指標案

推進実施体制	期待される状態（2030 年）	成果指標（仮）	目標値	入手方法	関連戦略
コミュニティの観光商品レベル コミュニティ観光ビジネスの造成と観光商品の多様化。	地域資源を活用したコミュニティ観光ビジネスが、コミュニティの TCS への理解と北部地域で展開された多様な具体的な事例を背景に、全国で広く展開されている。	全国での認定された TCS ビジネス数	100 件以上	個別 TCS ビジネスのモニタリングによりデータ入手	戦略 1 戦略 4
		開発され販売された TCS 商品数	100 件以上		
		31 県でのすべてに認定された TCS ビジネス	100%（31/31）		
		TCS ビジネスの受益者数	3000 人		
		TCS ビジネスに関連した年間売上金額	750 百万ペソ		
ムニシピオとリージョンの観光地域運営レベル DMO を意識した地域が主体となる体制の構築と地域全体への観光活動の拡大。	地元レベルの官民連携の関係者で構成される観光地域運営体制により、テーマ性のあるルートやコミュニティデスティネーションが全国的に形成、運営されている。	テーマ性のあるルートおよびコミュニティデスティネーションとして認定されプロモーションされている観光地域運営体制の数	30 件以上	観光省の TCS 推進の定期モニタリングによりデータを入手	戦略 2 戦略 3 戦略 4
		観光地域運営体制に参加している地元レベルの組織の数	150 組織以上		
	地域レベルで TCS のバリューチェーンの関係者により地域ブランドを意識した差別化が行われ、地域の特徴ある観光商品が充実している。	リージョンレベルの地域ブランド数	3 以上		
		地域ブランドにかかわる TCS バリューチェーンの関係者数	90 以上		
		地域ブランドにかかわる商品数	100 以上		
	訪問客が高い満足度を得ることで、滞在時間と観光支出が毎年増加している。	訪問客のリピーターの割合の増加	前年比増加	観光客アンケートにより入手	
		訪問客の平均滞在日数	前年比増加。		
		訪問客の平均支出額	前年比増加。		
中央の政策レベル TCS 標準化と連携強化による持続可能な支援の実現である。	TCS 推進が国家政策の中に位置づけられ、観光省を中心として関連組織が協力して構成される TCS 推進調整委員会により、施策が広く展開されている。	TCS 推進調整委員会（プラットフォーム）の形成合意	合意文書	観光省の TCS 推進の定期モニタリングによりデータを入手	戦略 5
		TCS 推進調整委員会の実績	年 2 回の開催		
		TCS に関する施策数			
		TCS の国家開発政策内での記載	記載あり		
	これらの施策の成果をモニタリングできる体制が整えられ、TCS 推進の効果が定期的に発表されている。	観光省による TCS 推進委員会のモニタリング報告書	年 2 回以上	観光省の TCS 推進の定期モニタリングによりデータを入手	
		定期的に実施・集計・分析され発表されるモニタリング調査	年 1 回以上		
		TCS の認知度	前年比増加		
		TCS 戦略の認知度	前年比増加		
	また TCS 推進の取り組みはドミ共の END や SDGs への貢献が示され、グッドプラクティスとして内外に紹介されている。	TCS 推進の国家開発戦略への貢献度	貢献度あり		
		国内外でグッドプラクティスとして紹介された件数	5 件以上		
		TCS 推進の取り組みの SDGs への貢献度	貢献度あり		

第４章 TCS 推進の基本計画

4-0. TCS 推進ビジョンの達成に向けた 6 つの戦略と施策

基本計画と 6 つの戦略

基本計画は、ビジョン達成に向け通過点となる 2025 年を目標年とした中期計画であり、基本構想で示した戦略のもと、具体的に TCS 推進の活動を施策として提案したものである。

TCS 推進のビジョンの達成を目指し、6 つの戦略を定めた。戦略は具体的な施策や活動を形成するための指針であり、TCS を推進するにあたって「なにをやるのか」を示したものである。

戦略 1：地域資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化
戦略 2：「地域」の価値向上のための地域ブランド化の推進
戦略 3：ICT を活用し TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化
戦略 4：多様なレベルでの TCS 推進を担う人材育成の強化
戦略 5：TSC 支援制度化に向けた支援環境の整備とガバナンスの強化
戦略 6：安心・安全な環境整備と観光レジリエンスの向上

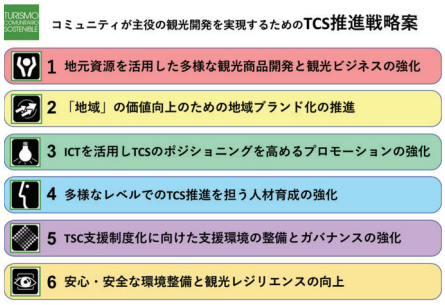


図 4-1：TCS 推進の 6 つの戦略

施策と方向性・指標

本章では、6 つの戦略それぞれに関連した現状と課題への対応を示し、戦略の方向性と戦略の成果指標について整理する。そして戦略の成果を達成することを目的として施策を提示し、活動の方針と活動指標を提案した。基本計画は 2025 年を目標年とした中期目標の計画ではあるが、短期目標の活動計画と長期目標の基本構想との整合性をとり、活動の継続性を確保することが重要であることから、活動指標では、2021 年までの現状を示し、2022 年の短期目標、2025 年の中期目標、2030 年の長期目標の数値を提案した。

6 つの戦略のもと提案する 27 の施策を以下に示す。

4-1. 戦略 1 地域資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化

現状と課題への対応

地元に散在する自然、文化、産業資源（地域資源）は観光を多様化するためのポテンシャルであり、地域資源を適切に開発・運営することができれば、観光商品として観光客に提供することが可能である。TCS 推進の根幹は、地域資源を活用した観光商品による観光ビジネスを、その周辺のコミュニティが主体となった「コミュニティ観光生産ユニット／UP」が進めていくことにある。しかし、現実にはこのような観光ビジネスを行うコミュニティ観光生産ユニット（UP）の数が少なく、加えてビジネスとして成立しているものは限定的である。このことから地域資源の多様性、観光の開発度、地域の特性など考慮しながら、コミュニティによる観光商品を増やし、UP の観光ビジネスが軌道に乗るよう支援を行う必要がある。対象とする観光商品は、活用する地域資源のタイプ（自然資源、文化資源、産業資源）や観光商品の開発レベル、UP の成熟度などを考慮し、支援を展開することが必要である。

戦略の方向性

支援窓口による TCS 観光ビジネスへの基礎支援やポテンシャルの発掘、自然資源・文化資源・産業資源などの地域資源を活用した観光商品の充実、支援のモデル化とその応用と拡大

戦略の成果指標

成果指標	2021	2022	2025	2030
登録された TCS ビジネスの数	20	30	50	100
コミュニティにより開発され販売された TCS 観光商品数	20	30	50	100
TCS ビジネスによる利益者数	600	900	1500	3,000
TCS ビジネスの年間訪問者数	2 万	10 万	50 万	100 万
TCS ビジネスの年間売上額（ペソ）	8 百万	40 百万	200 百万	400 百万
31 県でのすべてに認定された TCS ビジネス	10/31	14/31	23/31	31/31

戦略 1 の施策

戦略 1「地域資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化」
施策 1-1　ポテンシャルの高い地域資源の発掘を支援する。
施策 1-2　TCS 観光ビジネス支援のシステム化を強化する。
施策 1-3　自然保護区や自然資源を活用した自然体験コンテンツを充実させる。
施策 1-4　地場産品と関連した観光コンテンツを造成する。
施策 1-5　地元の文化活動の観光利用を促進する。

施策 1-1：ポテンシャルの高い地域資源の発掘を支援する。

地域に散在する地域資源のなかには観光に活用できるポテンシャルの高いものがあるが、商品としては提供されていなかったり、提供されていてもポテンシャルが活かされていなかったりするものが多くみられる。それらを観光商品として提供する主体となる地元のグループや個人が、地域資源の価値を認識して観光資源化し、観光商品として資本化していく必要がある。ポテンシャルのある地域資源の発掘から始め、観光ビジネスの主体となるグループや個人を広く特定し、地域全体で地域資源を活用した観光ビジネスのポテンシャルを底上げし環境を整備していくことが重要である。

主な活動方針：
1-1 ポテンシャルの高い地域資源の発掘とリスト化
1-2 観光ビジネスの主体となるグループや個人の特定
1-3 地域資源の観光活用に関する啓発活動
1-4 地域資源の観光活用に関する推進環境の整備

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
特定され評価された地域資源リスト（県）	10	14	23	31
ポテンシャルのある観光生産ユニット数	90	120	180	300
啓発活動数	20	40	60	100

主管機関：観光省（地域事務所、観光デスティネーション局）

施策 1-2：TCS 観光ビジネスへの支援をシステム化し最適化する。

地域資源を利用して観光活動を行っている観光生産グループは地域に散在しているが、地域資源のポテンシャルを十分に活用できていなかったり、地元のユニーク性を適切に取り込んでいなかったり、持続的な運営ができていなかったりしている状況がみられる。TCS に取り組むにあたって、どこから始めたらよいか、なにを改善すればよいか、どのようなノウハウがあるのか、といった TCS ビジネスの疑問に対して対応できる支援が必要である。このことから観光ビジネスの開発レベルをふまえて、対応できる支援を最適化できるようプロセスの明確化や支援窓口の設置と強化を図り、TCS ビジネスのポテンシャルの把握から支援オファーの情報などの基本的なアドバイスや支援活動のフォローアップなどができる体制を整備する。TCS ビジネス支援の強化では、その手法やプロセスをまとめた「観光商品開発・プロモーション支援マニュアル」を活用し、TCS ビジネスの段階にあわせたサポートを実現する。その際には、TCS ビジネスで活用される地域資源の特徴に応じて、環境自然資源省、商工中小企業省（MICM）、文化省（MC）との協力や、人材育成においては職業訓練庁の研修などの情報を提供し支援につなげることが可能である。

主な活動方針：

1. TCS ビジネスの支援窓口の設置と機能の明確化
2. TCS ビジネス支援メニューや手順の整理（情報やコンタクトも含む）
3. TCS ビジネス支援の情報発信
4. TCS ビジネス運営の能力強化
5. TCS ビジネス支援のフォローアップ

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
窓口の設置状況（リージョン・サブリージョン）	3	4	6	10
窓口の利用状況	80%以上	80%以上	80%以上	80%以上
観光ビジネスポテンシャル数	90	120	180	300
支援ビジネス数	20	40	60	100
年間訪問者数と年間売上金額のモニタリング状況（モニタリグしているビジネス数）	16	32	48	80

主管機関：観光省（地域事務所、観光デスティネーション局）

施策 1-3 自然保護区やその周辺を活用した自然体験コンテンツを充実させる。

カリブ最高峰の山々から多様な海洋資源まで、多くの自然資源が存在する自然保護区でのエコツアーのポテンシャルは高く、適切な活用で TCS を推進することができるサイトがいくつもある。全国に X カ所ある自然保護区は、環境自然資源省により管理され、年間約 150 万人の国内外の観光客が利用し、観光地としても人気が高く、クルーズ客が訪れるサイトもある。一方、その入場や利用に関してはそれぞれの自然環境にあった制限やルールが必要であり、適切な運営が求められ、訪問する側と受け入れる側双方での理解が必要である。利用者の集中やオーバーユースの課題があるサイトがある一方、放置された状態でせっかくの適正利用を通した保護ができていないサイトもある。能力を備えた管理者やガイドにより適切な観光利用を進め、自然資源を活用した体験型のコンテンツを充実させていくことが必要である。自然保護区やその周辺の地域住民が参加し、自然保護区を管理する環境自然資源省により TCS が推進され、観光客を適切に受け入れられる観光インフラの充実やガイドシステムの整備により、将来的には自然保護区のブランディング化されることを目指す。

主な活動方針：
1. 自然保護区の観光実施体制の整備
2. 自然保護区の体験コンテンツの創造・改善
3. 自然保護区の観光インフラ整備
4. 自然保護区の観光マネジメントの改善

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
観光客の受け入れ体制が整った自然保護区数				
サイトや観光商品の管理体制と活動計画があるグループ数	10	15	25	40
自然保護区での商品数				
自然保護区への訪問者数／年	1509533	170000	200000	250000
自然保護区のガイド数				

主管機関：環境自然資源省（自然保護局）

施策 1-4 地場産品と関連した観光零細企業を支援し、観光コンテンツを創造する。

地域には地域資源を活用した様々な中小規模の地場産品があるが、観光に結び付けられているものは限定的である。各地に地元に根付いた産品や地元で生産される農産品などは、その地域の文化や生活とも深く関係しており、これらの観光での活用は多様な観光商品を生むポテンシャルも高く、地場産品からユニークな地元の土産物の創造も期待できる。地場産品による観光を通して、観光の多様化に加え、地域の知名度アップや地場産業の宣伝にもつながり、相乗効果を生むことが可能である。地元の中小零細企業、組合、コミュニティグループが地場産品を積極的に観光に活用した TCS の推進を図る。イノベーションの取り組みによる新たな商品の創造、観光客に買ってもらえるような改善、地場産業を活用した体験ツアーの提供、そのための簡易インフラ整備、観光ビジネスとしてのマネジメント改善、地域性を盛り込んだ民芸品の改善などの支援が考えられる。

主な活動方針：
1. 地場産品を観光活用する地元ビジネスの特定
2. 地場産品を観光に活用した商品の創造・改善
3. 地場産品の観光活用を促す観光インフラの整備
4. 地場産品を観光活用した観光マネジメントの改善

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
地場産業を活用した観光商品を提供するグループ数	5	15	20	35
地場産業に関連した新たな観光商品数	10	30	40	70
地場産業の観光サイトへの訪問者数／年増加率	-	10%	12%	15%
地場産業の観光サイトでの売上増加率	-	10%	10%	10%

主管機関：商工中小企業省（零細中小企業支援局）

施策 1-5：地元の文化活動や文化遺産の観光利用を促進する。

地元の特徴的な文化イベントや祭りなども観光利用のポテンシャルが高い。世界無形遺産になったメレンゲやバチャータといったドミニカ人の生活や文化と密接な関係にある音楽もあり、こうした文化資源を地元住民が適切に活用して観光商品化してくことが期待される。多様な文化資源の活用は多様な観光商品を生むチャンスであり、訪問者がこれらの文化を体験し消費するなかで、その利益を文化保存や文化を担う人たちへ再配分されることが期待される。

主な活動方針：
1. 文化資源を活用した観光を担うグループの特定
2. 文化資源を活用した体験コンテンツの創造・改善
3. 文化資源に関連した観光を促進する観光インフラ整備
4. 文化資源を適切に活用した観光マネジメントの改善

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
観光客を受け入れているグループ数	5	10	15	25
文化観光に関連した新たな観光商品数	5	10	15	25
文化観光サイトへの訪問者数／年増加率	-	5%	6%	7%
文化観光サイトでの売上増加率	-	5%	6%	7%

主管機関：文化省（文化遺産局）

4-2. 戦略２：「地域」の価値向上のための地域ブランド化の推進

<u>現状と課題への対応</u>

地域に散在する TCS の単独商品だけでは、観光客を地域に呼び込むには限界があり、利益を得られる人も少ない。地域の多様な観光資源や地元産業を巻き込み、地域が一体となってその地域の魅力全体を伝え、訪問者を迎え入れるような取り組みが、観光デスティネーションとして地域レベルで展開される仕組みが求められる。現在、ビーチリゾートを中心とした観光地や大都市には、観光クラスターや観光開発委員会が形成されているが、地域が主体となりビジョンをもって地域ブランド化を進めているところは少なく、特に既存のビーチ観光地以外の観光開発途上地域では限定的である。ビーチをもたない地域においても関係アクターが協力して、特性を活用した観光バリューチェーンの強化やテーマ性のあるルート形成により、地域の観光的価値やユニーク性を高め、その魅力を内外に発信するような地域ブランド化が可能である。

TCS 観光ビジネスとして魅力ある「点」の発掘と創造に加え、それらを結んだ「線」やその周辺を含めた「面」での取り組みにより地域ブランド化を図り、地域全体の価値創造と他地域との差別化を推進し、訪問者の滞在時間を伸ばし、地域産品やお土産物の売上を増加させ、将来的には地域の関係アクターによる観光デスティネーションの運営体制の構築を目指す。観光開発途上地域における地域ブランド化では、関係アクター間で顔の見える協働が可能なコミュニティレベルでのブランド化（ボトムアップ型での地元ブランド化支援）と、より広い範囲を対象に他の観光デスティネーションとの差別化をより意識した対外的なプロモーションに重きを置く広域デスティネーションに向けたブランド化（トップダウン型での広域地域ブランド化支援）、の２つを支援するアプローチを同時並行で進める。地元住民を主体とする体制を理想としながらも、地方での財源や自主運営する組織の能力に限界があることから、観光地域運営体制の基盤構築としてボトムアップとトップダウンの同時並行が有効である。

戦略の方向性

コミュニティレベルでの地元ブランドの主体形成、コミュニティ地元ブランド下での地元主体のルート創造、周遊性を活用した広域地域ブランドの形成、広域地域ブランド下での民間主導の商品（周遊型ツアーや地域のテーマ性のある商品）の充実

戦略の成果指標

成果指標	2021	2022	2025	2030
形成したテリトリアルグループの数	7	15	20	30
形成した地域ブランド数	4	8	15	25
地域ブランド下の関係商品数	32	64	120	200
地域内と地域外での地域ブランドの認知度	低	中	高	高
広域地域ブランド数	2	4	6	8
広域地域ツアー受入実績	4	10	20	50

戦略２の施策

戦略２「地元の価値向上のための地域ブランド化の推進」
施策 2-1：地元で地域観光を運営するテリトリアルグループの形成を促す。
施策 2-2：地元の目玉商品やテーマ性のあるルートを創造し強化する。
施策 2-3：地元の滞在拠点の充実を図る。
施策 2-4：広域のテーマや周遊性を活用した広域地域ブランドを形成・強化する。
施策 2-5：広域のテーマに沿った商品や周遊型商品を充実させる。

施策 2-1：地元で地域観光を運営するテリトリアルグループの形成を促す。

個別観光商品の「点」の振興だけでは、周辺に点在する観光資源や地域全体の魅力を十分に活用できず、地域への利益も限定される。地域の多様な観光商品を「線」や「面」としてつないだコミュニティデスティネーションとして、地域の特徴ある商品の開発や地域の魅力の発信を行い、他地域との差別化を図ることが期待できる。このような発信を行う

には、地域の多様な組織をまとめて地域の価値向上や地域力向上に取り組む主体が必要である。そのために市・複数市・県レベルで官民のアクターが協力したテリトリアルグループを形成し、観光地域運営体制の基盤形成を支援する。

主な活動方針：

1. コミュニティデスティネーションの主体となるテリトリアルグループの形成
2. テリトリアルグループによる地域資源の魅力の再認識
3. テリトリアルグループによる共通のビジョンの形成
4. 地域資源を活用してビジョンを実現する活動計画の策定
5. ビジョンを実現する活動計画の実施とモニタリング

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
形成したテリトリアルグループ	7	10	20	30
計画・実施したテリトリアルグループの活動数	35	50	100	150
形成した地域ブランド数	7	10	20	30
関連付けられた地域資源数	35	50	100	150
（訪れた訪問者数）				

主管機関：観光省（地域事務所、観光デスティネーション局）

施策 2-2：地域の目玉商品やテーマ性のあるルートを創造し強化する。

他の観光地との競争の中で、訪問者が行きたい、体験したい、やってみたいと思うような地域の特徴ある目玉商品があると、人を呼び込むきっかけとなり、それを起点に周辺のサイトへも導くことが可能となる。単独の商品にとどまらず、特定テーマで観光サイトをつなげてルートを提供したり、地域のテーマに関連させた地元の観光商品を紐づけたりすることで、コミュニティデスティネーションの新たな価値を生み出すことが期待できる。テリトリアルグループ（GT）が主体とそれぞれの地域でテーマ性のあるルートが整備され、発信されるための支援を行う。

主な活動方針：

1. コミュニティデスティネーションの目玉商品の開発やテーマ性のあるルートの提案
2. 目玉商品やテーマ性のあるルートの整備
3. 目玉商品やテーマ性のあるルートのプロモーション活動

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
開発した目玉商品やテーマ性のあるルート	7	10	20	30

の数				
ルートへの訪問者数				

主管機関：観光省（DPP と地域事務所）

施策 2-3：地元の滞在拠点の充実を図る。

訪問者の地方での滞在時間を延ばし、より地方の多様な観光を楽しめる機会を創造するためには地元の宿泊施設は重要な役割を果たす。長年そこに住む住民、一度は地域を離れたが戻ってきた人、域外からその地域の魅力を感じ移り住んだ人などにより運営されるエコロッジや農園（フィンカ）が点在しており、コミュニティデスティネーションの重要なアクターになっている。またキャンプ場などを整備することも考えられる。このような滞在拠点と協力して、地元の拠点づくり、観光客の滞在時間の延長、地元の商品の消費促進への貢献が期待される。このような役割を推進するための宿泊施設が観光運営体制に組み込まれ、地域の魅力を結び付ける宿泊施設としての適切な設備とサービスが提供されるための充実を図る。

主な活動方針：

1. 持続可能に運営させる宿泊施設の基準の設定とアセスメント
2. 基準に沿ったアセスメントと支援メニューの整理
3. 持続可能な宿泊施設の登録
4. 持続可能な宿泊施設のプロモーションや 運営能力向上のための支援

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
地元住民やコミュニティにより運営させる持続可能な宿泊施設の登録数	5	10	20	30
地元宿泊施設での宿泊数／宿泊人数				

主管機関：観光省（技術局）

施策 2-4：広域の特性や周遊性を活用した広域での地域ブランドの基盤を形成する。

観光開発途上地域において小規模の観光地単独では、観光客の集客に結び付く観光プロモーションは難しい。地域に散在する多様でポテンシャルの高い観光資源と観光地を広く取り込み、広域での観光バリューチェーンを強化し、周遊できる仕組みを構築することで、他の観光地と差別化を図ることが期待できる。複数県からなる広域地域ブランドの主体として、多様な関係者からなるリージョナルグループ（GR）を形成し、既存の観光地、コミュニティデスティネーション、TCS サイト、地域産品などを結び付けた広域ブランドの基盤を構築し、広域の特徴をコンセプトとして形成しプロモーションを開始し、他のデスティネーションとの競争力を高め、新たな価値の創造を図る。

主な活動方針：

1. 広域地域ブランドの運営基盤となるリージョナルグループの形成
2. 広域地域ブランドのコンセプトの形成
3. 広域地域ブランドのコンセプトのもとでの商品や体験の関連付けとビジュアル化
4. リージョナルグループによる広域地域ブランドの内向けの意識向上活動
5. リージョナルグループによる広域地域ブランドの外向けのプロモーション活動

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
広域地域ブランド体制の形成状況	2	4	6	8
広域地域ブランドの商品やサイト数	10	20	30	40
広域地域ブランドの意識向上活動数／年	4	8	12	16
意識向上活動への参加者数／年	100	200	300	400
プロモーション活動数／年	4	8	12	16

主管機関：観光省（地域事務所、観光デスティネーション局）

施策 2-5：広域のテーマに沿った商品や周遊型商品を充実させる。

広域に点在する商品や体験を単独で商品化するのは難しい。個別の商品を地域のコンセプトや特徴的なテーマに関連させてつなげることで、地域の魅力を多様な形で商品化させていくことが望まれる。周遊型のツアーの創生により新たな体験を生み出し、広域で訪問者を呼び込める具体的な提案を行い、あらたな需要を掘り起こすことも可能である。地域の側だけでツアーを創造しただけでは利益を生み出さないため、販売先のあるツアーオペレーター（OTA オンラインツアーオペレーターも含む）などの民間との協同が重要である。また特定グループの興味やニーズ合わせた広域ツアーや周遊ルートの提案、地域のテーマに沿った商品開発なども支援していく。

主な活動方針：

1. 民間セクターと協同した広域の周遊型ツアーの開発と販売
2. 民間セクターと協同した広域の周遊型ツアーのプロモーションと販売
3. 広域の観光バリューチェーンを活かした新たな商品開発
4. 広域での周遊型商品の新規マーケットの開拓

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
開発した広域の周遊型商品数	4	5	10	20
広域周遊型商品への参加グループ数	4	10	20	50
協同したツアーオペレーター数				

主管機関：観光省（地域事務所、観光デスティネーション局）

4-3. 戦略３：ICT を活用し TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化。

現状と課題への対応

観光省の強みのひとつは国内外でのプロモーション活動である。全世界 28 カ所に観光プロモーション事務所（OPT）を設置し、積極的に海外で観光プロモーションを展開してきた。主要マーケットの観光博に大々的に参加したり、海外ツアーオペレーター向けのファムトリップを実施したり、カリブ海の南国リゾート観光を主な商品としたプロモーション活動を行ってきた。国内においても全国レベルの観光博や地域の EXPO やイベントを通して、国内マーケット向けの観光プロモーションも行われるようになってきた。近年急速に発達したインフォメーション・コミュニケーション・テクノロジー（ICT）を観光省も積極的に利用している。一方で、TCS については、リゾート観光とは異なる新たなマーケットであり、発信する側が TCS 商品への十分な理解がなく、その機会を逃している。今後観光省の既存のプロモーションチャンネルにしっかりと乗せ、国内外のマーケットに向けて発信しながら、ICT の積極的な活用により、より低コストで効果的に TCS 商品や地域ブランドのプロモーションを行い、ドミ共のオルタナティブな観光としての TCS のポジショニングを行うことが重要となっている。

戦略の方向性

ICT を活用し TCS に特化したプロモーション、海外の OPT を活用しポテンシャルのある海外マーケットに対する TCS のプロモーション、国内マーケット向けのプロモーション

戦略の成果指標

成果指標	2021	2022	2025	2030
海外からの訪問者の TCS の認知度	低	中	高	高
国内マーケットでの TCS の認知度	中	中	高	高
プロモーションの結果として訪れた訪問者数／年増加割合	5%	10%	10%	15%
TCS をプロモーションしている海外 OPT 数	0	5	7	12
TCS を取り扱うツアーオペレーター数	2	5	7	15
SNS アカウント数（UP&GT）	27	40	70	130

戦略 3 の施策

戦略 3「TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化」
施策 3-1：ICT を活用し TCS に特化したプロモーションを行う。
施策 3-2：在外 OPT による海外マーケット向けプロモーションを強化する。
施策 3-3：国内マーケット向けのプロモーションを充実させる。
施策 3-4：UNWTO や国際 NGO などを通してドミ共 TCS の認知を広げる。

施策 3-5： ナショナルブランドとの関連性を高めたプロモーションを行う。

施策 3-1：ICT を活用し TCS に特化したプロモーションを行う。

観光プロモーションは、ビーチやリゾート観光のプロモーションが主流であり、TCS のプロモーションはこれまで行われていなかった。近年、国内の多様な観光地がプロモーションされるようになり、今後は TCS も既存の観光プロモーションに組み込まれていくことが望まれる。一方、TCS のマーケットはビーチリゾート観光のマーケットとは異なることから、TCS に特化したマーケット調査を行い、ターゲットを特定したうえで、対象とするマーケットに働きかけるプロモーションを行う能力強化が必要である。近年普及が進む ICT を活用し効果的で効率的なプロモーションを実現し、TCS をポジショニングしていく。

主な活動方針

1. SNS を活用したプロモーションの強化
2. インフルエンサーを活用したプロモーションの強化
3. トリップアドバイザーや Google マップなど観光デジタルプラットフォームへの掲載の強化
4. OTA を活用した販売の検討と実施
5. TCS に特化した HP の開設と普及

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
UP や GT の SNS へのアクセス数（月平均）	1.000	2.000	5.000	10.000
TCS 振興を発信するインフルエンサー数	5	10	20	30
トリップアドバイザーへの掲載数	47	100	200	500
Google マップへの掲載サイト数	56	150	300	600
OTA での販売数	0	5	10	30

主管機関：観光省（デジタルマーケティング局）と商工中小企業省（零細中小企業局）

施策 3-2：在外 OPT による海外マーケット向けプロモーションを強化する。

観光省は海外 19 カ所の観光プロモーション事務所（OPT）を設置し、その国、地域のマーケットに直接働きかけができる体制がある。海外 OPT では、その地域で開催される観光博への出展やツアーオペレーターの誘致、観光情報の発信を行っている。OPT がない国では外務省との協力協定により大使館を活用しているところもある。現在はビーチ観光のプロモーションが主流であるが、TCS や地域観光の魅力を発信し、ドミ共の多様な魅力の発信と TCS のマーケットの開拓を進めることで、ビーチ観光との相乗効果を生み、他の同様の観光地と差別化し、新たな価値創造も可能である。

主な活動方針：

1. TCS プロモーションマテリアル（複数言語）の作成と海外 OPT への配布
2. 海外 OPT による TCS を含めたファムトリップの実施
3. 海外 OPT による観光博でのプロモーション活動

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
海外マーケット向けに作成した TCS マテリアルの数	1	3	5	5
在外 OPT での TCS 推進活動数	0	5	10	20
TCS をプロモーションした観光博の数	0	1	3	5

主管機関：観光省（国際プロモーション局、広報局）

施策 3-3：国内マーケット向けのプロモーションを充実させる。

近年都市在住者が週末や長期休暇を使った国内旅行や、海外に住むドミニカ人が帰国した際に家族で旅行を行う機会が増えてきた。特にコロナ禍を経て、これまで注目を浴びていなかった国内で、地方へ行きたいとする需要も増加傾向にある。このような状況をふまえて、国内マーケット向けに TCS を広く紹介し、休暇や家族旅行、修学旅行先として TCS サイトを訪問先として選んでもらえるよう、商品化やプロモーション活動を進めることが重要となる。国内で開催される観光博への参加や TCS の知名度を高める広報活動などを進める。

主な活動方針：

1. 国内観光博などの参加によるプロモーション活動
2. 特定マーケット向けの商品や地域の紹介セッションの実施
3. TTOO や観光メディア向けのファムトリップの実施
4. メディアを通した TCS 普及活動
5. 国内マーケットで特定したポテンシャルのあるセグメント向けの商談会などの開催

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030
参加した国内観光博数				
国内観光博でのコンタクト数				
TCS を紹介するセッション数	3	5	5	5
実施したファムトリップ実施数	3	5	5	5
TCS に関するメディアへの露出度				

主管機関：観光省（国内プロモーション局）と全国観光メディア協会

施策 3-4：UNWTO や国際 NGO などを通して TCS の認知度を向上させる。

世界的に持続可能な観光やコミュニティツーリズムなどのオルタナティブな観光への関心が高まり、国際機関や国際 NGO が多様な支援を展開している。プロジェクトによる大規模な支援でなくても、個別の観光ビジネスや DMO などへの支援プログラムや成功事例の紹介などもあり、個別の TCS の事例をこれらの国際的なプラットフォームで紹介することでドミ共の TCS の認知度を向上させることが可能である。一方個々での情報収集や申請は限界があることから、定期的に情報を収集・整理し、戦略的に働きかけを行うことが有効である。

主な活動方針：

1. UNWTO や国際 NGO などが提供する支援や広報の情報を定期的に収集・整理
2. 支援情報を関係アクターと共有し戦略的に申請や働きかけ
3. 支援の承認後の関係アクターへのフォローアップ
4. 支援の発表後、国内での広報を行い TCS の認知度向上

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
収集した支援情報数（年）	5	10	15	20
実施した支援申請／応募数（年）	2	4	6	10
承認された数（年）	1	2	3	5
国内で関連した広報数（年）	1	2	3	5

主管機関：観光省（デスティネーション局）

施策 3-5：ナショナルブランドなどとの関連性を高めたプロモーションを行う

ドミ共のナショナルブランド（Marca Pais）の発表が 2020 年に行われ、観光、投資、貿易、文化、市民の 5 つの優先分野としたポジティブなイメージを内外に発信し、国の産業の競争力を高めていくことを示した。新たな観光である TCS や地域ごとの特定を強調した地域ブランドについても、ナショナルブランドとの関連性を高め、イメージの向上に貢献するとともに、多様で魅力のある地域の特徴ある商品の発信につなげることができる。

主な活動方針：

1. ナショナルブランドと TCS で進める地域での地域ブランドの関係性向上を検討
2. ナショナルブランドの基準を取り入れた地域ブランドや TCS 商品の見直し
3. ナショナルブラントのプロモーションと統一のとれたプロモーション活動を国内、地域で実施
4. ナショナルブランドに内包された地域ブランドや TCS を国外にプロモーション

活動指標：

活動指標	2020	2021	2025	2030

ナショナルブランドに含まれた TCS 商品数	5	10	15	20
ナショナルブランドに関連付けられた地域ブランド数	2	4	6	10
ナショナルブランドと関連した国内でのプロモーション活動数	1	2	3	5
ナショナルブランドと関連した海外でのプロモーション活動数	1	2	3	5

主管機関：観光省（国内プロモーション局）

4-4. 戦略 4 ：多様なレベルでの TCS 人材育成の機能強化

現状と課題への対応

TCS の個別商品や地域観光を推進するにあたり、現場で活躍する適切な人材は欠かせない。観光ビジネスを運営するにあたっては、TCS 商品の開発や販売に加え、ガイドサービスの提供、品質管理、経理などの業務を遂行できる能力が必要である。またコミュニティデスティネーションで観光地域運営を担う際には、地域の課題を特定し、関係アクターとの調整やコミュニケーションにより課題解決に向けたビジョンを示し、PDCA サイクルによる実際の活動と組織の運営をこなせる人材が必要となる。観光開発に関わる人材がこれらの個別の技能を必要に応じて習得できるような環境が必要となる。特に、観光ビジネスにおいても、観光地域運営においても、運営のノウハウに加え、関係者をまとめ人間関係を構築することができるリーダー的な存在が重要となる。地域の特性を把握し、関係者と協力しながら、妥当なツールとリソースを使い、適切な活動を実現していく人材である。

このように TCS 推進では、多様なレベルで観光地域づくりを進めるための人材が必要であり、その適切な人材が育成されることで、TCS 推進体制が初めて機能するようになる。現在多くの人材育成研修はあるが、TCS 推進の各レベルで必要とされる人材を適時継続して育成することが必要であり、現場で活躍できる人材の発掘からその人材の能力強化が継続して行われるような包括的な仕組みが求められる。人材輩出のベースとなるのは、地域住民に対する観光活動と地域資源の活用への理解を促進する啓発活動である。さらに、TCS の核となる観光ビジネスの実務人材やガイドなど特定エリアの専門職だけでなく、観光地域づくりにおけるリーダーや地域での活動を支える中核人材を育成することを中心に、関連する人材育成サービスへの対応が適切に継続してなされるための体制構築を目指す。

戦略の方向性

TCS 観光ビジネスの実務人材の育成、観光地域づくりのリーダー育成、TCS の啓発活動の強化、TCS 人材育成研修を継続して実施できる体制の構築

戦略の成果指標

育成した TCS 観光ビジネス実務人材数、TCS 観光ビジネスを実践している人数、育成

した観光地域づくりのリーダー数、実際に観光地域づくりのリーダーとして活躍している人数、TCS 啓発活動の参加者数

成果指標	2021	2022	2025	2030
育成した TCS 観光ビジネス実務人材数／年	100	100	200	400
TCS 観光ビジネスの実践者の人数／全体	30	30	200	400
育成した観光地域づくりのリーダー数／年	20	30	60	100
実際の観光地域づくりリーダー人材数／全体	10	20	40	80
TCS の啓発活動の実施数（参加者数）／年	20	20	60	80

戦略 4 の施策

戦略 4　多様なレベルでの TCS 人材育成の機能強化
施策 4-1　観光ビジネスを現場で担う実務人材を育成する。
施策 4-2　地域観光づくりで活躍するリーダーやコーディネーターを育成する。
施策 4-3　観光体験の付加価値を高めるローカルガイドを育成する。
施策 4-4　コミュニティでの TCS 啓発を推進する。
施策 4-5　TCS 人材育成研修をプログラム化し横展開を図る。

施策 4-1：観光ビジネスを現場で担う実務人材を育成する。

現場の実務レベルで、TCS の商品やサービスを提供する人材の育成が急務である。それぞれの地域で異なる地域資源の活用した観光商品の創造や運営、付加価値を付けるガイド業務、接客業務、簡易会計、プロモーション活動など様々な役割を果たす人材が整って、初めて観光客に満足を与える観光商品・サービスが提供できる。このような TCS での観光ビジネスを行う際に必要な知識と技能を身に着けるための環境が整っている必要がある（戦略 1 と関連）。

主な活動方針：

1. TCS 商品・サービスの質向上のための人材育成
2. 観光ビジネスの運営能力向上のための人材育成
3. マーケティング能力向上のための人材育成
4. その他現場のニーズに応える人材育成

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
観光ビジネス分野で育成された実務人材／年	100	100	200	400
観光ビジネス分野で提供された研修数／年	10	10	20	40

育成されたローカルガイド数／年	40	40	80	160

主管機関：職業訓練庁（地域事務所）を中心に、環境省（エコツーリズム局）などの関連機関

施策 4-2：地域観光づくりで活躍するリーダーやコーディネーターを育成する。

地域が主体となり観光地域づくりを進めていくには、地域アクター間の調整を行い、リーダーシップを発揮し、地域の意見のまとめ役となる人材が欠かせない（戦略 2 と関連）。観光地域運営体制が地域のイニシアチブで進むかどうかは、地域のリーダーやコーディネーターなどの中核人材の育成にかかっている。対象地域の発展にコミットしている組織や地方自治体・地方出先機関で、そのような中核人材がいてリーダーシップが発揮できれば、観光地域づくりを継続して進めていくことが期待できる。これらをふまえ、地域で活躍するリーダーやコーディネーターの育成を積極的に支援する。

主な活動方針：

1. 観光地域運営体制の担い手となるリーダー育成
2. 地方自治体・地方出先機関の観光開発担当人材の能力強化
3. 中核人材の能力向上を狙った人材育成研修の充実
4. リーダーやコーディネーターのネットワークの形成

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
観光地域運営体制のリーダー研修で育成された人数／年	20	30	60	100
地方自治体の地域観光に関わり育成された人数／年	10	10	20	40
中核人材育成で実施された研修数／年	3	4	8	14
形成されたリーダーやコーディネーターのネットワークへの参加人数	10	20	40	80

主管機関：職業訓練庁（地域事務所）と地域の大学などの協力機関。

施策 4-3：観光体験の付加価値を高めるローカルガイドを育成する。

観光客が訪れる観光サイトにおいて、観光資源や地元の歴史、生活様式など地域資源の価値を適切に伝えたり、観光体験を安全に楽しく提供したりする地元のローカルガイドは、コミュニティツーリズムにおいても重要な役割を果たす。ときにはコミュニティと観光客の間に入り、双方をつなぐ役割も果たす。現在の観光ガイドの制度では、分類、登録システム、育成制度などは統一的な一貫した制度にはなっておらず、ガイドになりたいコミュニティの人材にとっても、ローカルガイドを使いたい観光客にとっても満足な体制は整っ

ていない。

主な活動方針：

1. 既存の体制をふまえ、現状にあったローカルガイド制度を提案
2. 観光省による登録制度を整備（ローカルガイドの類型を整理）
3. ローカルガイドの類型に沿ったローカルガイド育成研修を整理・整備
4. ローカルガイドの育成研修を実施しモニタリング
5. ローカルガイド育成のための講師・ファシリテーターを育成

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
提案されたローカルガイド制度	仮	本	運用	運用
整備されたローカルガイド育成研修数／年	1	2		
実施されたローカルガイド育成研修数／年	4	8	24	40
登録されたローカルガイド数／年	40	80	240	400
育成された講師数／年	4	4	12	20

主管機関：観光省を主管とし、環境省、職業訓練庁

施策 4-4：コミュニティでの TCS 啓発を推進する。

コミュニティで観光活動を行い、観光客の受け入れを住民の生活とバランスを取り定着させていくには、地域住民の観光への理解は欠かせない。地域住民が快く訪問者を受け入れることができる環境があれば、観光客の満足度も上がり、また地域住民が観光を理解し活用し参加することができれば、より地元の資源を有効に活用し、観光からの利益を広げることにもつながる。地域のポテンシャルに目を向け、あらためて地域の価値を再確認し、今後様々な場面で観光を活用していくための観光文化を広めるとともに過度な期待を生まないような TCS についての啓発を促進する。

主な活動方針：

1. TCS や地域観光の啓発を行うマテリアルの作成・改善
2. 他地域での事例などを活用し観光文化を広めるためのセミナーや講義の開催
3. TCS 啓発の活動が実施できる人材の育成
4. 広く TCS を啓発するキャンペーンやイベントの開催

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
TCS 啓発活動に参加した人数／年	100	200	1000	2000
実施した TCS 啓発活動の数／年	5	10	50	100
TCS 啓発活動のマテリアル作成度	80%	100%	100%	100%

参加した人の TCS 理解度	70%以上	70%以上	70%以上	70%以上

主管機関：職業訓練庁（地域事務所）がモニタリングをし、地域の関係組織が実施。

施策 4-5：TCS 人材育成研修をプログラム化し横展開を図る。

TCS 推進では、コミュニティレベルでの観光ビジネス人材から、観光地域運営に必要な中核人材、そこに関わる地方自治体や公共セクターの実務人材、中央から地域のイニシアチブを支援する省庁職員など多様な人材が関わっている。これらの人材のキャリアパスを示しながら、適切な人材の育成が実現できるよう研修のプログラム化を総合的に進めることが望ましい。地域の実情やニーズに対応できるよう全体をプログラムとして整理し、横展開が可能なような人材育成の体制を整える。

主な活動方針：

1. 統合的な TCS 人材育成プログラムの構築
2. TCS 推進のための人材バンクの構築
3. TCS 推進のための講師の育成
4. 人材間の交流の促進

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
プログラムの充実度	60	80	100	100
TCS 人材バンク登録数	10	40	100	400
人材交流活動の回数／年	2	2	6	8

主管機関： 職業訓練庁（地方事務所と中央の戦略局）

4-5. 戦略５：TSC 支援制度化に向けた支援環境の整備とガバナンスの強化

現状と課題への対応

これまで観光資源とはとらえられていなかった多種多様な地域資源の活用や地域アクターによる観光地域づくりでは、多くの地元住民の参加や地域アクターの主体性を引き出し、観光活動が地域の開発にも結び付くような働きかけが求められ、既存の観光開発の枠組みを超えた支援の枠組みとそれを継続的に実行できるガバナンスの強化が必要である。地域の自主性を支えながら、地域だけでは対処できない課題に対する適切なサポートや地域資源の活用、観光商品の創造や運営などでのノウハウの共有、観光ビジネスを始めたい地元アクターへの財政的支援やインセンティブの提供など、TCS に積極的な地域をサポートする制度を整備することが大事である。

またハードの面でも、アクセス性の向上や地域のシンボリックな観光インフラにより、

効果的に地元に人を呼び込む環境を整備することが必要であり、関係する組織の理解と協力が欠かせない。TCS が地域での積極的に展開されるためのソフトとハードの環境づくりでは、観光省だけでなく、関連する省庁や民間のイニシアチブも活用しながら、効果的効率的にリソースを活用できるように調整と協力が継続して行えるようなプラットフォームが必要となる。

地方のニーズの把握から地方と中央のコミュニケーション、リソースを持つ関係組織間の調整などを行って TCS に関連する多様なテーマを扱い、広範囲に対応するためのガバナンスの能力を高めたい。TCS 推進戦略を全土へ拡大するためにも、一過性のアクションではなく、その開発プロセスや手法の精度を上げ、モデル化により広く普及できる制度やツールが必要である。そのためにも、その体制の調整を行う TCS 専門部署や地方事務所の設置を行う。グッドプラクティスの抽出や海外の認証制度の奨励などで、より具体的な事例を示すとともに、TCS の登録制度やモニタリング体制の整備や、TCS 推進の END や SDGs への貢献のビジュアル化も重要である。

戦略の方向性

観光省内の調整体制の整備、官民学の連携による統合的な普及プラットフォームの形成、ハードとソフトのアクセス性を高めるインフラの整備、TCS の登録制度、TCS への財政支援や税制優遇などを可能とする制度の検討

戦略の成果指標

観光省内の調整体制の整備状況、官民学による TCS 推進調整のためのプラットフォームの形成状況、表彰されたグッドプラクティス数、TCS 登録制度の整備状況、インフラの整備状況（提案と実施のプロジェクト数）、TCS 推進の法整備状況、SDGs への貢献度

成果指標	2021	2022	2025	2030
観光省内の調整体制の整備状況	80%	100%	100%	100%
官民学による TCS 推進調整のためのプラットフォームの形成状況	60%	80%	100%	100%
表彰されたグッドプラクティス数	8	10	12	15
TCS 登録制度の整備状況	80%	100%	100%	100%
インフラの整備状況（提案と実施のプロジェクト数）				
TCS 推進の法整備状況	50%	70%	90%	100%
SDGs への貢献度				

戦略 5 の施策

戦略５：TSC 支援制度化に向けた支援環境の整備とガバナンスの強化
施策 5-1 観光省内の TCS 推進体制を整備・強化する。
施策 5-2 官民学連携で TCS を統合的に普及するプラットフォームを整備・強化する
施策 5-3 TCS のグットプラクティスを抽出し、表彰・奨励する。

施策 5-4 特徴の異なるリージョンごとに戦略と実施計画を策定し、実施する。
施策 5-5 TCS 登録制度を整備する。
施策 5-6 TCS へのアクセス性を高めるハードとソフトのインフラ整備を行う
施策 5-7 TCS への財政支援、税制措置、民間ファンドの活用を促進する。

施策 5-1: 観光省内の TCS 推進体制を整備・強化する。

TCS 推進の旗振り役となる観光省には、関係する技術局、プロモーション局、広報局、観光デスティネーション運営局、国際協力局など部局が多数あり、TCS の推進もこれら局と適切に調整しながら進める必要がある。また全国の主要な観光地や都市にある地域事務所や海外事務所も適時連携する必要がある。TCS に関わる複数の局を取りまとめ、観光省の TCS に関する現場の活動の実施支援や全体のモニタリングを専門に行う部署を設置し、調整能力を高めていくことが求められる。

主な活動方針：

1. 推進を専門とする TCS プロジェクト運営課（中央）の設置と機能強化
2. 関係局との協力・調整体制の構築と強化（定期的な協議や情報共有など）
3. 支援の手順、手法、ツールの実用化
4. 定期的なモニタリングの実施と取りまとめ

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
観光省内の TCS 推進体制の構築状況（中央、地方の対象地域にて）	80%	100%	100%	100%
モニタリングの実施状況	70%以上	80%以上	80%以上	80%以上

主管機関：観光省（DPP 内）

施策 5-2：官民学連携で TCS を統合的に普及するプラットフォームを整備・強化する。

TCS を国の政策として推進し、多様な組織の支援プログラムやリソースが活用されるように組織間の調整が必要である。関係する機関が提供するプログラムは、組み合わせればTCS ビジネスや観光地域ブランド化への支援がより効果的、効率的に実施することが可能であり、相乗効果も期待できる。そのためには、関係機関間で TCS についての認識を深め、共通のビジョンのもと、協力や連携が進められる調整メカニズムが必要である。TCS 推進の基本計画のもとで、活動計画の策定・実施・モニタリングを行い、そのための支援ツールが整備されていることが望ましい。

主な活動方針：

1. 中央の調整メカニズムとなる中央調整テーブルの設置と機能強化
2. TCS 支援を体系化した支援カタログやマニュアルの作成と利用

3. 関係組織の支援プログラムやリソースに基づく年間活動計画の策定
4. 年間活動計画の実施とモニタリング

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
設置された中央調整テーブルの開催状況	60%	80%	100%	100%
支援カタログ等の作成・利用状況	中	高	高	高
策定された活動計画の実施状況	60%	70%	80%	90%

主管機関：観光省（DPP）を中心に関係する省庁。

施策 5-3：TCS のグッドプラクティスを抽出し、表彰・奨励する。

現場の TCS では、多様なレベルで継続的な努力が行われており、その取り組みから多くの学びがある。他地域のアクターが応用できるような事例や、持続可能な開発に顕著に資するような事例を抽出し、経験の蓄積を行うことで TCS 推進をより効果的、効率的に後押しすることができる。このような事例をグッドプラクティスとして広く公表し、アクターのモティベーションにもつなげることが可能である。このような奨励を定期的に行うことで、TCS 推進の意識を内外で高め、継続した取り組みにつなげることが可能であろう。

主な活動方針

1. グッドプラクティス表彰のプロセス（選定基準や選定手順など）を設定
2. グッドプラクティスの事例をドキュメントに整理
3. グッドプラクティスの選定と表彰（年 1 回程度）
4. グッドプラクティスの普及

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
整備されたグッドプラクティスの表彰制度	実施	実施	実施	実施
抽出・表彰されたグッドプラクティス数	8	10	12	15
グッドプラクティス普及のために作成されたマテリアル	あり	あり	あり	あり

主管機関：観光省（DPP）を中心に関係する省庁

施策 5-4：特徴の異なるリージョンごとに戦略と実施計画を策定し実施する。

TCS 推進戦略の実現には、リージョンごとに異なる特徴や多様な地域資源を十分に活用し、地域アクターが主体となり開発・推進することが求められる。観光開発レベルや地域産業、マーケットへのアクセスなどを考慮し、リージョンのビジョンに向かい、リージョンの強みや機会を活かしたアクションやプロジェクトを計画し、実行能力のある地域の組

織や個人のグループにより実施してくことが望まれる。

主な活動方針：
1. リージョンの実行能力のある地域アクターによる実施体制の形成
2. リージョンの現状分析の実施と地域アクターでの共有
3. 地域アクターが主体となり地域のユニーク性を活かしたビジョンの形成
4. ビジョンを実現するためのリージョンレベルの実施計画の策定
5. リージョン実施計画の実施とモニタリング
6. リージョン実施計画の修正と PDCA サイクルの実行

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
リージョン実施計画の策定状況	2	4	6	8
リージョン実施計画の実行状況	70%以上	70%以上	70%以上	70%以上

主管機関：観光省（DPP）

施策 5-5：TCS 登録制度を整備する。

TCS の事業者が商品やサービスの多様性を保ちながら、その質の向上を継続的に促し、観光活動としての主流化を推進するため TCS 登録メカニズムの構築を図りたい。TCS での多様なアクターによる多様な取り組みを支援していることを考慮したカテゴリーや基準の設定が必要となる。試験的な取り組みからより有効で継続できる登録制度を検討するが、世界的に展開されている認証基準（GSTC など）を参考に、将来はマーケットに発信できるような世界基準の認証に昇格させていくことが望ましい。

主な活動方針
1. 内外の登録制度に関する調査の実施
2. TCS 推進のための登録基準や登録制度の設計
3. TCS 登録制度のパイロット実施
4. 登録基準と登録制度の導入
5. 登録制度をもとに世界基準の TCS 認証の導入検討

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
登録制度の準備状況	80%	100%	100%	100%
TCS 登録数	20	30	50	100
世界基準の TCS 認証制度の導入状況	20%	60%	80%	100%

主管機関：観光省（DPP）

施策 5-6：アクセスを高めるハードとソフトのインフラ整備を行う。

地域に散在する TCS サイトへのアクセスの改善や、観光客の利便性を高める施設の整備が必要である。施設の道路や交通機関などによる観光客の物理的なアクセスの改善に加え、観光情報の発信とそのための Wifi の整備や、さらにはコミュニティの開発資金へのアクセスといった制度面での環境の整備も重要である。これらのハードとソフトのインフラ整備により、地域の観光振興にこれまで参加できなかった地元住民も、観光開発の主体となることを可能とする環境を整えていく。

主な活動方針：
1. 地域における戦略的観光拠点施設の整備
2. 地域へのアクセスを改善する道路インフラの整備
3. 地域の観光情報を発信する情報インフラの整備

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
戦略拠点施設の整備状況	0%	30%	70%	100%
道路インフラの整備状況	0%	30%	60%	100%
情報インフラの整備状況	50%	60%	70%	100%

主管機関：観光省（DPP）

施策 5-7：TCS への財政支援、税制措置、民間ファンドの活用を促進する。

TCS の取り組みを促進させるインセンティブや優遇措置が、外資や民間によるリゾート観光開発と同様に整備される必要があり、より不利な状況に置かれてるコミュニティの状況をふまえた支援環境を整えなければならない。このような状況をふまえ、TCS に取り組むコミュニティグループや観光生産ユニットに対して、財政の支援や税制の優遇措置、民間ファンドの活用などを促進させることで、より広く TCS の普及を促すことが可能となる

主な活動方針：
1. 政府組織による TCS への財政支援や税制措置の検討とパイロット実施。
2. 民間ファンドの活用による TCS 支援の実現
3. 民間ファンドの活用による TCS 支援の拡大

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
財政支援や税制措置の実施状況	0%	30%	80%	100%
民間ファンドの活用状況	0%	30%	80%	100%

主管機関：観光省（DPP）

4-6. 戦略６：安心・安全な環境整備と観光レジリエンスの向上

現状と課題への対応

2020 年 3 月以降本格化した新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大は、1 年以上にわたる移動や経済活動の制限を課し、社会全体に甚大な影響を与え続けている。特に人の移動を前提とする観光産業への影響は計り知れないものとなっており、ワクチンの普及などによって状況は改善されていくことはあるが、通常化するまでには時間を要し、生活様式や観光の在り方も見直されている。このような状況をふまえ、TCS の推進においても、観光客とホストとなるコミュニティの両者が、安心で安全な観光活動ができる環境を整える必要がある。またコロナ禍により観光の脆弱性がより明確に指摘されているが、地震やハリケーンなど多様な危機に対する備えを行い、有事の際は適切な対応ができるよう危機管理能力を高め、TCS のアクターのレジリエンスを高めることが、持続可能な観光を推進するためには必須事項となっている。

戦略の方向性

訪れる側と受け入れる側の両者が安心で安全な観光活動を行えるような環境を整備、TCS のアクターの観光管理能力の向上、観光レジリエンスの向上での TCS 推進により、３S（安心、安全、持続可能性）のある観光の推進

戦略の成果指標

感染症拡大防止策を取り入れた環境が整備されたコミュニティビジネスやテリトリアルグループの数、適切な観光危機管理能力を備えた人数、３S の普及活動の数

成果指標	2021	2022	2025	2030
感染症拡大防止策を取り入れた TCS 数	20	30	50	100
適切な観光危機管理能力を備えた人数	20	30	50	100
３S（安心、安全、持続可能性）の普及活動の数	20	30	50	100

戦略 6 の施策

戦略６　安心・安全な環境整備と観光レジリエンスの向上
施策 6-1　感染症拡大防止策を含む「新たな日常」を取り入れた受け入れ環境を整備する。
施策 6-2　観光危機管理能力の向上を図る。
施策 6-3　３S（安心、安全、持続可能性）な TCS の普及により観光と社会の３S に貢献する。

施策 6-1：感染症拡大防止策を含む「新たな日常」を取り入れた受け入れ環境を整備する。

1 年以上にわたるコロナ禍の拡大により、観光活動は感染症対策を日常に取り入れた対策を講じることが、受け入れる側も訪問する側も求められている。感染症拡大防止プロトコールを導入すると同時に、感染状況やワクチンの接種状況に合わせた対応策を取り入れる必要がある。TCS よる観光客と地域住民の交流や相互理解から生まれる本来の価値を失うことなく、観光活動が行えるよう受け入れ体制を構築し、新たに日常に適した環境を整えることが重要である。TCS で観光客を受け入れる観光ビジネスや観光地域運営体制で感染症拡大防止策を含む「新たな日常」を取り入れた受け入れ環境の整備を支援する。

主な活動方針：
1．TCS の状況をふまえた感染症拡大防止プロトコールの策定
2．感染症拡大防止プロトコールの現場への導入
3．感染症拡大防止プロトコール導入・運用のモニタリングの実施
4．モニタリング結果をふまえた感染症拡大防止プロトコールの修正

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
感染症拡大防止プロトコールの策定状況	80%	100%		
プロトコールの導入を確認した TCS 数	20	30		
プロトコール導入のモニタリング実施数	20	30		

主管機関：観光省（DPP）

施策 6-2：観光危機管理能力の向上を図る。

コロナ禍の拡大だけでなく、観光地においては多様な危機に対して瞬時に対応できる体制を整えておく必要がある。毎年のように起こるハリケーンや大雨による水害、隣国ハイチでは近年大きな被害が出ている地震、2019 年に起こった悲惨な個別の重大事件からの風評被害などがある。特に TCS を実施するコミュニティでは、通常から災害や危機への対応能力が低くリソースも不足していることから、観光客を受け入れていくにあたっては、受け入れる側の責任として観光危機での対応能力の向上を図り、危機に対応できる体制を整えておく必要がある。観光危機管理の先進国日本で取り入れられている４R のコンセプトを活用することが望まれる。４R とは Reduction（減災）、Readiness（危機への備え）、Response（危機への対応）、Recovery（危機からの復興）であり、このコンセプトをふまえ、ドミ共の TCS の現状に則した観光危機管理体制を提案し導入を促進する。

主な活動方針
1．TCS 向けの観光危機管理ガイドラインの作成

2．観光危機管理のガイドライン普及のための研修プログラムの立案
3．観光危機管理研修のパイロット実施
4．観光危機管理研修の実施の拡大
5．観光危機管理ガイドラインの TCS への導入推進
6．観光危機管理ガイドライン導入のモニタリング

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
TCS 向け観光危機管理ガイドラインと研修プログラムの立案状況	70%	100%		
観光危機管理研修の受講者数	10	40	80	160
観光危機管理ガイドラインを導入した TCS 数	5	20	50	100

主管機関：観光省（DPP）と職業訓練庁

施策 6-3： 3S（安心、安全、持続可能性）な TCS の普及により観光と社会の 3S に貢献する。

コロナ禍の状況もあり、観光を今後推進していくにあたっては、これまで以上に観光を受け入れる側が、観光客が安心して安全な環境で観光活動ができるような環境を整えていくことが求められるとともに、観光活動自体が社会の持続可能性に貢献していくこと求められている。TCS を行うコミュニティにおいては、観光の関係者だけでなく、コミュニティ全体でそのための意識を向上させていく必要がある。一方で、そもそも多くのコミュニティの住民自身が安心で安全な生活環境が整っていないところもあることから、TCS による観光活動をコミュニティに導入することをインセンティブとして関係者間で協力し、訪問者も住民も安心、安全で持続可能な社会に向けた取り組みを進めていくことが望まれる。

主な活動方針：
1，安心、安全、持続可能性を 3S とした TCS のコンセプトの設定
2，3S のコンセプトの普及のためのマテリアルの作成
3，3S 普及のための活動計画の立案
4，コミュニティにおける 3S の普及活動の実施
5，3S 普及活動のモニタリングと評価

活動指標：

活動指標	2021	2022	2025	2030
3S 普及活動を準備しているコミュニティ数	30	50	60	120
3S 普及活動を実施したコミュニティ数	20	30	50	100

主管機関：観光省

第 5 章 TCS 推進のメカニズム

5-1. TCS 推進体制の全体像

TCS 戦略を推進するための実施体制では、これまでの観光開発とは異なり地域組織や地元住民が主役として、新たな観光を創造し成長させることができる環境を作り出すことが重要であり、コミュニティから地域、中央と異なるレベルで同時並行して取り組みを進めていくことが必要である。コミュニティの観光商品レベル、ムニシピオやリージョンの観光地域運営レベル、中央の政策レベルのそれぞれで取り組みを進めることで、各レベルでの弱点を補い TCS ビジョンを実現する戦略の実施体制を構築する。一方でこれらは全く新たな体制としてではなく、既存の組織の連携や協力で実現させていくのが現実的である。必要な機能や役割が果たされるのであれば、実施体制の形成は柔軟に対応にしていく。

以下に、TCS 推進で重要な役割を果たす基本的な体制とそれぞれの機能や役割について示す。コミュニティの観光商品レベルの体制として観光ビジネスの主体となる観光生産者ユニット（UP）、ムニシピオの観光地域運営レベルの体制としてテリトリアルグループ（GT）、リージョンレベルの観光地域運営レベルの体制としてリージョナルグループ（GR）、そして中央の政策レベルの体制として観光省内の体制や組織間連絡会である。これらは TCS 推進のための基本的な枠組みであるが、特に UP、GT、GR は地域の状況を反映させて現実的で機能的な体制となるよう工夫した体制の構築が望まれる。

コミュニティレベルでは、コミュニティの地元住民が地域資源を活用した商品を創造し運営する、TCS ビジネスの主体となる観光生産者ユニット（UP）が多く生まれやすい環境が整えらえていることが理想でる。この UP と地方自治体や官民の関係者が集まり、その地域の価値を観光により高めていこうとするのがテリトリアルグループ（GT）である。

コミュニティレベルの UP や市や県レベルの GT が連携した地域（リージョン）を広域デスティネーションとして形成し、他の観光地と差別化を図っていくのがリージョングループ（GR）である。地域内での取り組みから開始し、広域デスティネーションとして内部の意識を高め、外部への発信を行う主体となることが期待される。開始時はそのような主体がないため、観光省地域事務所が調整役となり、形成を促していくことになる。

コミュニティや地域の体制を支援する中央の体制では、観光省内の TCS プロジェクト運営課（仮）[4]が中心となり、観光省の関係局（プロジェクト計画局、観光デスティネーション局、技術局、観光振興局など）との協調体制を形成し、外部とは関係省庁との連携を中央調整連絡会として強化していくことが期待されている。

[4] TCS プロジェクト運営課は、2022 年 2 月時点では観光省の組織図には入っていないが、プロジェクト計画局と観光デスティネーション局の間で調整が行われており、どちらかの局の下に正式に設置されることになっている。

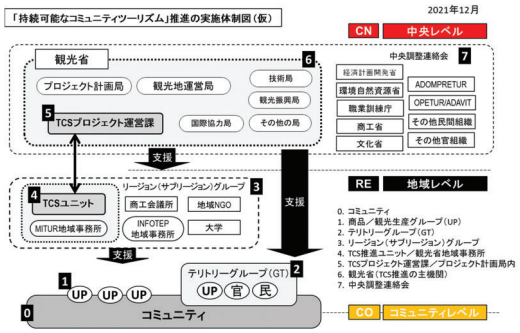


図 5-1：TCS 推進の実施体制図

5-2. TCS 推進体制の構成

以下に、TCS 推進体制を構成する 4 つの組織・グループである、観光生産者ユニット（UP）、テリトリアルグループ（GT）、リージョナルグループ（GR）、中央調整連絡会について想定される機能などを示す。

1） 観光生産者ユニット：コミュニティの観光商品レベルの体制

TCS 推進でコアとなるのは、戦略 1 であげたようにコミュニティにある地域資源を活用して地元住民が主体となり観光ビジネスとして多様な観光商品を創造し、継続して運営できるようにすることである。地元住民や地元組織で形成される観光ビジネス主体の UP により、体験、サービス、民芸品、地元産品などの観光商品が提供されるが、その際に地元に散在する多様な地域資源を利用して、その地域の特徴やユニーク性を観光商品に織り込んで多様化を図り、商品に磨きをかけ質の向上を図ることが期待されている。そのためには適切なターゲットに対して販売活動を行い、マーケティングサイクルにより利益を生む観光ビジネスを運営する UP の形成を支援していくことが必要である。UP も多様な商品同様、多様な形態が考えられるが、基本的にはビジネスの主体としてコミュニティのメンバーにより形成されたものである。具体的にはガイドグループや民芸品生産者組合など観光商品を主に提供するグループや、地元産品を活用した観光商品を副次的に提供するグループなどである。

2） テリトリアルグループ：県や市の観光地域運営レベルの体制

観光地域運営レベルでの GT によるアプローチは、地域の官民のアクターが自分たちの

地域をひとつの観光地域として認識し、外部に発信して地域全体で観光客を受け入れ、観光により地域の価値を高めていくための地域側の体制づくりである。このアプローチは、TCS ビジネスの主体となる UP だけでは訪問客を呼び込むことが難しいところが多いことから、周囲のアクターと共に観光地域を形成していこうという試みであり、将来的にはデスティネーションマネジメント組織（DMO）の基盤となることを期待している。対象地域の多様な地域資源や特徴を内外に発信し、地域ブランディングにより観光地域としてアイデンティティを高めて差別化を行い、地域の観光バリューチェーンのアクターを巻き込み、観光活動からの利益を地域に拡大させる基盤をつくることである。ただ多くの地域では、地域観光の推進で役割が期待される地方自治体をはじめとするアクターがそもそも脆弱であり、現時点で DMO を想定した体制づくりは現実的でないことから、観光地域運営としては 2 つの体制への働きかけを想定している。コミュニティ、ムニシピオ、県程度の範囲での観光地域ブランディングの主体となる GT と、複数県や広域の地域をデスティネーションとして観光地域ブランディングする主体となる GR である。

ムニシピオレベルで観光地域ブランディングの主体となる GT は、それぞれの地元の特徴を最大限に活かし他地域との差別化を狙い、テーマ性のあるルートやコミュニティデスティネーションを振興する主体となることを期待している。地方自治体、地域開発エージェンシー、商工会議所、TCS を含む観光ビジネスなどが地域の価値向上のために地域ブランディングのための取り組みを行い、地域資源の活用や利用できるその他のリソースの活用を行い、訪問者を受け入れる体制を構築していくことを目指す。ここから新たな商品や UP が生まれたり、地域アクター間の関係性がつくられたりしていく。対象範囲は、関係者間が頻繁に行き来できるムニシピオやルート上の複数のムニシピオで、訪れる観光客に期待する滞在期間としては日帰りから 3 日程度を想定している。

3）リージョナルグループ：リージョンの観光地域運営レベルの体制

広域デスティネーションレベルでの地域ブランディングでは、外部に向けてデスティネーションとして発信していく GR の体制を想定している。観光開発県や都市県、複数県でのサブリージョン、さらには北部地域 14 県のシバオ広域観光地域など、サントドミンゴなど外部でプロモーション活動を行う単位として GR を位置づけており、そのために既存の観光地や TCS 商品、新たに形成するコミュニティデスティネーションなどをその中に取り込んで発信していく。広く観光バリューチェーンのアクターに働きかけ、周遊性を高めるためのアクセス改善や広域の拠点となる観光設備の建設などのハードインフラや、TIC の活用のための情報網などのソフトインフラへの整備も関連付けた展開を目指す。広域デスティネーションへの観光客に期待する滞在期間としては 3 日から 1 週間を想定している。

4）中央調整連絡会：中央の政策レベルの体制

中央の政策レベルでの中央調整連絡会によるアプローチは、観光商品レベルと観光地域運営レベルに対して適切なタイミングに適切な支援を行って TCS を普及させていくのと同時に、外部に対して TCS のポジショニングを行って継続した体制を形成していくことである。観光商品を多様化し、観光ルートやデスティネーションを充実されていくために、具

体的な支援プログラムやツールが用意され、その方法やプロセスが明確に示されていることで、TCS が普及しやすい環境を整えることを目指す。充実した内容と質の高い TCS により、TCS ブランドを構築し、既存のプロモーションを活用しながらプロモーションを開始し、ドミ共観光の柱の一つとして観光の競争力向上を実現する。

多様なテーマと異なるレベルに対して支援が必要なため、中央調整連絡会は観光省がリードしながら、関係省庁や民間組織などから構成される協働・協力・調整のプラットフォームを構築する。国家政策の一つとして TCS 推進を位置づけており、国家開発や観光競争力の向上への貢献を示すことが重要であることから、モニタリングを行い戦略や活動計画にフィードバックさせていく仕組みが求められる。このことから、他の観光開発戦略や関係省庁の政策とも整合性を取り、国家開発計画（END）の目標や SDGs への貢献もモニタリングし、支援にフィードバックする。政策レベルでは、TCS ブランドを構築し、ビーチ観光に次ぐ観光の柱となるよう TCS の主流化に向けた推進体制を整備していくことを戦略とする。

5-3. TCS 推進体制での各アクターの役割

前項で TCS 推進のための実施体制の全体像を示した。観光生産者ユニット（UP）、テリトリアルグループ（GT）、リージョナルグループ（GR）、中央調整連絡会により異なるレベルで同時並行して多様なテーマの TCS が推進される体制である。そこでは、それぞれの役割を果たしながら、一つのレベルで課題に対処ができない場合やほかのレベルがより効果的な対処ができる場合には、レベルを超えて支援を行うことが期待されている。一方、これらの体制を形成するのは既存の官民のアクターである。この実施体制の中で期待される関連組織の役割を以下に示す。

1）政府組織

(1) 観光省（MITUR）

MITUR は、TCS 推進を管轄し戦略の取りまとめや修正の提案、戦略を実施する施策や政策の実施とその調整、実施状況のモニタリングを全般的に行っていく。中央では、戦略や政策の策定をプロジェクト計画局と観光デスティネーション運営局が主導し、国際プロモーション局や国内プロモーション局、技術局、組織計画局、広報局などの複数局との調整を行うほか、他の関係省庁や民間組織との調整を行う。施策の実施に必要な技術支援や予算措置、インフラ整備の調整、手法や支援ツールの提供を行う。TCS 商品やコミュニティデスティネーションなどの登録や支援の調整を行う。また現場では地域の地域事務所とその下部の県事務所が主導し、地域の支援窓口として TCS 商品や UP、GT のモニタリング、地域のアクターとの調整、地域内でのプロモーションや可能な技術支援を行う。技術支援にあたっては地域内の他の関連組織との連携を重視する。これらの役割を中央で果たしていくのが観光省の TCS プロジェクト運営課であり、地方では TCS ユニットである。

(2) 職業訓練庁（INFOTEP）

INFOTE は、TCS に関連する人材の育成を行い、そのための研修や講師の充実を図る。

TCS 商品創造や観光ビジネスでの個別技術の取得、インタプリター研修や地方自治体などの地域観光振興に関わるスタッフの研修、若手リーダーやアドバイザーなど中核人材の能力強化などを担い、他の関係する省庁や地域の大学などとも積極的に協力を行う。人材育成研修の新たな研修の立案や、地元アクターが研修にアクセスしやすいような窓口の設置、人材育成カタログの提供、専門アドバイザーの派遣などを含んだ TCS 人材育成統合プログラムを進める。サテライトオフィスや地域アドバイザーはすでにコミュニティでの研修実施の経験が豊富であることから、そのような実施枠組みを活かして、ニーズの特定や研修実施のフォローを行い、地域事務所は必要なリソースと技術的な支援を行う。

(3) 経済計画開発省（MEPyD）

MEPyD は、国家開発計画やセクター開発計画との調整や SDGs に関連したモニタリングを行うほか、関係省庁間の調整を支援する。地方自治体の市開発計画の策定や実施を支援し、TCS の包含や観光地域運営体制に関連した NGO 支援などを担う。

(4) 環境自然資源省（MEMDIO AMBIENTE）

環境自然資源省は、自然保護区やその周辺でのエコツーリズムなどの TCS ビジネス推進、インタプリターの育成、TCS サイトでの環境に配慮したインフラの整備、地方事務所の GT への参加、自然資源による TCS 推進のグッドプラクティスの抽出とその普及を支援する。環境保全プロジェクトなどとの協力促進やエコツーリズムの開発調査など、これまでに実施した調査や計画を活用し、将来的には国立公園・自然保護区ブランドの構築も検討する。

(5) 商工中小企業省（MICM）

MICM は、中小零細企業の TCS ビジネスに対して、新たな TCS 商品の創造、ビジネスマネジメントの強化、地域産品や民芸品の振興などを支援する。地方にある Centro PyMES や OVOP プログラムなど関連する支援プログラムを活用する。TCS ビジネスに関連するグッドプラクティスの特定や中小零細企業の取り組みを紹介するイベントなどでの TCS ブランドの紹介を行う。

(6) 文化省（MC）

MC は、民芸品や文化関連の商品・サービスに関する観光ビジネスの推進を支援する。文化的な価値の発見や文化的なイベントへの支援を、地方にある Casa de Cultura の GT への参加により具体化する。グッドプラクティスの特定や文化的価値に関する啓発活動なども行う。

(7) その他の官組織

これらの省庁組織に加え、Pro Dominicana（旧 CEI-RD）や競争力強化委員会（CNC）をはじめ、関連する他の官組織の巻き込みも図っていく。CEI-RD は、国ブランド（Marca Pais）に TCS ブランドや地域ブランドを包含し、国ブランドの多様性を強化する

ことができる。CNC は、地域観光クラスターを通した TCS 推進支援や TCS ビジネスを含めた観光産業全体の競争力強化の支援が可能であろう。

2）民間組織（全国レベル）

(1) 全国ホテルレストラン協会（ASONAHORES）

ASONAHORE は、TCS 商品やサービスの販売やプロモーションでの協力や TCS に関する観光セクターの啓発活動が可能である。地域のホテル組合やホテルチェーンへの働きかけ、域内での観光バリューチェーンの強化、観光フェアーでの支援が考えられる。

(2) 全国ツアーオペレーター協会（OPETUR）、ドミニカ観光オペレーター組合（ADOTUR）、ドミニカ旅行代理店組合（ADAVIT）

TCS の中間業者にあたるツアーオペレーターや旅行代理店の組合である OPETUR、ADOTUR、ADAVIT は、UP やコミュニティデスティネーションなど TCS が進行をしているサイトを含んだテーマ性や周遊性のあるパッケージツアーの創造や販売などで協力が可能である。

(3) ドミニカ観光メディア組合（ADOMPRETUR）

ADOMPTRETUR は、UP の個別 TCS 商品やコミュニティデスティネーション、テーマ性のあるルートの紹介、コミュニティや広域の観光地域ブランドの広報や啓発活動、TCS のグッドプラクティスの表彰の実施で支援を行う。プレス向けのプレストリップやセミナーなどの共同開催で、観光プレスの能力向上にも貢献する。

(4) その他の民間組織

観光セクターの幅広いバリューチェーンを考慮し、地域の主体性と異業種間での協力を引き出し、全体で広く TCS の推進を最適化できるよう多様なアクターの巻き込みを図る。レンタカー組合や民間交通業者などとの協力も考えられる。

3）地域や地方のアクター

(1) 商工会議所

全国の各県にある商工会議所は、UP や GT の支援が可能であるほか、地域 EXPO でのプロモーションやコミュニティ地域ブランドの形成ができる。サンチャゴ商工会議所では、さらにシバオ地域全体の広域観光地域ブランドの形成と運営で主導しており、EXPO シバオでそのポジショニングを行っている。

(2) 大学

地域の大学は、地域の若者の人材育成のほか UP や GT への直接の支援も可能である。マーケット調査やイノベーションの取り組みなど地域アクターと協力することができる。

(3) 地域 NGO などその他地域組織

地域の開発 NGO や観光クラスターは、GT や GR への参加や個別 UP への支援で TCS

を推進し、コミュニティ観光地域ブランドの形成も支援ができる。GT や GR では商工会議所と共に主導的な役割を果たすことも期待され、施策の実施を支援することも可能である。

(4) 地方自治体

ムニシピオレベルでは、市長や市役所、特別区のディレクターなどの GT への参加や個別 UP の支援で重要な役割を果たす。コミュニティ地域ブランドは、市役所がそのプロモーションを率先して行い、その地域のほかのセクターを関係づけ、より地域性を深めて内外のブランディングをしていくことが必要である。市長やディレクターのコミットメントが高く、ビジョンを共有できていると効果的に実現できる。また県レベルでも同様であるが、リソースがより限定的であることからその効果も限定されるが、ムニシピオ間の連携や広域でのテーマによるブランディングでその調整役が期待できる。

(5) コミュニティグループ

TCS 推進では、町内会（Junta de Vecino）や他セクターの生産者グループなどコミュニティグループの役割も重要である。GT への参加だけでなく、彼ら自身が TCS 商品を提供する UP としても活躍できる。

5-4. TCS 推進を促す手法・マニュアルと実践ガイドライン

北部地域を対象にした TCS 推進のプロジェクトでは、本 TCS 推進戦略に沿って具体的な活動を現場で実施してきた。すでに多くのアクターがコミュニティ観光ビジネスを起業し、観光商品を創造・販売、観光客の受け入れをしており、観光地域運営グループによりテーマ性のあるルートやコミュニティデスティネーション推進の活動が行われている。これらの活動を支援する側でも、人材育成や技術支援、マテリアル作成やプロモーション支援を展開してきた。こうした現場での経験から知見や教訓を抽出し、地域のリーダーやファシリテーター、観光省のコーディネーターなど TCS を推進するアクターが、その活動を強化・拡大できるようマニュアルを提案した。これらのマニュアルはそれぞれのターゲットに向け、手順や手法を使って目的を達成できるよう導くためのものであり、個別活動の経験からやり方をまとめた活動実践ガイドを組み合わせたものである。各種のマニュアルと活動実践ガイドを活用することにより、本戦略で提案した施策をより効果的に現場で実施していくとともに、新たに取り組む南部地域や東部地域に展開する手助けとなることが期待される。

主なガイドラインは、以下のとおりである。

・持続可能なコミュニティツーリズム起業家のためのマニュアル(TCS)
・TCS プロジェクトの経験に基づくテリトリアルグループの形成と強化に関するマニュアル

・地方自治体やテリトリアルグループ向けの TCS プロモーションのマニュアル
・コミュニティ向け TCS 研修の活用に関するマニュアル
・観光省地域事務所向け基本運営マニュアル



TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

ドミニカ共和国
北部地域 TCS 推進計画
（地域別戦略モデル）

2022 年 2 月

Ministerio de Turismo República Dominicana　INFOTEP　JICA

ドミニカ共和国北部地域 TCS 推進計画（地域別戦略モデル）

目次

第１章　はじめに 1
1-1 地域 TCS 推進戦略のモデル 1
1-2 北部地域での取り組みの位置づけ 1
1-3 推進計画の構成 3
第２章　北部地域の TCS に関する現状と課題 4
2-1 北部地域 TCS のポテンシャル 4
2-2 北部地域 TCS の課題 7
第３章　北部地域の TCS 推進の基本構想と基本計画 9
3-1 北部地域の TCS 推進ビジョン 2030 9
3-2 北部地域の TCS 推進戦略 9
3-3 北部地域の基本計画と長期・中期・短期目標 10
第４章　サブリージョンごとの実施計画 15
4-1 シバオ北部の活動計画 15
4-2 シバオ北西部の活動計画 18
4-3 シバオ北東部の活動計画 22
4-4 シバオ南部の活動計画 25

第１章　はじめに

1-1 地域 TCS 推進戦略のモデル

地域ごとの TCS 推進戦略の必要性

ドミニカ共和国の持続可能なコミュニティツーリズム（TCS）推進ビジョン 2030 では、６つの戦略軸に則った施策を、具体的な活動として中央、地域、コミュニティで実施し、それぞれのレベル間の有機的なつながりを構築しながら段階的に既存の取り組みを強化し、他地域へと拡大をしていこうとするものである。これらの多層レベルで多様なテーマの取り組みを同時に行うことで、現場の実情に合った現実的な実施体制を構築していくことができる。その体制の中では、地域とコミュニティが TCS を進めてく主役となる。実施される地域では、そこでの観光開発のレベルや背景、観光と地域の関係性、多様なアクター間の関係など、それぞれ異なる状況があり多様な課題を抱えており、また地域資源のポテンシャルや今後のマーケットの動向なども多様であることから、それぞれの状況に合わせたアプローチをとる必要がある。一方、個別の観光ビジネスやテリトリアルグループ（GT）のビジネスプラン・アクションプランだけでは、TCS 推進の目的は達成できないことから、地域単位での戦略ビジョンと活動計画が必要となる。地域ごとに TCS を推進する戦略ビジョンを打ち立て、それを達成するための短期、中・長期の目標を設定し、地域のポテンシャルやアクセス状況などをふまえて具体的な活動計画を立てることが望ましい。2030 年に全国での普及を想定していることから、全国を 3 つに分けた地域において、それぞれの状況に合わせた戦略計画を立てていくことを提案する。

全国普及に向けたモデル

全国普及のシナリオとしては展開のロードマップに沿い、短期には事例の宝庫である北部地域（シバオ）での取り組みから他地域で活用できるような地域モデルを構築し、そこでのレッスンをふまえ他地域への横展開を行う。全国を３つに分割し、北部地域の 14 県、首都のサントドミンゴから観光開発の中心地プンタカーナ・ババロまでの東部地域の 8 県、今後の開発が期待される南部地域 9 県、として TCS 推進計画と立てることが望ましい。

本ドキュメントで取り扱う地域 TCS 推進戦略は、観光省と職業訓練庁が JICA とともに実施したプロジェクトの先進的な事例である北部地域の戦略であり、他の地域の戦略についてはこのモデルを参考とすることを想定している。地域の状況の調査やポテンシャルの特定などを行ったうえで、TCS 戦略ビジョン 2030 で示された戦略軸や施策をふまえ、各地域の TCS 推進計画（基本計画／実施計画）を設計していくことになる。

1-2 北部地域での取り組みの位置づけ

本ドキュメントの上位戦略となる TCS 戦略ビジョン 2030 では、ドミニカ共和国の観光と TCS の現状を見た上で、TCS 推進の基本構想として 2030 年を見据えたビジョンと基本原則、基本構想と基本計画を構成する６つの戦略、実施体制と各組織の役割、ロードマップ、そして戦略の方針に沿った 27 の施策を示した。本地域戦略では、これらふまえ TCS

推進を先行して展開している北部地域における TCS 推進戦略を示す。地域レベルでの推進戦略は、その地域の観光開発の現状、TCS のポテンシャル、ユニークな特徴、地域アクターなどを把握し、分析した上で地域の主体性を引き出し、TCS 推進を具体的に取り組めるような整理をする目的がある。コミュニティでの TCS 商品の創造、テーマ性のあるルートの開発、コミュニティデスティネーションと地域ブランドの取り組みは、より多くの地域アクターの参加が重要であり、

質の高い商品と他地域と差別化できる地域ブランドを地域が主体となって追求し、観光からの利益を拡大する活動を示してくことが求められる。ここで示す推進計画は 14 県からなる北部地域とそれを 4 分割したサブリージョンの特徴を捉えた基本計画と実施計画を示している。そしてここで取り上げる推進計画の構成と地域の実施体制は、他の地域に応用するモデルとなることを想定している。つまり、全体の基本構想と基本計画の下に、バラオナを中心とする南部地域、サントドミンゴとその周辺からプンタカナやバジャイベを中心とする東部地域の 2 地域においても、近い将来北部地域と同様に TCS 推進のための地域の基本計画と実施計画が作成されること予定されている。

北部地域で取り組む背景

北部地域は、ドミ共の観光地として早くから開発が進み、現在の主流である外資によるリゾート開発の先駆けであるが、その停滞・衰退が 2003 年ごろから顕著化した。一方で北部地域全体では多様な観光地が散在しており、地域資源の観光への活用や地元住民との関係性の改善を図る機運が生まれてきた。そのきっかけともなったのが、JICA が支援し観光省と職業訓練庁によりプエルトプラタ県で実施されたプロジェクト（2009 年から）であり、、その後実施された TCS プロジェクト（2016 年から）により対象が北部地域 14 県に広がった。この流れを汲んでその成果を活用しながら TCS 推進を継続させていく狙いがある。北部地域には 3 つの国際空港があり、また国内観光のマーケットとなる首都サントドミンゴからのアクセスや第二の都市サンチャゴなど内陸の主要都市間のアクセスもよく広域で取組む好条件がそろっている。地域のコミュニティが主体となり、観光開発と地域開発をつなげるモデルとして、そのノウハウを蓄積し、全国展開を図る。

他地域との比較

北部地域は、14 県で 4 つの特徴の異なるサブリージョンから構成される。東部地域は、ドミ共最大で観光開発を主導し、成長を続けるプンタカーナ・ババロを起点としてラ・ロマーナ、バジャイベ、フアン・ドリオなどの南部とミッチェなどの北部をつなげた 5 県のほか、世界遺産のサントドミンゴ旧市街があるサントドミンゴ特別区と、首都から 50 キロ圏内程度で日帰りを想定した観光開発が期待されるサンドドミンゴ県、サン・クリストバル県、モンテプラタ県の 3 県から構成される。

南西部地域は、自然資源が豊富で大規模な観光開発がまだ行われておらず、貧困の割合も他地域と比べて高い。バラオナやペデルナレスなどの南西部 4 県と、アスア、バニ、サン・ファンなどの西部 5 県から構成される。

1-3 推進計画の構成

第 2 章の「北部地域の TCS にかかる現状と課題」では、北部地域の観光の現状と TCS のポテンシャルを概観し、北部地域の TCS の課題についてみる。

第 3 章の「北部地域の TCS 推進の基本構想と基本計画」では、第一部で策定した TCS 推進の基本構想と基本計画に則り、北部地域の現状に合わせて TCS 推進のビジョンと達成するための短期・中期・長期の目標を設定する。

第 4 章の「サブリージョンごとの実施計画」では、北部地域 14 県を 4 つのサブリージョンに分け、それぞれの特徴をふまえて地域のスローガンを示し、各サブリージョンの将来期待される状況を仮設定し、短期と中・長期の計画の方向性と具体的なアクション案を提示する。

第２章　北部地域の TCS に関する現状と課題

2-1 北部地域 TCS のポテンシャル

北部地域の観光

ドミニカ共和国北部地域の 14 県はシバオ地域と呼ばれ、他の地域とは異なる自然や文化の多様性に富む特徴を持つ。ビーチ観光開発が先進的に行われてきたプエルトプラタ県やサマナ県、ドミ共第二の都市があるサンチャゴ県、高地の避暑地があるラ・ベガ県、多様なビーチにより観光開発が進められるモンテクリスティ県やマリア・トリニダッド・サンチェス県などがある。新大陸最初のヨーロッパ人定住地が建設され植民が始まったのもシバオ地域であり、タイノ族文化の遺構や独立に関連した歴史資源も散在している。またカリブ最高峰のピコ・ドゥアルテ山を頂く高地が内陸部に広がり、氷点下になる地域もある多様な気候は、豊富な農林水産業をもたらしている。このように多様な地域資源に恵まれ、観光に活用できる資源も多種多様にある。地域資源と特徴ある地域性は、コミュニティが広くこれらを活用して観光活動を提供することを可能とすることから、TCS 推進のポテンシャルは高い。

またプエルトプラタ、ソスア、カバレテ、サマナなどの既存の観光地やサンチャゴなどの都市に加えて、点在する観光サイトやモンテクリスティなどの開発途中のビーチは、域内のアクセスも比較的良く、自家用車やレンタカーで回る周遊型の観光も可能である。

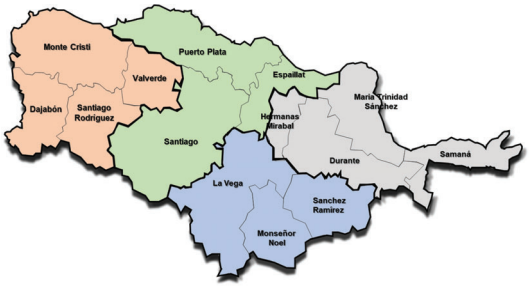


図 2-1：北部地域の 14 県

北部地域の TCS のポテンシャル

先行プロジェクトで実施し調査により、14 県の各地域でポテンシャルのある地域資源が確認され、実際に自然資源、文化・歴史資源、産業資源などの地域資源を活用したコミュニティが運営する観光商品も多く造成された。地域で活躍する地元アクターによる観光ビジネスや、テーマ性のあるルート開発の取り組みが、TCS プロジェクトなどで支援されている。事前に特定された地域資源の総数は 90 件にのぼり、実際に運営されている地域資源とポテンシャルがある地域資源が含まれる。

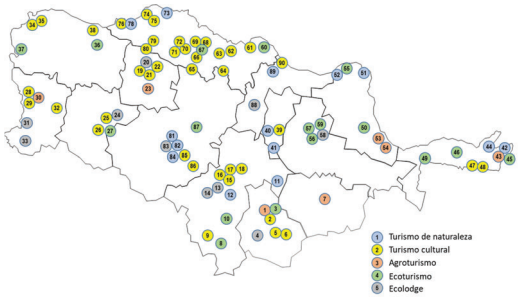


図 1-1：北部地域の TCS のポテンシャルのある観光資源

2021 年までに TCS プロジェクトにより支援されものは、UP による観光ビジネスが 31 件、地域アクターによる観光地域運営を想定したテリトリアルグループ（GT）も 14 件を数える。これらの多くは、最初に特定した地域資源を活用したものであるが、一部は地域での活動の中から開発・形成されたものであり、調査よりも多くのポテンシャルがあることが分かった。一方で高いポテンシャルが確認されても、なかなか消費される商品までにいたらないものもあった。このような状況をふまえた開発の支援については、戦略ビジョン 2030 でその取り組みの指針が示されている。

県ごとの観光開発レベル

14 県からなるシバオ地域は、豊かで多様なの自然・文化資源を有している。しかし、この豊かさと過去 40 年間の観光開発にもかかわらず、地域的な開発レベルは不均等であり、プエルトプラタやマリア・トリニダス・サンチェスでは、サマナ半島の海岸地域の「太陽とビーチ」によるリゾート観光開発に集中している。他の県では、豊富な自然資源と避暑地で知られるハラバコアやコンスタンツァ（ラ・ベガ）、都市部のサンティアゴ、未開発のモンテクリスティでの小規模の観光開発が進められている。このように 14 県の観光開発レベルが異なるため、TCS 推進のために地域に対するアプローチの仕方も異なることから、支援のための投入や支援の範囲も異なる。このような状況をふまえた上で、県ごとのおおよその観光開発レベルを特定し、TCS 推進のためのアプローチや介入の方法を提案するため、以下の 3 つの観光開発のカテゴリーを設定した。

a-) 成熟した観光開発県

観光インフラ、観光の構造、組織などの面ですでに確立期を過ぎ、停滞期から減退か回生かといった観光地を抱える県であり、観光統計もある程度整っている。シバオ地域では唯一プエルトプラタ県が観光県にあたる。観光開発が最高潮に達したものの、成長曲線が鈍化し疲弊の兆しが見えたため、再整備や多様化のプロセスを検討しなければならない県である。

b-) 発展中の観光開発県

観光構造、訪問者数、補完的な商品などの面において、観光開発が始まっており、成長期や確立期にある観光地を抱える県である。シバオ地域でこれにあたる県としては、ラ・ベガ、サマナ、マリア・トリニダッド・サンチェス、サンティアゴ、モンテクリスティである。

a-) 観光開発途上県

観光開発がまだ初期段階にある県であり、基本的な観光構造の形成はこれからで、観光客の到着は散発的であり状況の把握もできていない。シバオ地域の観光開発途上県としては、ダハボン、バルベルデ、サンティアゴ・ロドリゲス、モンセニョール・ノウエル、エルマナス・ミラバル、ドゥアルテ、エスパイジャットである。



図 x: シバオ地域の県別の観光開発レベル

表 x: 観光開発レベルの分類とシバオ地域の対象県

分類	特徴	該当する県
成熟した観光開発県	観光経済が確立され、高いレベルの観光開発が行われている。プエルトプラタの場合、減退が顕著になっている。	プエルトプラタ(POP)
発展中の観光開発県	観光開発のインフラと構造があり、観光オファーが提供されている。一定レベルの訪問客数がある。	ラ・ベガ (VEG)、サマナ (SAM)、マリア・トリニダッド・サンチェス (MTS)、サンチャゴ (STI)、モンテクリスティ(MTC)
観光開発途上県	観光開発の初期段階で、基本的な構造と散発的な観光客はあるが、状況を把握していない。	ダハボン (DAJ)、バルベルデ (VAL),サンチャゴ・ロドリゲス (SAR)、モンセニョール・ノエル (MSN)、エルマナス・ミラバル (HEM),、ドゥアルテ (DUA)、エスパイジャット (ESP).

2-2 北部地域 TCS の課題

本項では、北部地域における TCS 推進に関連した課題を列挙する。地域的な課題のほか、一部は戦略ビジョン 2030 で見た課題と重複する点もある。

プエルトプラタやサマナの観光開発の低迷

先進的な観光開発が外資中心で行われてきたプエルトプラタは、2003 年頃にピークを迎えると、その 5 年後には半分近くまで観光客数が落ち込んだ。国際観光客重視であった観光開発から国内観光客へのシフトも起きた。ホテルリゾート開発中心からより多様な観光開発を求め出した。サマナでは、新しい国際空港の開港やサントドミンゴと高速道路で結び、右肩上がりの観光開発が期待されていたが、多くの投資は東部地域に依然集中している。

ビーチリゾート重視の継続

プエルトプラタを中心とする観光地では、これまでの観光開発の流れであるビーチリゾート開発から脱却することは容易ではなく、20 年前の観光最盛期に戻ろうとする意識が地域の関係者の中に依然広がっている。既存のビーチリゾートは設備の老朽化などもあり、新興観光地域と同じレベルでは競争できないことから、新たな取り組みをしたい意識もあるが、プロモーションは従来と大きく変わるものでもなく、ターゲットも対象国を変えた観光客誘致を繰り返している。

商品多様化の単発的な取り組み

観光商品の多様化の取り組みは、地元アクターにより近年活発に行われている。個別の観光サイトの開発がされてもその周辺とのつながりがないため、観光客が訪れる機会が失われているものもみられる。特にこれまで観光開発が行われていない地域では、単発の観光サイトだけに客を引き付けるのは難しいため、その周辺地域を含めて総合的に訪れる価値があるデスティネーションに結び付けていく必要がある。そのためのテーマ性のあるルートやサーキット開発の取り組みは始まったばかりである。

アクター間の協力・協調意識の欠如

前述のテーマ性のあるルートやサーキットの取り組みに加え、デスティネーション運営

においては地域アクター間の協力・協調意識が欠如しており、個々の利益を超えた取り組みが必要となる。地域の開発ビジョンや観光開発の方向性が共有され、その実現に向かう意識が必要である。

コミュニティの限定的なコミットメント

コミュニティの側でも、これまで観光開発の主体となるという意識に欠け、地域資源の活用の機会を逃していることが多い。一部の地元アクターの積極的な取り組みが始まっているものの、コミュニティ全体では意識が低く、また地方自治体の観光開発への理解や具体的なアクションが欠如しているところが多い。

広域のリーダーシップ欠如

北部地域は、国際空港や主要幹線道路によりアクセス性が高く、観光施設も多くあり、地域の多様性にも富み、他の地域と差別化できる「シバオ」のアイデンティティもあることから、地域デスティネーションとしてのポテンシャルは高い。しかし、広域のデスティネーションのコンセプトを広め、地域全体を盛り上げていくリーダー的な組織やイニシアチブが不在である。サンチャゴの組織が中心となった取り組みが過去にはあったが、広域デスティネーションとして方向性をつけていくまでには至っていない。

これまでの取り組み

このような課題をふまえ、2016 年から開始された TCS プロジェクトでは、プエルトプラタ県とシバオ北西部の観光省と INFOTEP の地方事務所に TCS 推進の拠点を設置し、先行事例としてパイロット活動を実施し、2019 年からはシバオ南部とシバオ北東部に拡大させた取り組みを行った。コミュニティレベル、地域レベル、中央レベルの 3 段階で支援を展開させ、観光ビジネスや地元レベルの官民協力の地域グループの形成や、「シバオ」広域デスティネーションの開拓を狙って取り組んだ。これらの取り組みが次章の「北部地域の TCS 推進の基本構想と基本計画」の土台となっている。

第３章　北部地域の TCS 推進の基本構想と基本計画

3-1 北部地域の TCS 推進ビジョン 2030

本項では、北部地域の TCS 推進ビジョンとして、2030 年の期待される状態を設定した上で、北部地域について TCS を特徴とした一つの広域デスティネーションとして形成していくために、短期と中・長期の開発の方向性とアクション計画を示す。ここでは、北部地域での方向性と計画を取り上げ、次章でサブリージョンごとの観光商品や観光地域運営に関するアクション計画を示す。

北部地域の TCS 推進ビジョン・コンセプト

北部地域の TCS 推進ビジョンとして、以下のものを仮設定する。

> 北部地域の 14 県それぞれにおいて、特徴的な自然・文化・産業を活かした観光商品がコミュニティ主体で造成され、域内の観光地や主要都市とテーマ性のあるルートやサーキットとして有機的につながり、新たに地元の魅力あふれるコミュニティデスティネーションがいくつも生まれている。北部地域全体が、ビーチ観光に加え多種多様な体験を提供する広域の観光デスティネーション「シバオ」として、関係者同士の協力のもと、広く地域内外で認知され、カリブ海の特徴的な観光地としてプロモーションされている。

仮のコンセプトとしては、以下のものを仮設定する。

> シバオを開拓し、本物のドミニカを体験する。
> 「Descubre Cibao, experiencia real de la Rep. Dominicana」

150 カ所以上のビーチから海抜 3000 メートル級のカリブ最高峰まで多様な気候と地形、タイノ族やアメリカ最初のヨーロッパ人定住地、独立の歴史からメレンゲ誕生といった歴史の流れが、地域住民の気さくさと相まって地域の多様性を生んできた。4 つの特徴あるリージョンを訪れ、あなたの好きなドミニカをシバオで見つけ、本当のドミニカを体験しよう。

3-2 北部地域の TCS 推進戦略

TCS 推進戦略に沿って北部地域の特徴をふまえ戦略の方向性を立てる。すでに TCS 推進ビジョン 2030 でみた戦略を北部地域で進めることになり、地域に関連性が高い戦略を具体化させ実施していくことになる。TCS 推進ビジョン 2030 の 6 つの戦略について以下に示す。

戦略１：地元資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化

戦略２：「地域」の価値向上のための地域ブランド化の推進

戦略３：ICT を活用し TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化
戦略４：多様なレベルでの TCS 推進を担う人材育成の強化
戦略５：TSC 支援制度化に向けた支援環境の整備とガバナンスの強化
戦略６：安心・安全な環境整備と観光レジリエンスの向上

これらの戦略のうち、特に戦略１の「地元資源を活用した多様な観光商品開発と観光ビジネスの強化」と戦略２の「地域の価値向上のための地域ブランド化の推進」については、地域が主体になることが想定されている。また、戦略３の「TCS のポジショニングを高めるプロモーションの強化」と戦略４の「多様なレベルでの TCS 推進を担う人材育成の強化」については、一部で広域における活動で具体化させる。

3-3 北部地域の基本計画と長期・中期・短期目標

北部地域の TCS 推進ビジョンを目指し、関連する戦略をふまえて、長期・中期・短期での開発の方向性とアクション案を示す。これらのアクションは、北部地域の実施体制である UP、GT、GR が主体となり実施していくことが想定され、中央がそれらを支える役割を担う。

北部地域の長期での開発の方向性
広域デスティネーション「シバオ」のブランドの発信を拡大させ、ドミ共観光プロモーションやナショナルブランドの中で位置づけられ、「シバオ」ブランドの新たな商品が常に造成されている。域内の４つの観光サーキット・観光街道が確立され、「シバオ」ブランドの持続可能な運営実施体制が最適化されて、より効果的・効率的な運営が行われている。他地域のモデルとしての交流や発信も活発に行われることで、より内外での認知が広がっている。

北部地域の TCS 推進において重要となるコンセプトが、ちょうど北部地域の地理的範囲と重なる「シバオ」である。しばしば首都サントドミンゴと対比され、またタイノ族やコロンブス以降アメリカ大陸到来の歴史とも重なり、「シバオ」が北部地域を統合するアイデンティティの象徴としても捉えることができる。このシバオ全体の体験を提供する観光サーキットと観光街道を ４ つのサブリージョンを中心として形成し、既存の観光デスティネーションや都市を結ぶだけでなく、地方や田舎の TCS 商品と結び付けて、観光客を呼び込む。４ つの観光サーキット・観光街道は、①シバオ北西部の ４ 県を結んだ「味のエッセンス」観光サーキット、②シバオ南部の ３ 県を結んだ「シバオの水源」観光サーキット、③シバオ北部とシバオ北東部の海岸線沿いの５県を結んだ「100 の海岸（仮）」観光街道、④シバオ北部とシバオ北東部の内陸地域の ６ 県を結んだ「世界一のカカオを生んだ土地」観光街道、である。これらのテーマをふまえ、地域資源を活用しコミュニティが主体となって開発・運営した観光商品や特徴あるコミュニティデスティネーションを結び、より豊かな体験を提供する観光サーキット・観光街道を構築する。これにより、主要なビーチ観光地だけでなく北部地域全体を広域デスティネーションと捉え、より多様で個性のある観

光地として競争力を高めてく基盤とする。

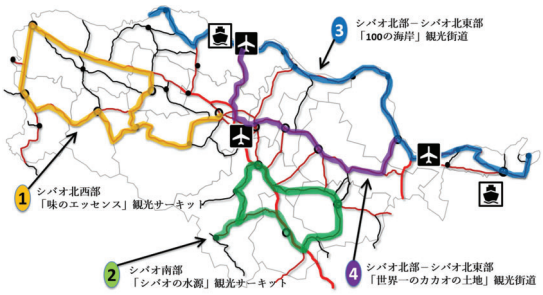


図 3-1：北部地域「シバオ」地域の観光サーキット・観光街道（案）

北部地域の長期のアクション
【TCS ビジネス・商品開発】
・広域デスティネーションでの周遊性を活用した多様な商品の提供
・サブリージョンを中心とした観光サーキット・観光街道の確立
・広域デスティネーションでの滞在時間増加を狙った取り組み
・「道の駅」などの広域の戦略的なサイトでのシバオ商品の販売
・マーケット情報をふまえた新商品・サービスの造成。
・定期的な商品造成のためのコンテストの開催

【観光運営体制の最適化】
・広域デスティネーション運営体制の持続可能な体制に向けた最適化
・持続可能な運営体制の確立に向けた組織化
・広域デスティネーション運営体制の会員制度の確立
・広域デスティネーションの計画的な運営資金の確保

【プロモーション強化で広域デスティネーション・ブランディング】
・広域デスティネーションの統計やマーケット情報の収集分析
・広域デスティネーションのマーケット情報に関する定期的な発信
・広域デスティネーション独自のマーケティングに基づくプロモーション活動の強化
・インターナショナルレベルでの広域デスティネーション・ブランディングの発信強化
・カリブの他地域との差別化を意識した広域デスティネーションのプロモーション活動の強化

【広域観光の人材育成】
・広域デスティネーション域内での定期的な中核人材育成
・広域デスティネーション内外での定期的な人材交流
・広域人材育成のための各種プログラムの確立

北部地域の中期の開発の方向性
広域デスティネーション「シバオ」のブランド形成を本格に開始。持続可能な運営実施体制の構築を進め、プロモーション主体から稼ぐ主体として自律できる体制を目指す。域内の交流も活発に行われ、広域の商品や体験の充実が図られる。

中期では「シバオ」ブランドの運営体制が構築され、提案され形成されている４つの観光サーキットと観光街道が有機的につながり、全体として「シバオ」広域デスティネーションが具体化されている状態を目指す。

北部地域の中期のアクション
【TCS ビジネス・商品開発】
・観光サーキットや観光街道を活用した広域ツアーの商品化の強化
・広域デスティネーションの関連した商品の多様化のためのコンテスト開催
・広域デスティネーション内の地域産業と関連させた商品の開発
・観光サーキットや観光街道のアクセス性や接続性を改善するインフラ整備
・観光サーキットや観光街道での周遊性を高める観光標識の整備
・「シバオ」ブランド商品の販売先の獲得と拡大

【観光地域体制の基礎形成】
・広域デスティネーション運営体制の構築
・運営体制のルールの明確化
・年間活動計画の実施・修正
・広域デスティネーション運営資金の確保

【プロモーション強化】
・インターナショナルレベルでの広域デスティネーションのプロモーション
・MITUR の海外 OPT との連携
・国際観光博覧会での紹介
・観光商品やコミュニティデスティネーションと関連させた広域デスティネーションのプロモーション
・14 県の多様性を活用してイメージ強化を狙った取り組み

【広域観光人材育成】

・地域人材によるコミュニティ向けの啓発活動
・広域デスティネーションの中核人材の育成
・広域デスティネーション内の人材交流
・必要な広域人材育成のための独自のパイロット的な取り組み

北部地域の短期での開発の方向性
北部地域を ４ 分割したサブリージョンごとに、特徴ある観光資源やテーマの特定と商品化から、多様性を基礎とする広域デスティネーション「シバオ」のコンセプトやブランドデザインを開始する。４つの代表的な観光サーキットと観光街道を創造しながら、広域で調整ができる地域組織を特定し運営主体となる実施体制を形成する。

４つのサブリージョンの特長を引き出した商品や観光資源の活用について、すでに実施しているサイトを中心に強化する。各サブリージョンの計画では、個別の TCS 商品やコミュニティデスティネーションの強化を進める一方、「シバオ」ドライビングマップで示したような広域デスティネーションのイメージを地域アクターと共有しながら、複数の TCS サイトをつなぐツアーやルートの提案をしていく。



図 3-2：シバオ地域のドライビングマップ（TCS プロジェクトにより作成）

北部地域の短期のアクション
【TCS ビジネス・商品開発】

・広域テーマの特定と深掘り
・目玉商品の特定や創造
・テーマ性のあるルート、サーキット、ツアーの商品化
・地域産業との関連性の強化

【観光地域体制の基礎形成】
・TCS や地域のテーマを集め、広域での多様性の集合体としてビジュアル化
・現状分析や課題の整理と広域デスティネーションのコンセプトの整理
・運営主体となりうる組織の特定と体制基盤の形成
・中央とサブリージョンからの支援体制の構築
・年間活動計画の策定と実施

【プロモーション強化】
・サブリージョンと関連させた広域デスティネーションのプロモーション
・ナショナルレベルでの広域デスティネーションのプロモーション
・EXPO CIBAO など地域観光博で広域デスティネーションのコンセプトの紹介
・プロモーションマテリアルの作成

【広域観光人材育成】
・地域リーダーの特定とリーダーの育成
・広域デスティネーションの基礎を作る人材交流の促進
・既存の体制（MITUR と INFOTEP を中心に）内での啓発普及活動

第４章　サブリージョンごとの実施計画

本章では前章で見た北部地域における TCS 推進の基本構想と基本計画をふまえ、北部地域を 4 分割したサブリージョンごとの実施計画を示す。北部地域の 14 県をサブリージョンとして、シバオ北部（CN）、シバオ北西部（CNOE）、シバオ南部（CS）、シバオ北東部（COE）に分けている。各サブリージョンの地域の特徴を概観し、それをふまえた地域スローガン・コンセプト、そして地域スローガンを実現するための方向性を示し、各地域に特有で優先順位が高いと思われる TCS ビジネス・観光商品、観光地域運営、プロモーション活動に関する短期と中・長期のアクション案を示す。



図 4-1：北部地域の 4 つのサブリージョン

4-1 シバオ北部の活動計画

シバオ北部（CN）３県のプエルトプラタ県(POP)、エスパイジャット県(ESP)、サンチャゴ県(STI)

シバオ北部の地域の特徴

シバオ北部、特にドミ共観光開発の先駆けであるプエルトプラタは、多様な観光アトラクション、家族で楽しめるホテルとビーチ、各種のアドベンチャーアトラクション、加えて最近のクルーズ観光の振興により、一時は衰退しかけたデスティネーションが息を吹き返してきている。観光開発途上県であるエスパイジャットは、コミュニティ主導の観光を中心に、ドミ共第二の大都市サンチャゴは、都市観光や MICE（ビジネスイベント）の誘致に力を入れたいとしている。プエルトプラタを中心に TCS のサイトも多数点在している。サンチャゴとプエルトプラタに国際空港があり、北部地域の玄関口になっている。



図 4-2：シバオ北部 3 県の観光開発レベル

地域スローガン・コンセプト

コミュニティ体験の原点、住民の笑顔と幸せの秘密に迫る。

シバオ北部の TCS 推進ビジョンと将来期待される状態

プエルトプラタ、ソスア、カバレテのビーチホテルやクルーズ船からの観光客、サンチャゴやサントドミンゴからも日帰りから連泊で気軽に何度でも楽しめる多様な体験がコミュニティにより提供されている。それぞれの観光体験は奥が深く、同じテーマでも異なる体験や深めた体験を提供できる。アップグレードした宿泊施設や交通インフラが整備され、より TCS への客が増えると同時に、エコロッジや B&B などにより新たな観光拠点としてのコミュニティデスティネーションも生まれ、地域全体に観光活動が広がっていく。他の観光開発先進地域での TCS 推進のモデルにもなっている。

シバオ北部の短期アクション計画の方向性

主観光地であるプエルトプラタとサンチャゴからのアクセス性の良さを利用した観光客の呼び込みと TCS 商品の充実。

シバオ北部の短期のアクション

【TCS ビジネス・観光商品】
・Guananico のカカオ農園とメレンゲ体験の改善
・Chocolala の手作りチョコレート工場体験の改善
・Estero Hondo 自然保護区のマナティ体験の改善
・El Choco 資源保護区の洞窟体験の改善
・Jamao Ecotour のカヤック体験の改善と新商品開発
・Higuelito の民芸品制作体験の改善

・Playa Rogelio のビーチでのコミュニティ体験の創造
・Sosua のアートの町体験の創造
・Imbert の地元民芸品販売所の改善
・Yasica のコーヒー体験ツアーの改善
・Moca 市内ツアーの創造
・Damajagua の滝ツアーのグットプラクティスの抽出
・Pigo Duarte 自然保護区の散策ツアーの改善
・ローカル TTOO と協力した商品化と販売の強化

【観光地域運営】
・コミュニティツーリズム連合の改善と強化
・Altamira のコミュニティデスティネーション開発
・Sosusa のコミュニティデスティネーション開発
・Jamao al Norte のコミュニティデスティネーション開発
・Moca のコミュニティデスティネーション開発
・Yasica の景勝ルートの改善
・主要幹線道路沿いの情報センターの設置

【プロモーション】
・観光省 OPT 間連携による TCS 支援グループの形成
・地域レベルの博覧会でのプロモーション活動



図 4-3：シバオ北部の TCS サイト（短期アクション向け）

シバオ北部の中・長期アクション計画の方向性

新規観光拠点の強化と域内の地元資源を活用した TCS 観光体験の多様化。

シバオ北部の中・長期のアクション

【TCS ビジネス・観光商品】

・Santiago 市内や周辺の TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・San Jose de las Matas (Sajoma)周辺の TCS サイトの特定とポテンシャルの開発
・Janico 市内や周辺の TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・Luperon 市内や周辺の TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・Gaspar Hernandez 市内や周辺の TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・ユニークな地域産品の開発や改善

【観光地域運営】

・Sajoma やその周辺でのコミュニティデスティネーション開発
・Estero Hondo とその周辺でのコミュニティデスティネーション開発
・Luperon とその周辺でのコミュニティデスティネーション開発
・Villa Magante のコミュニティデスティネーション開発
・Juncalito を拠点としたコミュニティデスティネーション開発
・Tavera ダムと Bao ダム周辺の観光ルートの整備
・Janico-Sajoma-El Rubio-Moncion の観光ルートの整備
・Moca-Cabarete 間の観光ルートの整備
・その他テーマ性のあるルートの開発
・商工会議所などの地域レベルの関連組織の支援グループへの巻き込み
・シバオ北部郊外への連泊によるツアーの造成
・シバオ北部の特徴やテーマを反映させた観光情報に関するマテリアルの作成
・地域産品の販売と情報センターの機能を備えた「道の駅」設置の検討
・シバオ北部での周遊性を高めるインフラの整備

【プロモーション】

・観光省 OPT 間の連携による地域内の訪問者向けのプロモーション
・国内観光博などでのプロモーションイベントでのシバオ北部のプロモーション活動
・SNS を使ったシバオ北部の TCS 関連の発信
・リゾートホテルと連携した TCS プロモーションの取り組み
・観光クラスターやホテル・レストラン協会と連携した域外向けのプロモーション活動の実施

4-2 シバオ北西部の活動計画

シバオ北西部（CNOE）4 県のバルベルデ県(VAL)、ダハボン県(DAJ)、サンチャゴ・ロ

ドリゲス県(SRD)、モンテクリスティ県(MCR)

シバオ北西部の地域の特徴

シバオ北西部は北部地域の中で最も観光開発が遅れている地域で、モンテクリスティ以外は観光開発になじみがない。ダハボンはハイチとの国境に位置し、サンチャゴ・ロドリゲスは酪農とキャサバの生産で有名、バルベルデはモンテクリスティと共にバナナ産業と稲作が経済の中心、モンテクリスティは北西部唯一海に面し、市周辺の観光サイトを中心に小規模ホテルが多い。アクセスの改善や海岸線の観光開発が今後計画されている。



図 4-4：シバオ北西部 4 県の観光開発レベル

シバオ北西部の地域スローガン・コンセプト

・ドミニカ原風景の体験「味のエッセンス」
・4 県を結ぶサーキットによりコミュニティが提供する多様でユニークな体験を堪能。

シバオ北西部の TCS 推進ビジョンと将来期待される状態

特徴のある 4 県の県都を結ぶサーキットによりそれぞれの地域の多様で豊かな文化・食・自然の体験を訪問者のペースで堪能できる。訪問者はサーキットを周遊しながら素朴な住民との触れ合い、各地域のテーマで創造されたルートを訪れ、地元の食を味わい、子供のように自然と戯れ、国境のダイナミックさを感じ、各県の特徴ある体験で北西部にあるドミニカ原風景の「味のエッセンス」を楽しむことができる。コミュニティが提供する多様な観光サービスや地元産品が消費され、シバオ北西部のサーキットでの周遊の滞在型観光が広く認知されている。

シバオ北西部の短期アクション計画の方向性

各県の特徴ある観光ルートの創造と、小都市間の良好なアクセス性を活用したサーキットによる周遊型観光の基盤づくり。

シバオ北西部の短期のアクション

【TCS ビジネス・観光商品】

・Dajabon のはちみつルートの創造
・Dajabon のはちみつ商品の多様化
・Moncion のキャッサバ体験の創造
・Moncion のコミュニティ体験の創造
・Mao の三輪バイクマルガリータの市内ツアー創造
・Valvarde の有機バナナ農園体験の創造
・Mao のバナナの葉の民芸品
・Estero Balsa 自然保護区でのマングーブ林カヤック体験の創造
・Montecristi のバードウォッチングツアー
・Villa Elisa のヤギ料理レストラン群

【観光地域運営】

・Dabajon の県テリトリアルグループ（GT）によるはちみつルートを中心とした観光地域振興
・Santiago Rodriguez の県 GT による景勝地ルートを中心とした観光地域振興
・Valverde の県 GT による観光地域振興
・Montecristi の県 GT による観光地域振興
・Moncion の市テリトリアルグループによるコミュニティデスティネーションの開発
・Manzanillo の市テリトリアルグループによるコミュニティデスティネーションの開発
・シバオ北西部のサーキットの観光情報にかかるマテリアルの作成
・観光省シバオ北西部 UTCS の設置と機能強化
・観光省 OPT を中心とした TCS 支援グループ強化
・地域レベル関連組織の支援グループの拡大

【プロモーション】

・地域レベルの域内での博覧会でのプロモーション活動
・地域レベルのドライビングマップの作成
・シバオ北西部の連泊によるツアーの創造

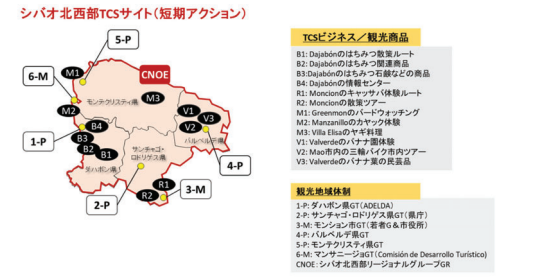


図 4-5：シバオ北西部の TCS サイト（短期アクション向け）

シバオ北西部の中・長期アクション計画の方向性

周遊サーキット上の滞在拠点の充実とその周辺の観光商品の取込み。

シバオ北西部の中・長期のアクション

【TCS ビジネス・観光商品】

・観光商品レベル
・Dajabon 県での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発とサーキットへの巻き込み
・Santiago Rodriguez 県での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発とサーキットへの巻き込み
・Valverde 県での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発とサーキットへの巻き込み
・Montecriti 県での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発とサーキットへの巻き込み
・地域の農業産品を加工したおみやげの開発
・地域のガストロノミー体験やアドベンチャー体験など地域の特徴あるメニューの充実

【観光地域運営レベル】

・Dajabon から Restauracion の国境観光ルートの整備
・Mao から Montecriti のバナナ観光ルートの整備
・サーキット内の観光ルートの特定
・その他テーマ性のあるルートの開発

・Restauracion もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーション開発
・Sabaneta もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーション開発
・Mao もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーション開発
・Villa Bansquez もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーション開発
・シバオ北西部の入り口付近（Epseranza）の地域産品の販売と情報センターの機能を備えた「道の駅」設置の検討
・シバオ北西部での周遊性を高めるインフラの整備

【プロモーション】
・各県の観光省事務所担当と地域 UTCS の連携による観光情報システムの充実
・国内観光博などでのプロモーションイベントでのシバオ北西部のプロモーション活動
・SNS を使ったシバオ北西部の TCS 関連の発信

4-3 シバオ北東部の活動計画

シバオ北東部（COE）4 県のサマナ県(SAM)、マリア・トリニダッド・サンチェス県(MTS)、ドゥアルテ県(DUA)、ヘラマナ・ミラバル県(HEM)

シバオ北東部の地域の特徴

シバオ北東部は、ヤシの木が特徴的な海岸線が美しいマリア・トリニダッド・サンチェス、高品質のカカオを生産するドゥアルテ、街中の壁画で有名な Salcedo 市のあるエルマナ・ミラバル、ホエールウォッチングからエクスクルーシブなビーチまで豊富な観光資源と独特な文化を持つサマナの 4 県からなる。マリア・トリニダッド・サンチェスの海岸線は、アクセスのよい大小多様なビーチが続く。サマナには便数は限定的だが国際空港があり、サントドミンゴへは高速道路で約 2 時間半とアクセスが良い。



図 4-6：シバオ北東部 4 県の観光開発レベル

シバオ北東部の地域スローガン・コンセプト

100 の多様なビーチと色とりどりの豊かな風景。

シバオ北東部の TCS 推進ビジョンと将来期待される状況

東西に続く海岸線の 100 カ所に及ぶ様々なビーチと、その周辺の神秘的な洞窟や湖が観光客を刺激する。漁村のカラフルな家並み、町中に描かれたアートの壁、濃淡のある豊かな緑と光の差し具合で変わる海の青、ふんだんな海の幸を使った食、色とりどりの風景を楽しみながら多様なビーチを巡り、自分だけの体験を作り上げることができる。

シバオ北東部の短期アクション計画の方向性

アクセス性の高いビーチ観光地や海岸線街道を活用した TCS サイトの改善と、点在するコミュニティ観光拠点の強化。

シバオ北東部の短期のアクション

【TCS ビジネス／観光商品】
・Rio San Juan のマングローブ林ボートツアーの改善
・Laguna Grande の自然体験の改善
・Done Lulu のエコツーリズム体験
・Sanchez からのカヤック体験の改善
・Sanchez の海鮮フェスティバルの改善
・El Limon の滝の散策ルート体験の改善
・Las Galeras のエコルート体験の改善
・地域のガストロノミー体験や特徴ある料理メニューの充実

【観光地域運営】
・Las Galeras とその周辺のコミュニティデスティネーションの開発
・Sanchez とその周辺のコミュニティデスティネーションの開発
・Rio San Juan とその周辺のコミュニティデスティネーションの開発
・Nagua から Rio San Juan（Cabarete まで）の海岸街道の観光ルートの整備

【プロモーション】
・観光省 OPT を中心とした TCS 支援グループの形成と強化
・観光省シバオ北東部 UTCS の設置と機能強化
・地域レベルの関連組織の支援グループへの巻き込み
・地域レベルの域内での博覧会でのプロモーション活動



図 4-7：シバオ北東部の TCS サイト（短期アクション向け）

シバオ北東部の中長期アクション計画の方向性

海岸街道の通過型から滞在型への広域観光地化促進と内陸部周辺の多様な観光資源の取込みによる周遊ルートの強化。

シバオ北東部の中長期のアクション

【TCS ビジネス・観光商品】
・Loma Quita Espuela 自然保護区での散策ツアーの改善
・Loma Guaconejo 自然保護区での散策ツアーの改善
・カカオ農園を活用したコミュニティ体験の創造
・Santa Barbara 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・Salcedo 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・Nagua 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・San Fransisco 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・ビーチとその周辺でのコミュニティツーリズム推進事例の活用
・地域産業を活用したコミュニティ体験の創造
・地元資源を活用した民芸品の充実

【観光地域運営】
・Cabrera とその周辺のコミュニティデスティネーションの開発
・Santa Barbara de Samana とその周辺のコミュニティデスティネーションの開発
・Las Terrenas とその周辺のコミュニティデスティネーションの開発
・Sanchez‐Las Terrenas‐Santa Barbara de Samana – Las Galeras の観光ルートの整備

・Salcedo から Gaspar Hernández の観光ルートの整備
・Nagua/Arenoso から Salcedo（Moca や La Vega まで）の観光ルートの整備
・Sabaneta もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーションの開発
・地域産品の販売と情報センターの機能を備えた「道の駅」設置の検討
・シバオ北東部での周遊性を高めるインフラの整備

【プロモーション】
・各県の観光省事務所担当と地域 UTCS の連携による観光情報システムの充実
・国内観光博などでのプロモーションイベントでのシバオ北東部のプロモーション活動
・SNS を使ったシバオ北東部の TCS 関連の発信

4-4 シバオ南部の活動計画

シバオ南部（CS）3 県のラ・ベガ県(VEG)、モンセニョール・ノエル県(MON)、サンチェス・ラミレス県(SRA)

シバオ南部の地域の特徴

ラ・ベガ、モンセニョール・ノエル、サンチェス・ラミレスからなるシバオ南部は、海には面していないが、カリブ最高峰のピコ・ドゥアルテ山の麓から 3 方向に流れ込む源流がある山間部に位置し、ドミ共最大のダムをはじめとした北部地域の水の供給源となっており、観光資源として活用できる滝や水浴び場が点在する緑豊かな地域である。多様な気候と相まって多種多様な農作物の生産地でもある。主な観光地は、渓流下りが楽しめる避暑地であるハラバコア、コロンブス時代の遺構やカーニバルで有名なラ・ベガ、標高 1200m の盆地に位置しバジェヌエボ国立公園の入り口でもあるコンスタンサ、文化活動が盛んなボナオ、農産品の集約地のコトゥイなどである。観光省はこれらの観光地に事務所を配置している。



図 4-8：シバオ南部 4 県の観光開発レベル

シバオ南部の地域スローガン・コンセプト

自然の恵みへの感謝とカリブ最高峰の麓、「シバオの水源」。

シバオ南部の TCS 推進ビジョンと将来期待される状態

山間部に点在する内陸の観光地として、コミュニティがそれぞれの異なる気候や風土に特徴づけられた観光商品を提供し、訪問者はビーチ観光とは異なるユニークで多様な体験や地域の豊かな農作物を使った料理や地域産品を堪能する。観光地間のアクセスが良く首都とサンチャゴを結ぶ高速道路からも気軽に楽しめる TCS サイトから、特徴的な文化や歴史の体験や国立公園の特異な自然をじっくりと楽しむツアーまで、シバオ南部の観光地を結び連泊して楽しむツアーも提供されている。

シバオ南部の短期アクション計画の方向性

域内の既存の主要観光拠点とコミュニティツーリズムサイト間のつながりを強化し新たな観光体験の提示と主要街道からの訪問客の流れを創造。

シバオ南部の短期のアクション

【TCS ビジネス・観光商品】
・Rio Blanco のエコツーリズム体験の改善
・Salto de Jima のガイド組合による自然散策ツアーの開発と商品化
・Cotui 周辺の洞窟体験の開発と商品化
・Loma Miranda の自然体験の開発と商品化
・La Vega 市内のガイド付きツアーの開発
・Sonido de Yaque の女性グループによるコミュニティツアーの開発と商品化
・Salto de Jimenoa Uno の自然散策路の改善
・Valle Nuevo 国立公園内の散策ツアーの改善
・Saltos Blancos とその周辺コミュニティの散策ルートの開発
・Constanza のアグロツーリズム開発と商品化

【観光地域運営】
・Constanza と Jarabacoa 間の景勝ルートの整備
・Piedra Blanco から Cotui までの観光ルートの整備
・Jarabacoa から Manabao までの観光ルートの整備
・Santo Cerro のコミュニティデスティネーションの開発
・Manabao のコミュニティデスティネーションの開発
・Constanza のコミュニティデスティネーションの開発
・観光省 OPT と INFOTEP アドバイザーによる TCS 支援グループの形成と強化
・5 カ所の観光省 OPT の機能強化
・観光省シバオ南部 UTCS の機能強化

【プロモーション】
・各県の関連組織による県観光プロモーションの支援
・シバオ南部の地域グループの形成と強化
・域内での博覧会（Expo La Vega、Expo Bonao）でのプロモーション活動
・シバオ南部の特徴やテーマを反映させた観光情報にかかるマテリアルの作成
・高速道路や観光ルート上の情報センターの設置



図 4-9：シバオ南部の TCS サイト（短期アクション向け）

シバオ南部の中長期アクション計画の方向性

観光拠点での滞在時間を延ばすためのユニークでテーマに関連させた多様な観光拠点の充実と、拠点間の連携を促進させながら内陸観光の特性を強調した広域観光地域の発信。

シバオ南部の中長期のアクション

【TCS ビジネス・観光商品】
・Jarabacoa 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・Constanza 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・La Vega 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・Bonao 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・Cotui 市内や周辺での新たな TCS サイトの特定やポテンシャルの開発
・地域の農業産品を加工したおみやげの開発
・地域のガストロノミー体験や地域の特徴あるメニューの充実
・コミュニティによるアドベンチャーツアーの開発

・シバオ南部での周遊性を高めるインフラの整備

【観光地域運営】
・Jarabacoa から北部に抜ける観光ルートの整備
・Constanza から南部に抜ける観光ルートの整備
・Cotui から北部に抜ける観光ルートの整備
・Cotui から北西部に抜けるダム群観光ルートの整備

その他テーマ性のあるルートの開発

・Constanza もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーションの開発
・Jarabacoa もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーションの開発
・La Vega もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーションの開発
・Bonao もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーションの開発
・Cotui もしくはその周辺を拠点としたコミュニティデスティネーションの開発
・地域産品の販売と情報センターの機能を備えた「道の駅」の設置

【プロモーション】
・各県の観光省事務所担当と地域 UTCS の連携による観光情報システムの充実
・国内観光博などでのプロモーションイベントでのシバオ南部部のプロモーション活動
・SNS を使ったシバオ北西部の TCS 関連の発信

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

Ministerio de Turismo República Dominicana
INFOTEP
JICA

添付資料9

TCS推進戦略アクションプラン
モニタリング報告書
（和語／西語）

TCS 推進戦略アクションプランモニタリング報告書

2022 年 2 月

本ドキュメントでは、これまで半年ごとのモニタリング報告書にて記載していた TCS 推進戦略の戦略軸に沿って作成したアクションプランのモニタリングの結果を記載したものである。プロジェクトの完了報告書とは別にモニタリングを行った意図としては、プロジェクトは終了するものの、TCS 推進戦略のアクションはこれからも継続されることを想定しているためである。

アクションプランの実施から得られた具体的な成果について、TCS 推進ビジョンの 6 つの戦略軸に沿ったアクションプランの進捗とこれまでの成果を整理する。

本プロジェクトでの実践の活動から TCS を支援するテーマとして 6 つの戦略軸を立て、アクションプランとして活動を実施してきた。その流れから TCS 推進ビジョン 2030 と戦略軸下の施策案に整理し、今後の方向性を示した。TCS 推進ビジョン 2030 はすでに実施が進められているという位置づけにもなる。北部地域での強化、その経験とノウハウを活用して南部地域への展開が次のステップとなり、これまでの成果は各戦略軸を実施していくために活用できるものである。

戦略軸ごとの活動進捗と成果

本項では、6 つの戦略軸の活動について、各戦略軸ごとの活動の進捗・成果を報告する。これまでのモニタリング報告書では、約半年ごとに設定したマイルストーンに対応した進捗状況を報告してきたが、今回はプロジェクト終了の前月である 2022 年 2 月までの活動の進捗・達成状況を、2021 年の「期待される状態」と「期待される成果」に対応して記載する。

(1) 戦略 1：TCS ビジネス支援

L1	マーケティングサイクルに基づき、地元資源を活用した観光ビジネスの強化
2021 年の「期待される状態」	北部地域で 30 件以上の TCS 商品が開発・販売・プロモーションされ、マーケティングサイクルに基づいた TCS 生産ユニット（UP）のビジネス起業や改善のための手順や方法がシステム化されている。
2021 年の「期待される成果」	L1-1：個別 TCS ユニットのビジネス強化を行う（合計で 30 件）。 L1-2：個別 TCS ビジネスのグッドプラクティスを抽出する（毎年 4 件）。 L1-3：個別 TCS ビジネスの開発手順・手法・ツールなどをシステム化する。
実施責任（C/P）	MITUR の OPT/UTS 地方事務所

L1-1：個別 TCS ユニットのビジネス強化

2020 年前半から続くコロナ禍により、2021 年前半までは国際観光客は激減し厳しい状況が続いたが、国内の観光客の増加や徐々に回復してきた国際観光客により、2021 年 5 月以降全体としても 2019 年のレベルに回復しつつあり、支援をしているほとんどの TCS サイトは以前のようなビジネスが回復し、一部では以前よりも好調である。感染症拡大防止措置への支援に加え、新たなマーケット向けの商品多様化や体験の質向上などの支援を実施した。これまでに支援をしてきた 36 件の UP のうち、2021 年中に 31 件でミニプロジェクトを実施した。ミニプロジェクトの内容としては、商品の改善、新規商品の追加、標識の設置、プロモーションマテリアルの作成、簡易インフラの整備、簡易備品の整備、ガイドの育成などである。シバオ北西部で 11 件、シバオ北部で 11 件、シバオ北東部で 5 件、シバオ南部で 5 件である。31 件の UP を支援したが、プロジェクト終了までの目標としていた 30 件の UP 支援は全体として達成した。

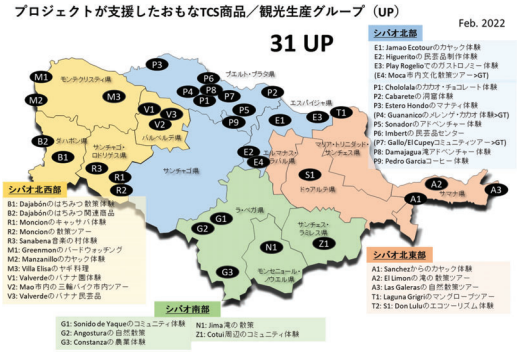


図 1：プロジェクトが支援した主な TCS 商品／観光生産グループの地図（2022 年 2 月更新）

L1-2：個別 TCS ビジネスのグッドプラクティスの抽出

31 の UP とそこでの取り組みをまとめた UP とその活動の紹介を整理したメモリアを作成した。支援した活動をベースに個別実践ガイドラインを作成し、その中でいくつかの事例の紹介もおこなった。また、2021 年 11 月には、DPP が関係 5 局（観光デスティネーション局、観光振興局、国際協力局、技術局、観光品質局）と協議を行い 7 分野でグッドプラクティスの評価を行い、優秀賞を選定したことから、それらのプロセスを整理したドキュメントを作成した。2019 年までに 2 回実施した経験を活用し、2021 年は観光省で全体で取り組むことを重視し、評価に当たっては、各局から 2 名ずつ参加しシバオ北西部とシバオ北部への実際の訪問を支援した。商品の体験と関係者への聞き取りを行うとともに訪問ができなかったシバオ南部とシバオ北東部の事例紹介はオンラインで行った。50 の事例で評価を行い、最終的に 7 分野でのグッドプラクティスの表彰を行った。

L1-3：個別 TCS ビジネスの開発手順・手法・ツールなどのシステム化

個別 TCS ビジネスにかかる開発手順・手法・ツールを含むマニュアルや実践ガイドラインについては、一昨年に作成し、INFOTEP に研修プログラムとして登録したマテリアルをもとに、再度、個別の UP を支援するためプロセスから、開発レベルにあった支援内容を整理した。これらの支援ツールはこれまでの実践に基づいて作成したものであり、今後の支援の継続や新たな支援、また他地域への横展開へも活用できるものを想定したものである。

(2) 戦略 2：観光地運営能力強化

L2	観光ルートやコミュニティ・デスティネーション開発のための観光地域運営能力の強化
2021 年の「期待される状態」	北部地域のサブリージョンで形成されたリージョナルグループ（GR）が支援し、観光ルートやコミュニティ・デスティネーションの主体となるテリトリアルグループ（GT）が 8 件以上形成され、その支援や能力強化の手順や方法がシステム化されている。
2021 年の「期待される成果」	L2-1：テーマ性のあるルートまたはコミュニティ・デスティネーションの開発やプロモーションを担う 8 件以上のテリトリアルグループ（GT）を形成し強化されている。 L2-2：GT の形成や能力強化の手順・手法・ツールがシステム化されている。 L2-3：サブリージョンで TCS ビジネスの UP や観光地域運営グループの GT を支援し、広域の観光地域ブランドの構築を目指すリージョナルグループ（GR）が形成され、能力・機能が強化されている。
実施責任（C/P）	MITUR の OPT/UTS 地方事務所

L2-1：テーマ性のあるルートまたはコミュニティ・デスティネーションの開発やプロモーションを担うテリトリアルグループ（GT）の形成と強化

2020 年前半から猛威を振るった新型コロナ感染症の拡大により、ほとんどの GT の活動は停止していたが、2020 年中に行ったプロトコル導入や地域資源の価値の再認識の活動、またコロナ禍後の需要に対応すべく新たな商品開発などの取組みを進めた。2021 年中盤に観光活動がコロナ禍前の状況にほぼ戻り、経済活動もほぼ通常化してきたことから GT への支援も感染症拡大防止措置を取りながらミニプロジェクトの実施を継続させた。GT として特定した地域の観光クラスターや県観光開発委員会などが将来対象地域の観光地運営の主体組織となっていくための基盤つくりをおこなった。シバオ北西部では、Valverde 県、Santiago Rodriguez 県、Dajabon 県、Montecristi 県の 4 件の県レベルと Moncion の市レベルの GT を支援、シバオ北部では、Moca、Jamao al Norte、VYP のパノラマルート、Guanaico の UMPC の 4 件、シバオ北東では、Rio San Juan 市と Las Galeras 市の 2 件、シバオ南部では、Constanza のクラスター、Monseñol Noel と Sanchez Ramirez の観光開発委員会の 3 件を支援した。合計で 14 件の GT を支援した。これらに GT に対しては、アクター や商品間の関係性を高め、観光地としての価値を高めることを目的に、地域資源カタログの作成と発表、地域ツアーの開発やマテリアルの創造、地域イベントの開催、プロモーション活動を支援した。

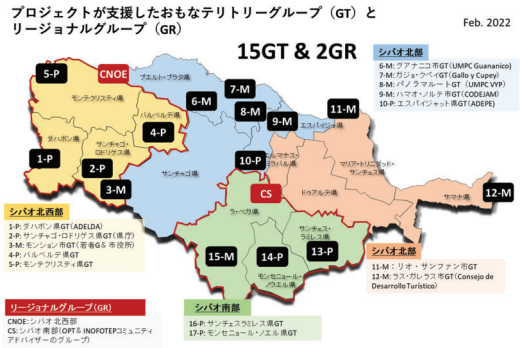


図 2：プロジェクトが支援したおもなテリトリアルグループとリージョナルグループ

L2-2：GT の形成や能力強化の手順・手法・ツールのシステム化

観光地域運営体制支援マニュアルについては、観光省観光デスティネーション局と DPP 職員からなるマニュアル作成チームを形成し、そこに外部識者を加わえ作業を行った。新たに配置された観光省デスティネーション局職員の能力強化を意識し、定期的に議論の場を持ちながら引き続き協同で作業を行ってきた。観光省の地域事務所の人材を中心に、観光地域運営体制を支援する人材向けのマニュアルと事例集を作成した。

L2-3：サブリージョンでの広域の観光地域ブランドの構築を目指すリージョナルグループ

(GR) の形成と、能力・機能の強化

リージョナルグループ (GR) での活動としては、プロジェクトがイニシアチブを取り、シバオ北西部とシバオ南部に複数県の組織で構成される GR を形成し、TCS のサイトや他の観光アトラクションをつないだサーキットを提案し、それを具体化する活動を実施してきた。シバオ北西部については、「味のエッセンス」のスローガンのもと、プロジェクト初期に地域の資源カタログを作成し、各県での特徴あるルートをつないだサーキットとその推進戦略の提案を行った。広域マップの制作のための情報整理をおこない、主要なアクター間での域内交流活動などをおこなった。プロモーション活動としてはインフルエンサーや観光省関係者向けのファムトリップを実施した。シバオ北西部の観光省地域事務所が今後継続して広域での推進戦略を実施してくことを想定している。シバオ南部の GR は、3 県からの代表的な組織により構成されており、「シバオの源泉」のスローガンのもとで 3 県を周遊するサーキットの振興を目的とした。これまで定期的に GT のリーダーが GR のメンバーとして参加し、毎月の定例会議で活動の調整や進捗確認を行い、広域観光マップの作成と各県での発表を行った。プロモーションビデオによるプロモーションを実現した。シバオ北西部同様、観光省の地域事務所が引き続き調整支援を行っていくことを想定している。

(3) 戦略 3：プロモーションと商品化

L3	TCS ポジショニングのためのプロモーションと商品化の機能強化
2021 年の「期待される状態」	北部シバオ地域の TCS 商品のプロモーション活動が MITUR や民間の協力によって促進され、国内や海外の複数のマーケットに向けて実施されている。
2021 年の「期待される成果」	L3-1: コロナ禍での地域の状況や観光のトレンドの分析調査結果を踏まえた短期アクションのための戦略アプローチが提示される。 L3-2: コロナ禍での状況分析調査や戦略アプローチに基づいた 5 つのパイロットアクションが作成され実施されている。 L3-3: TCS と北部地域デスティネーションのプロモーション戦略が策定されている。 L3-4: TCS に関する 20 以上の TCS の記事が掲載される（年間）。
実施責任 (C/P)	MITUR プロモーション局、広報局

L3-1: コロナ禍での地域の状況や観光のトレンドの分析調査と戦略アプローチの提示

2021 年前半観光活動が停滞し国際観光客が激減するなかで、現状把握をもとに新たな日常をふまえた観光のトレンドについて分析し、短期的な 3 つの戦略アプローチを提示し、9 つのアクション案を提示した（1.近郊観光の誘致と国内観光マーケットに向けたオファーの修正、2.セグメント化したマーケットと特化した商品による国際観光への導入、3.新たな環境におけるポテンシャルのあるマーケットに向けた ICT の活用）。国際観光の動向は引き続き新型コロナの感染拡大状況により大きく左右されるが、このような状況下でわかってきたことを踏まえ、地域のアクターの意識を高めるため UP と GT の関係者に対してデジタルマーケティングの能力強化を行った。

L3-2: 戦略アプローチに基づいたパイロットアクションの作成と実施

2021 年はコロナ禍もふまえた TCS プロモーションの 3 つの戦略下、それぞれ 3 つのパイロットアクション、合計 9 つのパイロットアクションを計画・準備・実施を行った。戦略 1 の「近郊観光の奨励」では、1. サブリージョンごとの観光マップ作成と観光情報の充実化、2. 国内特定マーケット向けシバオデスティネーションの発表、3. 広域サーキットと新 3S コミュニティツーリズムに基づくプレストリップ、戦略 2 の「特定商品の国際マーケットの導入」では、4. TCS 推進オーディオビジュアルマテリアルの作成、5. 持続可能な観光に特化した OTA などとの連携、6. 国際フェアーへの試験的な参加、戦略 3 の「ICT の活用」では、7. シバオデスティネーションのデジタルキャンペーン、8. TCS のバーチャルツアーの造成、9. SNS を使ったデジタルマーケティング戦略、である。これら 9 件のパイロットアクションのうち、8 のバーチャルツアー造成は準備段階までであったが、8 件を実施し、その結果を取りまとめ戦略に結び付く教訓を抽出した。

L3-3: TCS と北部地域デスティネーションのプロモーション戦略の策定

3 つの仮戦略下実施した 8 つのパイロットアクションの成果から得られら教訓を踏まえ、TCS 推進ビジョン 2030 に戦略を反映させた。コロナ禍におけるこれまでの状況と今後のウィズコロナでのトレンドを分析し、ITC を活用し戦略的なマーケットにむけた TCS のポジショニングの向上を戦略軸とした施策とアクションを提示した。

L3-4: TCS に関する記事の掲載

2021 年中にプロジェクト活動にかかる記事（デジタルと新聞）の掲載が 74 点、ラジオでの紹介が 4 点、Youtube での紹介が 9 点、全体で 87 点あった。2021 年からプロジェクトの広報強化し、観光省広報部と協力して作成した広報ビデオクリップを 5 件制作した。国内プロモーション局と協力したマスコミやインフルエンサーを招待したファムトリップによりプロジェクト活動の記事や TCS サイトを取り上げた発信が多くなり、高い効果が発現された。

(4) 戦略 4：観光人材育成

L4	観光人材育成に関するコーディネーション能力の強化
2021 年の「期待される状態」	TCS 人材を育成する 5 つの研修プログラムでは、コミュニティ、UP、GT を支援するための研修が整備され、地域のニーズに基づき研修実施の調整を行う窓口が設置されている。
	2018 年からの累計で 2000 人以上が研修プログラムを通して TCS 推進に関係する人材として育成されている。
2021 年の「期待される成果」	L4-1: TCS テーマに特化した人材プログラム（TCS 研修）で、実施の調整、モニタリング、評価が行われる（毎年 50 人）。 L4-2: TCS に関連する研修（TCS 関連研修）で、実施の調整、モニタリング、評価が行われる（他の関係組織を含めた TCS 関連研修に毎年 400 人）。 L4-3: TCS に関連する新しいテーマ別プログラムを具体的に計画・試験運用し実用化する（合計で 5 テーマ）。 L4-4: 地域コミュニティで TCS に関する啓発活動が実施される（毎年 400 人）。 L4-5: TCS に関連するプログラムを実施するために INFOTEP および関連組織の教師やコーディネーターの能力が強化される（毎年 20 人）。 L4-6: TCS 推進研修の体系化とニーズに対応するためのメカニズムが提案される。
実施責任 (C/P)	INFOTEP 北部事務所

L4-1: TCS テーマに特化した人材プログラム（TCS 研修）の実施、モニタリング、評価

2021 年中に実施したプロジェクトがデザインした TCS テーマに特化した研修としては、「観光地域運営のためのリーダー育成研修」(バルベルデ県で実施し 21 人が参加)、「TCS 運営研修」(Sanchez Ramirez 県の Gaia ガイドグループ、25 人の参加) があった。TCS に特化した研修へ参加し、INFOTEP の修了書を得たのは合計で 46 人であった。INFOTEP に正式登録した TCS テーマに特化した研修は、研修期間が長く、一定の人数により組織化されたグループに対して実施されるため開催のハードルが高いこともあり、広く実施されるには至っていない。いくつかのテーマに特化した短期研修などの提案も行っている。

L4-2: TCS 関連研修の実施、モニタリング、評価

TCS に関連する研修やセミナーについては、INFOTEP の研修をはじめ、プロジェクトでも独自に実施したもの、他組織により実施したものが含まれる。参加型による観光標識作成のための研修、ビジネスプラン作成研修、デジタルマーケティング研修、SNS を活用したプロモーション研修などに 726 人が参加した。オンラインでの実施も実施してきたが、対面式の研修の方が学びも早く、参加者の理解度に合わせて研修が進められるほか、参加者間での学びの共有や関係構築による現場でのアクションにむけた基礎作りにもなった。一方、集合するためのロジや時間の順守などロジや効率の面で劣る面もある。オンライン式と対面式をうまく組み合わせ、効果的な研修実施の枠組みが組み立てられるとよい。

L4-3: TCS に関連する新しいテーマ別プログラムの立案と試験運用による実用化

2021 年からは新たな研修として、環境省と協力したローカルガイドの認定にかかる研修の整理と観光危機管理研修のマテリアルづくりをおこなった。ローカルガイドへの研修については、観光省、環境省、INFOTEP が異なる枠組みや理解を持っているところから問題提起を行い、実際の環境省が実施している 6 つのモジュールからなる自然保護区内でのインタプリターガイドの研修の改善として、研修内容のドキュメント化やプログラム内容の改善支援を行った。各組織で異なるローカルガイド・インタップリター・サポーター間の整合性やローカルガイドの認証制度を踏まえた人材育成プロセスの提案を行った。この作業に当たっては、環境省、観光省、INFOTEP 間でワーキンググループを形成し作業を進めた。また新規研修として観光危機管理研修のためのガイドラインの作成を行った。コロナ禍で作成した感染症拡大防止のためのプロトコルやこれまで課題となっていたハリケーンや水害などの災害に対するレジリエンスの向上を目的に、日本で取り入れ手られている 4R (減災：Reduction、備え：Readiness、対応：Response、復興：Recovery) の考えをベースに県州マテリアルの基礎となるマテリアルの作成を行った（L6 とも関連）。

L4-4: 地域コミュニティで TCS に関する啓発活動の実施

TCS 推進活動を通してコミュニティ、地域、中央のレベルの人々への TCS にかかる啓発活動を行った。2021 年には 1037 人に対して TCS 啓発にかかる活動を行った。TCS に関する研修に含まれない短時間の講義や TCS 紹介、オンラインセミナーや UP でのモニタリング活動などが含まれる。オンラインで実施できるようになったことも人数の増加につながった。TCS に特化した啓発マテリアルに関しては、TCS を支援するコーディネーターやファシリテーターが活用できるマテリアルの作成を行い、マニュアルの中に組み込んだ。またこれらは INFOTEP の研修でも直接使うことを想定している。

L4-5: INFOTEP および関連組織の教師やコーディネーター等の能力の強化

ファシリテーターに関して、特別に TCS に関する能力強化の研修は実施しなかったが、INFOTEP のファシリテーターを育成するための方法論研修の準備を支援し、15 人の TCS 関係者が 2021 年 9 月からオンラインにて講義を受講し修了した。実地の研修を経て正式に講師として登録される。またプロジェクトの CP 向けにオンライン研修「日本の経験から学ぶコミュニティツーリズム」を 2021 年 11 月に開催し、最終的に 10 人が修了した。INFOTEP の現役ファシリテーターも 2 人参加した。2022 年 1 月に持続的な開発研修には合計で 40 人が登録し、29 人が修了した。また 2022 年 2 月に TCS のプロフェショナルとコミュニティの交流の場も作り、プロジェクトの成果を今後活用していく場とツールの紹介を行った。

L4-6: TCS 推進研修の体系化とニーズに対応するためのメカニズムの提案

TCS 推進研修の体系化について、全体の体系化やメカニズムについて整理し仮の提案を行った。TCS 推進戦略 Vision2030 の中で、戦略軸の 1 つとして TCS 人材育成の強化を盛り込み、これまでにプロジェクトの支援で形成してきた TCS に特化した研修や関連する研修を有機的に結び付け、施策として実施する基礎を提案した。またこれまでに育成した講師や今後期待できる講師候補などを活用するプラットフォームとして人材育成研修のカタログや講師カタログを作成しその使い方を提案した。このような具体的に使えるツールとシステムにより今後北部地域での継続と他地域への横展開が可能となるメカニズムとなっている。

(5) 戦略 5：調整・モニタリング体制の強化

L5	持続可能な実施・調整・モニタリング体制による TCS 推進モデルの普及
2021 年の「期待される状態」	観光省内の調整、省庁間や官民の連携、中央・地方間の調整を行う体制が整備され、TCS 推進の戦略、政策、プログラムが適切に実施されモニタリングされている。
2021 年の「期待される成果」	L5-1:観光省において TCS 推進のための調整を行う中央の実施ユニットと地方の TCS 地域事業所が設置され、担当者が配置されている。 L5-2: TCS 戦略実施のための中央調整テーブルが形成され、機能強化が実施されている。 L5-3: 上位戦略（観光開発マスタープランやマルチデスティネーション戦略）に組み込まれるよう、TCS 推進戦略の修正案と最終案が提示されている。 L5-4: TCS の方法論ドキュメント（手順、手法、ツール）や関連地図が取りまとめられ、提出されている。 L5-5: TCS 商品や地域観光を促進するための観光インフラ整備に関係するプロジェクトの調整がされている。候補リストが作成され、一部のプロジェクトで計画、デザイン、パイロット実施に向けた調整がされている。 L5-6: グッドプラクティスの共有・活用を促進するための表彰イベントが開催されている。
実施責任 (C/P)	MITUR プロジェクト計画局

L5-1: 観光省での TCS 推進実施ユニットと地方の TCS 地域事業所の設置

観光省内での TCS 推進体制は、2020 年 8 月以降省内全体の体制再編成を経て、DPP を中心に他局との協力を強化していくことが確認された。それまでの過程で、DPP 内に TCS 支援に特化した局と地方ユニットの設立をする方針でその正式化に向けたドキュメントの準備と局内調整（総務省 MAP への登録や省令の準備）を支援してきた。新体制下では他局との協力がより進み、2021 年 8 月からは TCS 推進を図るためのワーキンググループが形成された。DPP が主導し、関係局である観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、観光品質局の技術レベルの担当が加わり、最初の活動としてグッドプラクティスの表彰を目的に評価作業を行った。これらの過程を経て、DPP と観光デスティネーション局が中心となり、TCS 推進体制の強化や TCS 推進ビジョン 2030 の実施が約束された。地域では、地方事務所の管轄である観光デスティネーション局が主導し、地域レベルの事務所を中心として県レベル事務所を指導し、UP や GT の特定、技術支援、モニタリング等を行っていく体制を構築していくこととした。

L5-2: 中央調整テーブルの形成と機能強化の実施

中央調整テーブルの形成については、本プロジェクトで唯一、当初想定していた形で進められなかった活動である。観光省局内での複数局での体制は DPP 主導で形成され、また関連組織とのバイでの関係性は構築し、具体的な活動を進めたが、全体での複数間による中央テーブルを構築しての実施体制形成の最終的な合意には至っていない。各組織の支援ツールを整理したカタログや担当者との連絡・協力体制が構築できた。

L5-3: TCS 推進戦略の修正案と最終案が提示

TCS 推進戦ビジョン 2030 の草案を、観光省内のワーキンググループで作成した。ドミニカ共和国の観光開発での TCS を推進する意義と目的を明らかにし、アルタナティブな観光開発として劣化する観光地の新たな価値創造やこれまで観光に取り組んでこなかった地域における観光開発のきっかけとして TCS 推進の重要性を示した。コロナ禍の状況やこの後のマーケットのトレンドを踏まえ、とともに内容の修正を行っていくこととしている。6 つの戦略と 30 の施策案を示しており、それを実施するためのアクションや実施体制の提案も含まれている。また TCS 推進戦略ビジョン 2030 の地域開発計画の事例として北部地域活動計画を提案した。

L5-4: TCS 推進方法論ドキュメントや関連地図の取りまとめ

TCS 推進のための方法論ドキュメントについては、TCS コミュニティビジネスガイドラインと観光地域運営体制ガイドラインを中心に、個別実践ガイドラインを活動ベースで作成した。ガイドラインはそれを使うターゲットを特定し、個別実践ガイドラインを含めた手順やツールを整理したものである。全体で 5 件のガイドライン、18 件の個別実践ガイドランを作成した。これらは TCS 推進戦略ビジョン 2030 を実現していくツールでもあり、これまで取り組んできた北部地域での活動を継続させ強化していくとともに、他地域へ応用していくことにも活用ができる。主に、現場で TCS 推進を担う観光省や職業訓練庁のコーディネーター、アドバイザー、ファシリテーターが活用していくことを想定している。

L5-5: TCS に関連した観光インフラ整備に関係するプロジェクトの形成

これまでの観光インフラ整備では、地域住民の参加がないため整備の運営や維持が適切にできなかったり、利用がされなかったりという課題があったが、計画段階から地域住民が参加することで地域にとっても価値のある観光施設にしていきたいとしていた。本活動としては DPP のスタッフが TCS で支援をしているグループからの要望をふまえて、自然保護区と関連したサイト整備の計画案、日本の道の駅のアイディアを取り上げた休憩サイトの計画案を提案した（未実施）。また、TCS のサーキットやルートの案内板の設置計画案の策定もおこなった。2022 年 1 月に実施したドローンによる観光ポテンシャルの特定調査能力強化研修に一環で、アトランティック海岸街道の一部である Rio San Juan 周辺の現地調査を実施し、Rio San Juan の TCS の取組み（GT と Laguna GriGri の UP）への支援強化を行っている。

L5-6: グッドプラクティスの共有・活用を促進するための表彰イベントの開催

TCS のグッドプラクティスの抽出と発表は、観光省内で DPP が主導し、関係局である観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、観光品質局との間でワーキンググループを形成し実施した。当初は 9 月の「世界観光デー」でのグッドプラクティスの表彰を目的に評価作業を開始し、ワーキンググループの現地訪問による評価を通して認識を関係者間で共有した。シバオ北西部へのファムトリップ（12 人参加し、2 泊 3 日で 8 月下旬）とシバオ北部へのファムトリップ（14 人参加し、2 泊 3 日で 9 月中旬）を実施した。11 月に観光省でこれらの局の局長が参加し、7 つのカテゴリーにて選ばれた UP や GT の代表が表彰された。これら選定されたグッドプラクティスの事例とそれまでのプロセスや基準を整理したドキュメントを作成した。またグッドプラクティスの事例として取り上げた Jamao Ecotours では、TCS ビジネス強化研修先として他の UP のアクターを受け入れ、好事例の紹介、方法論、課題への対処方法などより具体的かつ実践に沿って学ぶ交流研修として INFOTEP のプログラムで実施した。3 グループ（Las Galeras、Kayak Lorenzo、Papilucho）から計 15 人が参加した。

(6) 戦略 6：レジリエンスを高めるための能力強化

L6	コロナ禍からのリカバリーと TCS におけるレジリエンスの強化
2021 年の「期待される状態」	コロナ禍での緊急対応が適切に実施され、回復に向かった取り組みが継続している。 コロナ禍の影響をふまえプロジェクトの上位目標の達成への道筋がつけられている。 コロナ禍の環境をふまえ、ポストコロナを見据え TCS 関係者のレジリエンスを高めるパイロットアクションが実施されている。
2021 年の「期待される成果」	L6-1: 策定された「コロナ感染拡大症防止プロトコル導入ガイドライン」の導入や防護具などの供与が行われ、継続したモニタリングとフォローアップが実施される。 L6-2: UNWTO との協力により、With・Post コロナ時代での持続的な観光の復興にかかる提案がなされ、中長期的なアクションが示される。 L6-3: TCS 関係者のコロナ禍での環境や多様な危機に対するレジリエンスを高めるためのパイロットアクションが立案され、実施され、モニタリングされる。
実施責任 (C/P)	MITUR プロジェクト計画局

L6-1: コロナ感染拡大症防止プロトコル導入指導とフォローアップ

感染症拡大防止策について、2020 年にガイドライン作成・普及と第 1 回の防護具等の配布を行い、2021 年 2 月までに完了させた。直接の裨益者は、52 グループ、1,727 人であった。その後継続して感染症対策のための指導を継続させ、第２回の配布は、28 グループ、1,515 人に対して行い、2021 年 8 月末までに配布を完了させた。コロナ禍で適切な感染症対策を取り訪問客を受け入れる体制を各 UP・GT で構築し、継続したモニタリングを行いながら場面場面のニーズに対応することができた。

L6-2: UNWTO によるリカバリープログラムの実施支援

UNWTO のリカバリープランの策定については、UNWTO との再委託契約を結び、専門家グループの選定を経て、2021 年 11 月から業務が実施された。契約期間の関係もあり、短期間に凝縮して活動が行われた。5 つの項目（観光中小企業支援、国際マーケティング戦略、観光商品多様化、観光マーケットインテリジェンス、観光レジリエンス構築）について現地調査およびワークショップやセミナーが行われた。対象地域が全国であるため、観光省と協議して選定された 5 か所の優先サイト（北部のプエルトプラタとサマナ、南部のペデルナレス、東部のミチェ、中央のサントドミンゴ）を対象として詳細調査が行われた。2022 年 2 月にステアリング委員会を開催し、観光省を中心とした関係者にその調査報告を行った。

L6-3: レジリエンスを高めるためのパイロットアクションの実施

レジリエンス強化のためのパイロットアクション 4 件を実施した。1. 「TCS 向けの観光危機管理ガイドラインの整備」は、観光危機管理の 4R の視点をふまえたガイドラインの策定とその実践研修を計画したが、ガイドライン案の策定までとなり、INFOTEP の危機管理研修のマテリアルとして提供するにとどまった。2.「地元資源や観光施設を活かすドローンを使ったサーキットデザインのための能力強化」は、機材の購入と DPP スタッフ（6 人）への技術研修を実施し、北部アトランティック海岸街道の Rio San Juan での実地調査を行った。3.「ファシリテーター向けオンライン研修の環境整備」では、整備対象の事務所の 5 カ所（観光省プエルトプラタ事務所と中央の DPP、INFOTEP のサンチャゴ北部事務所、サンフランシスコ北東部事務所、プエルトプラタ支所）にデジタル機材の供与を行い、オンラインやデジタル機材を活用した人材育成研修のための環境整備・改善を行った。4.「世界基準を踏まえた持続可能な観光デスティネーション運営の能力強化」では、持続可能な観光の世界基準の整備と普及を行う GSTC（Global Sustainable Tourism Council）による研修（オンラインによる 2 週間 20 時間）を実施した。参加者は観光省の中央と地方のマネジメントレベルのスタッフ、INFOTEP のアドバイザー、環境省スタッフ、NGO や民間の観光関係者、合計 40 人が参加し、最終的に 29 人が修了した。ライブセッションではグループに分かれて 4 つの主要テーマで議論を行い、理解を深めた。



図 3：戦略軸ごとのプロジェクト成果のまとめ

ドミニカ共和国北部地域における持続的なコミュニティを基礎とした観光開発のためのメカニズム強化プロジェクト

活動計画 2020-2021

更新日: 22/02/11

達成度	
5	達成した上、予定よりも進んだ。
4	予定通り達成した。
3	一部達成できなかったが、時間や資源があれば達成できる見込み。
2	達成できていないところがあり、今後も一層の努力が必要。
1	達成の見通しが立っていない／計画変更の検討が必要

更新日: 2021/09/30

2021年の「期待される状態」	
	- 「新たな日常」をふまえ「持続的なコミュニティツーリズム」がドミニカ共和国の観光の重要なオファーとして位置づけられ、国内外でプロモーションされている。 - 北部地域（シバオ地域）が、テーマ性のあるルートやサーキットにより主要な観光地と地方のコミュニティ観光サイトが結びつき、訪問者の五感を刺激する新たな体験を特徴とした広域観光として域内外でプロモーションされている。 - 観光省を中心に官民の組織が協働する関係が築かれ、北部地域をモデルとしたコミュニティ、地域、中央の各レベルでコミュニティツーリズムの推進戦略を継続して実行するための十分な機能を備えた体制があり、適切な能力をもつ人材が活躍している。

活動支援ライン１：TCSビジネス支援　　観光省OPT/UTS地方事務所

マーケティングサイクルに基づき、地元資源を活用した観光ビジネスの起業と強化

		#	期待される結果	対象地域	関連テーマ	指標	2017 ベース	2018 実績	2019 実績	2020 実績	2021 実績	2021 目標	実施責任
2021年の期待される状態 L1: TCSビジネスの強化	北部地域で30以上のTCS商品が開発・販売・プロモーションされ、マーケティングサイクルに基づいたTCS生産ユニット（UP）のビジネス起業や改善のための手順や方法がシステム化されている。	L1-1	「新たな日常」をふまえた個別TCSビジネスが合計で30件以上強化されている。	シバオ北部	C1	販売している商品があるTCS生産ユニット（UP)の数		9/16	11/16	11	10	12	MITUR DPP REGIONAL/UTS/OPT
				シバオ北西部	C2		0	5/10	8/10	8	11	10	MITUR DPP REGIONAL/UTS/OPT
				シバオ北東部	C3		0	0/0	2/4	2	5	4	MITUR DPP, (OTS/OPT Regional)
				シバオ南部	C4		0	0/0	2/4	2	5	4	MITUR DPP, (OTS/OPT Regional)
		L1-2	個別TCSビジネスのグットプラクティスが毎年4件以上抽出されている。	全域	L5	紹介されたグットプラクティスの数	0	4	4	0	50	4	MITUR- DPP (UF-TCS)
		L1-3	個別TCSビジネスの開発手順・手法・ツールなどシステム化されている。	全域	L5	開発進捗度	0	40%	80%	80%	100%	100%	MITUR- DPP (UF-TCS)

マイルストーンに対する活動進捗（活動支援ライン１：TCSビジネス支援）

2021年の期待される状態	2022年2月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年3月 マイルストーン	評価	2020年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2020年3月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗
北部地域で30以上のTCS商品が開発・販売・プロモーションされ、マーケティングサイクルに基づいたTCS生産ユニット（UP）のビジネス起業や改善のための手順や方法がシステム化されている。	30件以上のTCS商品が国内外でプロモーションを実施し、訪問客の受入／商品の販売をしている。	5	2020年前半から続くコロナ禍により、2021年前半までは国際観光客は激減し厳しい状況が続いたが、国内の観光客の増加や徐々に回復してきた国際観光客により、2021年5月以降全体としても2019年のレベルに回復しつつあり、支援をしているほとんどのTCSサイトは以前のようなビジネスが回復し、一部では以前よりも好調である。感染症拡大防止措置への支援に加え、新たなマーケット向けの商品多様化や体験の質向上などの支援を実施した。これまでに支援をしてきた36件のUPのうち、2021年中に32件でミニプロジェクトを実施した。ミニプロジェクトの内容としては、商品の改善、新規商品の追加、標識の設置、プロモーションマテリアルの作成、簡易インフラの整備、簡易備品の整備、ガイドの育成などである。シバオ北西部で11件、シバオ北部で10件、シバオ北東部で5件、シバオ南部で5件である。32件のUPを支援したが、2021年末までの目標としていた30件のUP支援は全体として達成した。	30件以上のTCS商品が国内外でプロモーションが実施され、モニタリングされている。	4	2021年前半はコロナ禍での厳しい状況下、国内の観光客などで回復を図った時期を経た後、2021年5月以降国際観光客も徐々に回復し2019年のレベルに回復したこともあり、多くの観光生産ユニット（UP）で訪問客を受けいれた。感染症拡大防止措置の支援に加え、これまでに支援をしてきた32件のUPのうち、29件でミニプロジェクトを立案・実施を行った。ミニプロジェクトの内容としては、商品の改善、新規商品の追加、標識の設置、プロモーションマテリアルの作成、簡易インフラの整備、簡易備品の整備、ガイドの育成などである。シバオ北西部で9件、シバオ北部で10件、シバオ北東部で5件、シバオ南部で5件である。	コロナ禍の状況下、TCS商品／UPのビジネスの状況が確認されている。30件以上のTCS商品が国内外でプロモーションされている計画が策定されている。	4	合計で23件（コロナ禍前までに支援したUP）で再開体制ができている。	3	2020年3月まで全体で23件のTCS商品への支援を行ってきたが、新型コロナ感染症拡大に従い、4月から現場でのすべての活動を停止した。一方、感染症拡大防止のためのプロトコール導入のためのガイドライン導入を進め、観光生産者ユニット（UP）に対して支援を行った。各UPでのパーソナライズした感染症拡大防止プロトコールの作成、緊急対応委員会の設置と責任者の配置、プロトコール実施能力強化のための人材育成、防護具・簡易機材の供与、チェックリストによるモニタリング、啓発ポスター等のマテリアルの配布をパッケージとして支援を行った。支援の対象は、これまで支援を行ってきたUPと今後UPとして支援を行う予定にしているコミュニティビジネスグループであり、合計27件のUPに対して行った。これまでは訪問客の増加やビジネス利益の拡大を狙った支援であったが、感染症防止の緊急対応と訪問客受入開始に向けた準備を行っており、今後観光ビジネスの回復に向けた取組みを行っていくことになる。9月の時点で、受け入れが開始できているUPはDamajaguaの滝やCabareteの洞窟などに限られている。	新たなTCS商品を特定し、支援を計画し、これまでの合計件数を30件とする。	4	全体としては、2019年中に目標数であった24件以上の商品支援に至っていたが、その後この数字のカウントを「開発を支援している商品」「新たに支援を特定／準備している商品」「これまでに支援／特定したが現在中止／延期した商品」に3分類したため、全体では23件の商品の開発支援、14件が支援準備中、11件が支援の延期となっている。シバオ北部では、支援をしているTCS商品開発は11件、支援準備を行っている商品開発が2件、支援を中止もしくは延期した商品開発は3件である。シバオ北西部では、それぞれ8件、5件、6件、シバオ北東部では、それぞれ2件、2件、1件、シバオ南部では、2件、5件、1件である。これら新たに特定し支援準備を行っている商品開発については、2020年中に先方のコミットメントを確認しながら、一度支援サイクルを回し、プロモーション・販売チャンネルに載せられるよう支援を行う。
	観光商品・サービス開発のグットプラクティスの事例集(2021年版）が作成されている。	4	32のUPとそこでの取り組みをまとめたUPとその活動の紹介を整理したメモリアを作成した。支援した活動をベースに個別実践ガイドラインを作成し、その中でいくつかの事例の紹介もおこなった。また、2021年11月には、DPPが関係５局（観光デスティネーション局、観光振興局、国際協力局、技術局、観光品質局）と協議を行い7分野でグッドプラクティスの評価を行い、優秀賞を選定したことから、それらのプロセスを整理したドキュメントを作成した。2019年までに2回実施した経験を活用し、2021年は観光省で全体で取り組むことを重視し、評価に当たっては、各局から2名ずつ参加しシバオ北西部とシバオ北部への実際の訪問を支援した。商品の体験と関係者への聞き取りを行うとともに訪問ができなかったシバオ南部とシバオ北東部の事例紹介はオンラインで行った。50の事例で評価を行い、最終的に7分野でのグッドプラクティスの表彰を行った。	グットプラクティスの紹介が観光省他によりされている。（国際観光の日／ADOMPRETUR）	4	DPPが関係５局（観光デスティネーション局、観光振興局、国際協力局、技術局、観光品質局）と競技を行い7分野でグッドプラクティスの評価を行い、優秀賞を選定した。2019年までに2回実施した経験を踏まえ、今回は対象を本プロジェクトに関連して北部地域とIDBのサントドミンゴ旧市街復興プロジェクトのアクターを対象に行った。北部地域での評価に当たっては、各局から2名ずつ参加しシバオ北西部とシバオ北部を実際に訪問し、商品の体験と関係者への聞き取りを行うとともに訪問ができなかったシバオ南部とシバオ北東部の事例紹介はオンラインで行った。50の事例で評価を行い、最終的に7分野でのグッドプラクティスの抽出をこなった。発表については当初9月27日の国際観光の日に行う予定にしていたが、準備が間に合わず11月以降に行うこととした。	これまでに表彰した8件のグットプラクティスを紹介したシートを作成する。グットプラクティスの事例集の目次と枠組み案が策定されている。	2		2	新型コロナ感染症拡大とそれによる観光活動の停止による影響で、グットプラクティスを抽出する活動は行わなかった。一方昨年グットプラクティスを紹介した「国際観光デー」では、地方で行われたイベント（Luperon とBonao)にプロジェクト関係者が出席し、その地域で進めているTCSについて紹介を行った。		2	グットプラクティスの選出と表彰は9月に開催の国際観光デーに合わせて実施することとした。またADOMPRETURによる表彰は隔年での実施のため2021年になる。
	完成したガイドラインにより地域内で普及が開始されている。	4	個別TCSビジネスにかかる開発手順・手法・ツールを含むマニュアルや実践ガイドラインについては、一昨年に作成し、INFOTEPに研修プログラムとして登録したマテリアルをもとに、再度、個別のUPを支援するためプロセスから、開発レベルにあった支援内容を整理した。これらの支援ツールはこれまでの実践に基づいて作成したものであり、今後の支援の継続や新たな支援、また他地域への横展開へも活用できるものを想定したものである。	モデル普及のためのマテリアル作成。	3	個別TCSビジネスにかかる開発手順・手法・ツールを含むガイドラインについては、一昨年に作成し、INFOTEPに研修プログラムとして登録したマテリアル以外、これまで進展がない。個別のUPを支援するためミニプロジェクトを実施しており、その立案の際には商品と組織のプロファイをフォーマットに則って作成し、現状把握を行ったうえで、活動の特定を行った。プロジェクト内での登録を進めたが、これらの手順やツールもプロジェクト終了までに整理を行う予定である。	モデル普及のためのガイドライン案が作成されている。	3		3	新型コロナ感染症拡大とそれによる観光活動の停止による影響で、専門家の活動が遠隔になったが、これまでの資料整理などを進めた。		3	シバオ北部での経験から整理したUPに対する商品開発・改善の人材育成コースはINFOTEPの新研修としてパイロットを終え、本研修として登録された。現在、日本人専門家によりTCS商品・プロモーション開発マニュアルの作成が開始された。

活動支援ライン2：観光地域運営能力強化　　観光省OPT/UTS地方事務所

観光ルートやコミュニティ・デスティネーション開発のための観光地域運営能力の強化

		#	期待される結果	対象地域	関連テーマ	指標	2017 ベース	2018 実績	2019 実績	2020 実績	2021 実績	2021 目標	実施責任
2021に期待される状態 L2: 観光地域運営能力の強化	北部地域のサブリージョンで形成されたリージョナルグループ（GR）が支援し、観光ルートやコミュニティ・デスティネーションの主体となるテリトリアルグループ（GT)が8件以上形成され、その支援や能力強化の手順や方法がシステム化されている。	L2-1	テーマ性のあるルートまたはコミュニティデスティネーションの開発やプロモーションを担う8件以上のテリトリアルグループ（GT）が形成され強化されている。	シバオ北部	C1	形成されアクションプランにより活動をしているGTの数	0	1/2	3/2	3	5	4/4	MITUR DPP REGIONAL/UTS/OPT
				シバオ北西部	C2		0	2/4	5/4	5	5	5/5	MITUR DPP REGIONAL/UTS/OPT
				シバオ北東部	C3		0	0	1/1	1	2	2/2	MITUR DPP, (OTS/OPT Regional)
				シバオ南部	C4		0	0	0/1	0	3	1/1	MITUR DPP, (OTS/OPT Regional)
		L2-2	GTの形成や能力強化の手順・手法・ツールがシステム化されている。	全域	L5	開発進捗度	0%	30%	60%	60%	100%	100%	MITUR- DPP (UF-TCS)
		L2-3	サブリージョンでTCSビジネスのUPや観光地域運営グループのGTを支援し、広域の観光地域ブランドの構築を目指すリージョナルグループ（GR）が形成され、能力・機能が強化されている。	シバオ北部	C1	開発進捗度	0	0	0%	20%	40%	100%	MITUR DPP INFOTEP Region Norte
				シバオ北西部	C2		0	0	80%	50%	80%	100%	MITUR DPP INFOTEP Region Norte
				シバオ北東部	C3		0	0	0%	0%	0%	0%	
				シバオ南部	C4		0	0	40%	50%	70%	100%	MITUR DPP INFOTEP Region Norte

マイルストーンに対する活動進捗（活動支援ライン2：観光地域運営能力強化）

2021に期待される状態	2022年2月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年3月 マイルストーン	評価	2020年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2020年3月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗
北部地域のサブリージョンで形成されたリージョナルグループ（GR）が支援し、観光ルートやコミュニティ・デスティネーションの主体となるテリトリアルグループ（GT)が8件以上形成され、その支援や能力強化の手順や方法がシステム化されている。	GTのアクションプランのモニタリングと評価がされている。	4	2020年前半から猛威を振るった新型コロナ感染症の拡大により、ほとんどのGTの活動は停止していたが、2020年中に行ったプロトコル導入や地域資源の価値の再認識の活動、またコロナ禍後の需要に対応すべく新たな商品開発などの取組みを進めた。2021年中盤に観光活動がコロナ禍前の状況にほぼ戻り、経済活動もほぼ通常化してきたことからGTへの支援も感染症拡大防止措置を取りながらミニプロジェクトの実施を継続させた。GTとして特定した地域の観光クラスターや県観光開発委員会などが将来対象地域の観光地運営の主体組織となっていくための基盤つくりをおこなった。シバオ北西部では、Valverde県、Santiago Rodriguez県、Dajabon県、Montecristi県の4件の県レベルとMoncionの市レベルのGTを支援、シバオ北部では、Moca、Jamao al Norte、VYPのパノラマルート、GuananicoのUMPC、GalloとEl Cupeyの5件、シバオ北東では、Rio San Juan市とLas Galeras市の2件、シバオ南部では、Constanzaのクラスター、Monseñol NoelとSanchez Ramirezの観光開発委員会の3件を支援した。合計で15件のGTを支援した。これらにGTに対しては、アクターや商品間の関係性を高め、観光地としての価値を高めることを目的に、地域資源カタログの作成と発表、地域ツアーの開発やマテリアルの創造、地域イベントの開催、プロモーション活動を支援した。	8件以上のGTがアクションプランを実施・運営するための計画が実施され、モニタリングされている。	4	2021年中盤にか観光活動がコロナ禍前の状況にほぼ戻り、経済活動もほぼ通常化してきたことからGTの活動も感染症拡大防止措置を取りながらミニプロジェクトの実施支援として継続させた。地域の観光クラスターや県観光開発委員会などを観光地運営の主体となる組織として特定し、GTとして支援を行った。シバオ北西部では、Valverde県、Santiago Rodriguez県、Dajabon県、Montecristi県、Moncion県の5件、シバオ北部では、Moca、Jamao al Norte、VYPのパノラマルート、GuananicoのUMPCの4件、シバオ北東では、Rio San Juanの1件、シバオ南部では、Constanzaのクラスター、Monseñol NoelとSanchez Ramirezの観光開発委員会の3件を支援した。これらにGTに対しては、アクターや商品間の関係性を高め、観光地としての価値を高めることを目的に、地域資源カタログの作成と発表、地域ツアーの開発やマテリアルの創造、地域イベントの開催、プロモーション活動を支援している。	8件以上のGTがアクションプランを実施・運営するための計画が策定されている。	3	コロナ禍の状況下、GTの状況が確認されている。	3	2020年3月までに支援してきたGTは全体で9件であるが、新型コロナ感染症拡大に従い現場での支援活動は停止した。UPと同様、GTに対しても感染症拡大防止措置を指導し、パッケージの支援を行った。将来地域運営体制のGTのリーダー的な存在が期待される観光クラスター、地域開発NGO、商工会議所、開発委員会などに対しても同様のパッケージ支援を行った。またRio San Juan、Las Galeras、VYP（パノラマルート）のGTへのコミュニティデスティネーションの価値創造の支援として、地域資源カタログの作成を継続した。	ビジョンもしくは地域ブランドを含めた8件のGTのアクションプランが作成されている。	3	2019年末までに、シバオ北西部では3県でのGTと2市でのGT、シバオ北部では1件の県でのGTと2件、シバオ北東部では、1件の市でのGTに支援を行い、合計で9件のGTへの支援としてたが、2020年に入ってからは一部のGTとのアクションプランのモニタリングとリビューの支援にとどまった。また2020年2月に予定されていた地方自治体選挙が3月に延期したこともあり、十分に地域レベルでの活動は実施できなかった。市や県レベルでのGTについては、新政権に移行した際にあらためて参加を促す働きかけが必要となってくる。
	観光地域運営体制支援マニュアル（2021年版）が作成されている。観光地域運営体制の事例集（2021年版）が作成されている。	4	観光地域運営体制支援マニュアルについては、観光省観光デスティネーション局とDPP職員からなるマニュアル作成チームを形成し、そこに外部識者を加わえ作業を行った。新たに配置された観光省デスティネーション局職員の能力強化を意識し、定期的に議論の場を持ちながら引き続き協同で作業を行ってきた。観光省の地域事務所の人材を中心に、観光地域運営体制を支援する人材向けのマニュアルと事例集を作成した。	観光地域運営体制支援マニュアルの草案が作成されている。観光地域運営体制の事例集の草案（2020年版）が作成されている。	3	観光地域運営体制支援マニュアルについては、想定する使用者を作成段階から巻き込み、よりオーナーシップを持ってもらうことを重視している。観光省観光デスティネーション局とDPP職員からなるマニュアル作成チームを形成し、そこに外部識者を加わえ作業を進めた。定期的に議論の場を持ちながら引き続き協同で作業を行っているが、このチーム内の議論が、今回新たに配置された観光省デスティネーション局職員の能力強化の場ともなってる。観光地域運営体制支援マニュアルと事例集の草案は12月に完成し、その後最終化する。	観光地域運営体制支援マニュアルの草案が作成されている。観光地域運営体制の事例集の草案（2020年版）が作成されている。	3		3	観光地域運営体制におけるリーダー育成を目的とした人材研修プログラムの形成を進め、仮登録をし、パイロット研修を9月から実施した。その過程で地域委員会を設置し、講師の選定、参加者の参加基準などを決定し、パイロットサイトをシバオ北西部として開始した。新型コロナ感染症拡大とそれによる観光活動の停止による影響で、オンラインによる研修として修正を行った。その他方法論ドキュメント等については、専門家の活動が遠隔になったが、これまでの資料整理などを進めた。		4	観光地域運営体制におけるリーダー育成を目的とした人材研修プログラムの形成を進めた。INFOTEPの正式な研修として提案するよう研修の内容、マテリアルの作成を進め、完成間近にある。GTを観光地域運営の基盤としその能力強化のための手順・手法・ツールをまとめたマニュアルについては、これまで個別に進めていたものを全体で整理する必要がある。
	RGの活動計画がモニタリング・評価されている。	3	リージョナルグループ（GR）での活動としては、プロジェクトがイニシアチブを取り、シバオ北西部とシバオ南部に複数県の組織で構成されるGRを形成し、TCSのサイトや他の観光アトラクションをつないだサーキットを提案し、それを具体化する活動を実施してきた。シバオ北西部については、「味のエッセンス」のスローガンのもと、プロジェクト初期に地域の資源カタログを作成し、各県での特徴あるルートをつないだサーキットとその推進戦略の提案を行った。広域マップの制作のための情報整理をおこない、主要なアクター間での域内交流活動などをおこなった。プロモーション活動としてはインフルエンサーや観光省関係者向けのファムトリップを実施した。シバオ北西部の観光省地域事務所が今後継続して広域での推進戦略を実施してくことを想定している。シバオ南部のGRは、3県からの代表的な組織により構成されており、「シバオの源泉」のスローガンのもとで3県を周遊するサーキットの振興を目的とした。これまで定期的にGTのリーダーがGRのメンバーとして参加し、毎月の定例会議で活動の調整や進捗確認を行い、広域観光マップの作成と各県での発表を行った。プロモーションビデオによるプロモーションを実現した。シバオ北西部同様、観光省の地域事務所が引き続き調整支援を行っていくことを想定している。	2件以上のRGの活動計画が実施され、モニタリングされている。RGの地域ブランド（サブリージョンのコンセプトや特徴）がマテリアルにより普及されている。	4	リージョナルグループ（GR）での活動としては、シバオ南部とシバオ北西部でGRを形成し、活動計画を実施している。シバオ南部の活動では、定期的にGTのリーダーがGRのメンバーとして参加し、毎月の定例会議で活動の調整や進捗確認を行っている。これまでに「シバオの源泉」のスローガンのもと広域観光マップの作成と印刷を終え、今後後の各地での発表会の準備をしている。また、プロモーションビデオ制作を開始し、シバオ北西部との交流を準備している。またもう一つのGRであるシバオ北西部については、「味のエッセンス」のスローガンのもと、広域マップ制作を開始し、域内交流活動などをおこなった。プロモーション活動としてインフルエンサーへのファムトリップの実施や観光省向けのファムトリップも実施した。	2件以上のリージョナルグループによる活動計画が示されている。RGの地域ブランド（サブリージョンのコンセプトや特徴）を紹介するマテリアルが作成されている。	3	コロナ禍の状況下、リージョナルグループ（GR)の状況が確認されている。	3	これまでシバオ南部とシバオ北西部のGRの形成と強化を支援していたが、新型コロナ感染症拡大による活動の休止に加え、2020年8月からの新体制発足により、MITURのリージョンレベルの局長、OPT担当局、地方政府関係などの人員交代があり、新たな体制として形成を行う必要が出てきた。9月時点ではまだ人員が揃っておらず、個別に人員の配置状況やそれらの組織の活動の状況を確認している。	2件のリージョナルグループによる地域ブランディングのためのアクションプランが作成されている。	3	サブリージョンでのブランディングの体制をリージョナルグループ（GR)として形成中で、シバオ北西部とシバオ南部で進行中。地方自治体選挙の影響があったが、シバオ北西部ではこれまでのアクションプランを修正、シバオ南部ではMITURのOPTとINFOTEPのアドバイザーと共に新しくアクションプランを作成した。シバオ北部はUPの開発は先行しているが、ピンポイントでの支援にとどまっており、地域での支援を展開し、内外に発信していく体制になっていない。

活動支援ライン3：プロモーション強化　　観光省プロモーション局、広報局

ポジショニングのためのプロモーションと商品化の機能強化

		#	期待される結果	対象地域	関連テーマ	指標	2017 ベース	2018 実績	2019 実績	2020 実績	2021 実績	2021 目標	実施責任
2021年に期待される状態 L3: プロモーションの強化	北部地域（シバオ地域）が多様なTCS商品（ルート・街道・ツアー等を含む）をコアとした広域デスティネーションとして示され、観光省と民間の協力により国内向けのプロモーションがおこなわれ、一部の海外のマーケットに向け発信されている。	L3-1	コロナ禍での地域の状況や観光のトレンドの分析調査結果を踏まえた短期アクションのための戦略アプローチが提示される。	北部全域、国、国際	L1, L2	提示された報告書の数					2	2	Diana, Diomar, Nori, Coordinadores territoriales
						現状やアプローチを共有したアクターの人数						200	
		L3-2	コロナ禍での状況分析調査や戦略アプローチに基づいた5つのパイロットアクションが作成され実施されている。	地方・中央	L1, L2	策定されたアクションの数					9	5	Diana, Diomar, Nori,
						実施されたアクションの数					8	5	Diana
		L3-3	TCSとシバオ（北部地域）デスティネーションのプロモーション戦略が策定されている。	中央	L5	戦略ドキュメントの策定進捗状況					100%	100%	Diana
		L3-4	TCSに関する20以上のTCSの記事が掲載される（年間）。	中央		公開された記事の数	2	2	18	5	87	20	Dep. RRPP
2021年に期待される状態 L3: プロモーションの強化	北部地域（シバオ地域）が多様なTCS商品（ルート・街道・ツアー等を含む）をコアとした広域デスティネーションとして示され、観光省と民間の協力により国内向けのプロモーションがおこなわれ、一部の海外のマーケットに向け発信されている。	L3-1	TCSをコアとしシバオ地域の広域地域デスティネーションの形成に向けた基盤が形成され、国内でポジショニングされる活動が実施される。	地方-中央	L1, L2, L5	国内向けのTCSによるシバオ地域ブランドの活動数	0	4	6			6	MITUR, Dep. Promoción, Dep. RRPP, DPP
		L3-2	シバオ地域ブランド下で合計15以上のテーマ別ツアーが民間と協力し創造され、発表され、販売されている。	地方-中央	L1, L2	創られたテーマ別ツアーの数	0	12	17			6	MITUR, Dep. Promoción, Dep. RRPP, DPP
						テーマツアーの販売数	0	2	4			4	
		L3-3	TCSとシバオ広域地域ブランドの海外向けプロモーション活動が実施される。	地方-中央	L1, L2, L5	海外向けのTCSとシバオ地域ブランドに関する活動数	0	4	7			4	MITUR, Dep. Promoción, Dep. RRPP, DPP
		L3-4	TCSに関する20以上のTCSの記事が掲載される（年間）。	中央		公開された記事の数	2	2	18	5		20	Dep. RRPP

マイルストーンに対する活動進捗（活動支援ライン3：プロモーション強化）

2021に期待される状態	2022年2月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年3月 マイルストーン	評価	2020年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2020年3月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗
北部地域（シバオ地域）が多様なTCS商品（ルート・街道・ツアー等を含む）をコアとした広域デスティネーションとして示され、観光省と民間の協力により国内向けのプロモーションがおこなわれ、一部の海外のマーケットに向け発信されている。		5	2021年前半観光活動が停滞し国際観光客が激減するなかで、現状把握をもとに新たな日常をふまえた観光のトレンドについて分析し、短期的な3つの戦略アプローチを提示し、9つのアクション案を提示した（1.近郊観光の誘致と国内観光マーケットに向けたオファーの修正、2.セグメント化したマーケットと特化した商品による国際観光への導入、3.新たな環境におけるポテンシャルのあるマーケットに向けたICTの活用）。国際観光の動向は引き続き新型コロナの感染拡大状況により大きく左右されるが、このような状況下でわかってきたことを踏まえ、地域のアクターの意識を高めるためUPとGTの関係者に対してデジタルマーケティングの能力強化を行った。	提示したコロナ禍のトレンド分析や戦略アプローチが200人以上のアクターに共有されている。	5	2021年3月までの活動として観光活動が停滞し国際観光客が激減するなかで、現状把握をもとに新たな日常をふまえた観光のトレンドについて分析し、短期的な3つの戦略アプローチを提示し、9つのアクション案を提示した（1.近郊観光の誘致と国内観光マーケットに向けたオファーの修正、2.セグメント化したマーケットと特化した商品による国際観光への導入、3.新たな環境におけるポテンシャルのあるマーケットに向けたICTの活用）。これらをもとにオンラインと対面式で中央のプロジェクト関係者や地域のGTとUPの関係者に機会があるごとに共有をした。	コロナ禍の現状や観光のトレンドに基づく戦略アプローチ案を整理した報告書が策定されている	4						
	5つ以上のパイロットアクションのモニタリング結果が整理され、評価されている。	5	2021年はコロナ禍もふまえたTCSプロモーションの3つの戦略下、それぞれ3つのパイロットアクション、合計9つのパイロットアクションを計画・準備・実施を行った。戦略１の「近郊観光の奨励」では、1. サブリージョンごとの観光マップ作成と観光情報の充実化、2. 国内特定マーケット向けシバオデスティネーションの発表、3. 広域サーキットと新3Sコミュニティツーリズムに基づくプレストリップ、戦略２の「特定商品の国際マーケットの導入」では、4. TCS推進オーディオビジュアルマテリアルの作成、5. 持続可能な観光に特化したOTAなどとの連携、6. 国際フェアーへの試験的な参加、戦略3の「ICTの活用」では、7. シバオデスティネーションのデジタルキャンペーン、8. TCSのバーチャルツアーの造成、9. SNSを使ったデジタルマーケティング戦略、である。これら9件のパイロットアクションのうち、8のバーチャルツアー造成は準備段階までであったが、8件を実施し、その結果を取りまとめ戦略に結び付く教訓を抽出した。	5つ以上のパイロットアクションが実施され、モニタリングされている。	4	3つの戦略下、それぞれ3つのパイロットアクション、合計9つ、計画・準備・実施を行った。戦略１の「近郊観光の奨励」では、1. サブリージョンごとの観光マップ作成と観光情報の充実化、2. 国内特定マーケット向けシバオデスティネーションの発表、3. サーキットと新3Sコミュニティツーリズムに基づくプレストリップ、戦略２の「特定商品の国際マーケットの導入」では、4. TCS推進オーディオビジュアルマテリアルの作成、5. 持続可能な観光に特化したOTAなどとの連携、6. 国際フェアーへの試験的な参加、戦略3の「ICTの活用」では、7. シバオデスティネーションのデジタルキャンペーン、8. TCSのバーチャルツアーの造成、9. SNSを使ったデジタルマーケティング戦略、を計画・準備・実施した。これらのうち、6と8は実施に向けた調整は行ったが活動の実施には至っていない。	5つ以上のパイロットアクション計画案が策定されている	4						
	TCS推進戦略の見直しへのインプットが整理されている。	4	3つの仮戦略下実施した8つのパイロットアクションの成果から得られら教訓を踏まえ、TCS推進ビジョン2030に戦略を反映させた。コロナ禍におけるこれまでの状況と今後のウィズコロナでのトレンドを分析し、ITCを活用し戦略的なマーケットにむけたTCSのポジショニングの向上を戦略軸とした施策とアクションを提示した。	戦略アプローチやパイロットアクションのモニタリングからTCS推進戦略の見直しへのインプットが開始されている。	3	パイロットアクションの成果や教訓から3つの戦略を修正し、TCS推進ビジョン2030に反映させる方針である。現在、各戦略下でのアクションがおおむね順調に進んでおり、11月には本軸の戦略案を示す予定である。	–	–						
	20/20	5	2021年中にプロジェクト活動にかかる記事（デジタルと新聞）の掲載が74点、ラジオでの紹介が4点、Youtubeでの紹介が9点、全体で87点あった。2021年からプロジェクトの広報強化し、観光省広報部と協力して作成した広報ビデオクリップを5件制作した。国内プロモーション局と協力したマスコミやインフルエンサーを招待したファムトリップによりプロジェクト活動の記事やTCSサイトを取り上げた発信が多くなり、高い効果が発現された。	15/20	5	対象期間中にプロジェクト活動にかかる記事（デジタルと新聞）の掲載が51点、ラジオでの紹介が4点、Youtubeでの紹介が3点、全体で58点あった。今年に入り、プロジェクトの広報強化として観光省広報部や国内プロモーション局と協力して、マスコミやインフルエンサーへのファムトリップの実施やプロジェクト活動の記事の発信をおこなったことで高い効果が発現された。観光省広報部とは広報ビデオの作成を開始している。	5/20	3	10/20	3		5/20	4	対象期間内に5件の記事が各種のメディアで掲載され、またラジオ番組で取り上げられた。TCSのプレゼンスを高めるため、ADOMPRETURや観光省のRRPP担当を巻き込んだ活動ができており、今後一層広報を強化し、TCSのポジショニングを進める。
観光省（中央）の強みを活かし（主導）ながら、中央と地域間のコミュニケーションを重視し、シバオブランドのポジショニングとTCSのポジショニングのための活動を設定。									コロナ禍の状況下、シバオ地域の広域地域ブランドとして形成していくための状況が確認されている。	3	シバオ広域デスティネーションを目指したシバオブランド形成については、計画していた地域の関係者を巻き込んだ体制づくりのための活動が新型コロナ感染拡大の影響からできなくなり、計画自体を見直すこととなった。広域デスティネーションの主体の形成が難しいことから、MITUR主導で広域デスティネーションのポジショニングを進めていくアプローチに変更した。これに関連して、昨年制作した雑誌「Soy Cibao」をポジショニングに活用するためのホープページ作成を行った。	地域産品の県ワークショップを実施。	3	シバオ広域デスティネーションを目指したシバオブランドの形成に向け、サンチャゴの商工会議所と観光省間の調整を行い、14県の商工会議所との協動と各県の地域産品を軸にしたブランディング活動の準備を開始した。当初2月中旬から開始予定であったシバオブランドへの意識づけと地域産品の特定を目的とした県ワークショップは、地方自治体選挙の延期により3月中旬からとしたが、新型コロナウィルス感染拡大によりそれも延期とした。
									これまでに提案した20以上のテーマツアーを紹介したマテリアルが作成されている。	3	昨年に造成したモデルツアーのマテリアル作成は、これまでに17件のビジュアル化したものが出来上がった。新型コロナ感染症拡大に従う観光活動制限から、ツアーオペレーターのビジネス環境も大きく変わり、危機的な状況も生まれている中、国内観光への注目が高まり、限定的ではあるが現在唯一近い再開への望みがあるとこから、TCS商品を含めたテーマ性のあるツアーモデルとして、今後改善をしていく。	モデルツアーをプロモーションするマテリアルの作成。	3	17件のテーマ性のあるツアーの提案は昨年おこない、販売にむすびついたものは4件であった。取り扱いを行ったTTOOと興味を示したTTOOに対してパイロット的にプロモーションを支援する計画を立てており、その後の拡大を想定し、OPETURなど組合とその枠組みを協議している。現在あるマテリアルのグレードを上げ見本として活用する。期間中シバオ北西部とシバオ北部へのファムトリップを実施した。
									コロナ禍の状況下、海外でのプロモーションの状況が確認されている。	3	4月以降も海外向けの国内での活動や海外のOPTの活動が停止したことから、海外向けのプロモーション活動はできなかった。依然主要マーケット国での感染症拡大の状況や経済状況・観光需要などを考慮し、国内での海外向けプロモーション活動、海外でのプロモーション活動のための国内での活動を強化していく。海外プロモーションでは新体制下プロモーション体制や方針が今後修正されることが想定される。TCSとシバオデスティネーションのパイロットマーケットでのプロモーション活動が将来横展開が可能となるような具体的な活動を行っていく。	2件のTCSをポジショニングする活動	3	メディア向けのTCS啓発を意識したADOMPRETUR向けのセミナーを開催し、50人の観光メディア関係者にに対して、戦略と事例の紹介を行った。3月下旬にPunta Canaで開催予定の国際観光博（DATE）への参加準備をしたが、新型コロナウィルス感染拡大のためDATEがキャンセルとなり参加は実現しなかった。
	20/20			15/20			5/20		10/20	3		5/20	4	対象期間内に5件の記事が各種のメディアで掲載され、またラジオ番組で取り上げられた。TCSのプレゼンスを高めるため、ADOMPRETURや観光省のRRPP担当を巻き込んだ活動ができており、今後一層広報を強化し、TCSのポジショニングを進める。

活動支援ライン4：観光人材育成　　INFOTEP北部事務所

観光人材育成に関するコーディネーション能力の強化

		#	期待される結果	対象地域	関連テーマ	指標	2017 ベース	2018 実績	2019 実績	2020 実績	2021 実績	2021 目標	実施責任
2021年に期待される状態 L4: 観光人材育成	TCS人材を育成する5つ以上の研修プログラムが形成されており、コミュニティ、生産ユニット（UP）、地域グループ（GT）、官民の関係者からのニーズに対応する統合的な体制が形成されている。 2018年からの累計で研修プログラムを通して2000人以上のTCS推進に関係する人材が育成されている。	L4-1	TCSテーマに特化した人材プログラム（＊1）やTCSに関連する研修（＊2）実施の調整、モニタリング、評価がされる。 ＊INFOTEPに新たに登録されたTCS研修／＊他の関係組織を含めたTCS関連研修の実施	地方	L1, L2	TCSに特化した人材プログラムを受け認定された人の数	0	22	148	18	**38**	50	INFOTEP Region Norte
				地方	L1, L2	TCSに関連するコースを受けた人の数	0	451	976	61	**726**	400	INFOTEP Región Norte - Mesa de Coordinación Temátcia
		L4-2	TCSに特化した新しいテーマ別プログラムが具体的に計画、試験運用され、実用化される。	地方-中央	L1, L2, L5	計画されたプログラムの数とリリースプロセスの進捗状況	0	2	2	3	**4**	5 en el total	INFOTEP
		L4-3	地域コミュニティでTCSに関する啓発活動（ワークショップやセミナー）が実施される。	地方	L1, L2	啓発活動に参加した人の数	0	740	1437	37	**1037**	400	MITUR Regional / INFOTEP Regional Norte
		L4-4	TCSに関連するプログラムを実施するためにINFOTEPおよび関連組織の教師やコーディネーターの能力が強化される。	地方		能力強化されたファシリテーターの数	0	18	24	0	**96**	20	INFOTEP Region Norte
		L4-5	TCS推進研修の体系化とニーズに対応するためのメカニズムが提案される。	地方-中央	L5	統合モデルに関する文書作成の進捗の割合	0	30%	40%	40%	**80%**	100%	INFOTEP Region Norte

マイルストーンに対する活動進捗（活動支援ライン4：観光人材育成）

2021に期待される状態	2022年2月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年3月 マイルストーン	評価	2020年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2020年3月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗
TCS人材を育成する5つ以上の研修プログラムが形成されており、コミュニティ、生産ユニット（UP）、地域グループ（GT）、官民の関係者からのニーズに対応する統合的な体制が形成されている。2018年からの累計で研修プログラムを通して2000人以上のTCS推進に関係する人材が育成されている。	対象期間中、2つのグループがTCS研修（オンラインを含む）を受ける。	4	2021年中に実施したプロジェクトがデザインしたTCSテーマに特化した研修としては、「観光地域運営のためのリーダー育成研修」（バルベルデ県で実施し21人が参加）、「TCS運営研修」（Sanchez Ramirez県のGaiaガイドグループ、25人の参加）があった。TCSに特化した研修へ参加し、INFOTEPの修了書を得たのは合計で46人であった。INFOTEPに正式登録したTCSテーマに特化した研修は、研修期間が長く、一定の人数により組織化されたグループに対して実施されるため開催のハードルが高いこともあり、広く実施されるには至っていない。いくつかのテーマに特化した短期研修などの提案も行っている。	対象期間中、2つのグループがTCS研修（オンラインを含む）を受ける。	4	プロジェクトがデザインしたTCSテーマに特化した研修の実施では、「観光地域運営のためのリーダー育成研修」をバルベルデ県で実施し21人が参加した。また「TCS運営研修」をSanchez Ramirez県のGaiaガイドグループに実施し、25人の参加があった。TCSに特化した研修へ参加し、INFOTEPの修了書を得たのは合計で46人であった。	対象期間中、2つのグループがTCS研修（オンラインを含む）を受ける。	3	コロナ禍での状況を踏まえ、オンライン研修と実地研修の状況が確認される。	3	新型コロナ感染症拡大により現場での研修の実施は限定的となったため、これまでのベースでのTCS人材の育成はできなかったが、研修のオンライン化の準備やオンライン研修を実施した。	1つのグループがTCS研修を受ける。	4	新たに新設しパイロットとして開始したのTCS商品創造研修コースはJarabacoaのSonido de Yaqueで実施し18人が参加して1月に修了し、新たにAngosturaで18人に対して2020年1月から開始した。
	対象期間中、200人がTCS関連研修（オンラインを含む）を受ける	5	TCSに関連する研修やセミナーについては、INFOTEPの研修をはじめ、プロジェクトでも独自に実施したもの、他組織により実施したものが含まれる。参加型による観光標識作成のための研修、ビジネスプラン作成研修、デジタルマーケティング研修、SNSを活用したプロモーション研修などに726人が参加した。オンラインでの実施も実施してきたが、対面式の研修の方が学びも早く、参加者の理解度に合わせて研修が進められるほか、参加者間での学びの共有や関係構築による現場でのアクションにむけた基礎作りにもなった。一方、集合するためのロジや時間の順守などロジや効率の面で劣る面もある。オンライン式と対面式をうまく組み合わせ、効果的な研修実施の枠組みが組み立てられるとよい。	対象期間中、200人がTCS関連研修（オンラインを含む）を受ける	4	TCSに関連する研修やセミナーについては、観光標識の参加型による作成のための研修、ビジネスプラン作成研修、マーケティング研修、SNSを活用したプロモーション研修などをINFOTEPの研修として実施し、7件の研修に104人が参加した。またプロジェクトが直接もしくは他の組織と調整して実施した研修としては7件の研修を159人に対して実施した。	対象期間中、200人がTCS関連研修（オンラインを含む）を受ける	3	100人がTCS関連研修を受ける	3	プロジェクト側でモニタリングできているのは、対象期間中、オンラインによる実施を中心にTCS関連研修に受講したのは合計424人であった。	100人がTCS関連研修を受ける	3	プロジェクト側でモニタリングできているのは、対象期間中、合計61人がINFOTEPのTCS関連研修を受講した。
	これまでに造成された研修の成果と教訓が整理される。	4	2021年からは新たな研修として、環境省と協力したローカルガイドの認定にかかる研修の整理と観光危機管理研修のマテリアルづくりをおこなった。ローカルガイドへの研修については、観光省、環境省、INFOTEPが異なる枠組みや理解を持っているところから問題提起を行い、実際の環境省が実施している6つのモジュールからなる自然保護区内でのインタプリターガイドの研修の改善として、研修内容のドキュメント化やプログラム内容の改善支援を行った。各組織で異なるローカルガイド・インタップリター・サポーター間の整合性やローカルガイドの認証制度を踏まえた人材育成プロセスの提案を行った。この作業に当たっては、環境省、観光省、INFOTEP間でワーキンググループを形成し作業を進めた。また新規研修として観光危機管理研修のためのガイドラインの作成を行った。コロナ禍で作成した感染症拡大防止のためのプロトコールやこれまで課題となっていたハリケーンや水害などの災害に対するレジリエンスの向上を目的に、日本で取り入れ手られている４R（減災：Reduction、備え：Readiness、対応：Response、復興：Recovery）の考えをベースに県州マテリアルの基礎となるマテリアルの作成を行った（L6とも関連）。	新たな研修のパイロットが計画・実施される。	4	2021年からは新たな研修として、ローカルガイドの認定にかかる研修の整理（環境自然資源省と協力）をおこなった。実際の環境省が実施している6つのモジュールからなる自然保護区内でのインタプリターガイドの研修のドキュメント化やプログラム改善支援を行った。ローカルガイドとの整合性やガイドの認証制度などとも関連させ、環境省、観光省、INFOTEP間でワーキンググループを形成し作業を進めている。また別の新規研修として観光危機管理研修のためのガイドラインの作成準備をしている。	これまでに造成された研修の成果と教訓が整理される。	3	コロナ禍での状況を踏まえ、新規研修の状況が確認される。	4	前期からプログラムのデザインを開始したリーダー育成プログラムは、研修カリキュラムの作成、講義マテリアルの作成を行い、仮登録した段階で、新型コロナ感染症拡大の影響を受けたため、急遽オンラインでの実施に向けた修正を行った。パイロットサイトとして参加者であるリーダー候補の選定と講師となるファシリテーターの選定を行い、9月から選定された25人に対して研修をオンラインで開始した。12月中には修了する予定である。	1つのデザインされた研修	4	TCS商品開発の研修については、Jarabacoaでのパイロット研修を終えた後、公式され、その後新たにAngosturaで同研修が開始された。現在、新たな研修としてテリトリアルグループのリーダー育成を目的とした研修コースを形成中であり、カリキュラム、マテリアル、ガイドラインの作成を行っており、最終段階に入った。また地方自治体の観光開発担当者向けの短期研修コースの新設、TCSの啓発を目的とした短期セッションの新設、インタップリター（スポットガイド）の研修コースを既存の研修コースを整理・修正を開始している。
	対象期間中、200人が啓発活動に参加（オンラインを含む） 啓発活動のためのマテリアルが改善される。	5	TCS推進活動を通してコミュニティ、地域、中央のレベルの人々へのTCSにかかる啓発活動を行った。2021年には1037人に対してTCS啓発にかかる活動を行った。TCSに関する研修に含まれない短時間の講義やTCS紹介、オンラインセミナーやUPでのモニタリング活動などが含まれる。オンラインでで実施できるようになったことも人数の増加につながった。TCSに特化した啓発マテリアルに関しては、TCSを支援するコーディネータやファシリテーターが活用できるマテリアルの作成を行い、マニュアルの中に組み込んだ。またこれらはINFOTEPの研修でも直接使うことを想定している。	対象期間中、200人が啓発活動に参加（オンラインを含む） 啓発活動のためのマテリアルが改善される。	3	TCS推進活動を通してコミュニティ、地域、中央のレベルの人々へのTCSにかかる啓発活動を行った。対象期間の6か月の間に、515人に対してTCS啓発にかかる活動を行った。これには活動計画策定、モニタリング、事例の紹介、特定分野での講習などが含まれる。 TCSに特化した啓発マテリアルに関しては、INFOTEPでの観光にかかる研修プログラムの際に活用できるマテリアルの作成を再開させた。今後内容を確定させた後、実際にINFOTEPの講義で試行し、最終化させる。	対象期間中、200人が啓発活動に参加（オンラインを含む）	3	コロナ禍での状況をふまえた啓発活動の方針が示される。	2	TCS基礎セッションのマテリアルについては、対象期間中に大きな進展はなかった。新体制下でプロジェクトのCPとなった人に対して行うTCSプロジェクト紹介のプレゼンテーションの作成は行った。	100人が啓発活動に参加	3	TCS基礎セッションのマテリアルはまだ作成途中であるが進展がなかった。これを使った啓発活動はできていない。マテリアル、ガイドライン、講師への指導を行う必要がある。
	ファシリテータ／講師を強化するプログラムが実施され、モニタリング・評価されている。	4	ファシリテーターに関して、特別にTCSに関する能力強化の研修は実施しなかったが、INFOTEPのファシリテーターを育成するための方法論研修の準備を支援し、15人のTCS関係者が2021年9月からオンラインにて講義を受講し修了した。実地の研修を経て正式に講師として登録される。またプロジェクトのCP向けにオンライン研修「日本の経験から学ぶコミュニティツーリズム」を2021年11月に開催し、最終的に10人が修了した。INFOTEPの現役ファシリテーターも2人参加した。2022年1月に持続的な開発研修には合計で40人が参加し、35人が修了した。また2022年2月にTCSのプロフェショナルとコミュニティの交流の場も作り、プロジェクトの成果を今後活用していく場とツールの紹介を行った。	ファシリテータ／講師を強化するプログラムが実施され、モニタリングされている。	3	ファシリテーターに関して、特別にTCSに関する能力強化の研修は実施しなかったが、INFOTEPのファシリテーターを育成するための方法論研修の準備を支援し、15人のTCS関係者が2021年9月からオンラインにて講義を受講している。 またプロジェクトのCP向けにオンライン研修「日本の経験から学ぶコミュニティツーリズム」を2021年11月に開催予定であり、INFOTEPのファシリテーターやアドバイザーの参加を促す。	ファシリテータ／講師を強化するプログラムが実施され、モニタリング・評価され、プログラムが必要に応じて修正されている。	3	コロナ禍をふまえたファシリテータ／講師を強化するための活動が修正される。	3	新型コロナ感染拡大による活動制限下、オンライン研修を実施するにあたり、新たにファシリテータリストの情報を修正・追加した。	ファシリテータ／講師のリストの整理	3	INFOTEPのファシリテーターとアドバイザーの能力強化について、2019年中に24人がTCS商品開発の研修に参加、8人が持続可能な観光運営体制のセミナーへ参加、2人のアドバイザーが本邦研修に参加した。
	人材育成の統合的メカニズムのマテリアルが作成されている。	4	TCS推進研修の体系化について、全体の体系化やメカニズムについて整理し仮の提案を行った。TCS推進戦略Vision2030の中で、戦略軸の1つとしてTCS人材育成の強化を盛り込み、これまでにプロジェクトの支援で形成してきたTCSに特化した研修や関連する研修を有機的に結び付け、施策として実施する基礎を提案した。またこれまでに育成した講師や今後期待できる講師候補などのを活用するプラットフォームとして人材育成研修のカタログや講師カタログを作成しその使い方を提案した。このような具体的に使えるツールとシステムにより今後北部地域での継続と他地域への横展開が可能となるメカニズムとなっている。	統合メカニズム形成への取組み成果が整理・評価され、今後の戦略と活動計画が示されている。	3	TCS推進研修の体系化について、対象期間中に全体の体系化やメカニズムについて整理したもの具体的な提案はしていない。現在、TCS推進戦略Vision2030の中で、戦略軸の1つとしてTCS人材育成の強化を盛り込んでおり、これまでにプロジェクトの支援で形成してきたTCSに特化した研修や関連する研修を有機的に結び付けて体系化を目指す。またこれまでに育成した講師や今後期待できる講師候補などの育成も継続できる体制を提案し、北部地域の継続性と他地域への横展開が可能なメカニズムの提案を行う。	統合メカニズムの形成に向けた働きかけが行われている。	3	コロナ禍での状況をふまえ、TCS人材育成の統合的メカニズムにかかる戦略や方針が策定されている。	3	現在進行中の観光運営体制のリーダー向けの研修プログラムでのパイロット的な取組みを通して、INFOTEPでの新たなテーマや課題に対応する新規プログラムの形成や広域／オンラインでの実施、質を確保するための地域委員会によるモニタリングなど、試験的な取組によりTCS人材育成の総合的メカニズムの提案に結び付けていくことを想定している。		3	TCS人材育成カタログを試験的にシバオ南部でリージョナルグループ（MITURとINFOTEPの技術グループ）と共有しその活用を促した。INFOTEP以外のTCSに関連する研修コースや講師人材の特定を始めており、これらの研修コースや他の人材育成に関するオファーを整理したうえで、INFOTEPが窓口となりTCS関連の人材育成を支援できるシステム／プログラムの提案を目指す。

活動支援ライン5：調整・モニタリング体制強化　　観光省プロジェクト計画局

持続可能な実施・調整・モニタリング体制によるTCS推進モデルの普及

		#	期待される結果	対象地域	関連テーマ	指標	2017 ベース	2018 実績	2019 実績	2020 実績	2021 実績	2021 目標	実施責任
2021年に期待される状態 L5: 実施体制強化	観光省内に整備された恒常的な体制と官民の組織間連携による体制で、「新たな日常」をふまえたTCS推進戦略、政策、プログラムが策定（修正）され、適切に実施・モニタリングされている。	L5-1	観光省においてTCS推進のための調整を行う中央の実施ユニットと地方のTCS地域事業所が設置され、担当者が配置されている。	中央	L1, L2	開発進捗度	0	20%	50%	50%	**80%**	100%	MITUR-DPP
		L5-2	TCS戦略実施のための中央調整テーブルが形成され、機能強化が実施されている。	中央		調整テーブルの形成・開発進捗度	0	20%	20%	50%	**30%**	100%	MITUR-DPP
		L5-3	上位戦略（観光開発マスタープランやマルチデスティネーション戦略）に組み込まれるよう、2030年を目標年としたTCS推進戦略とアクションプランが提示されている。	中央	L1. L2, L3, L4	最終案提示までの進捗状況	0	25%	50%	50%	**100%**	100%	MITUR-DPP
		L5-4	TCSの方法論ドキュメント（手順、手法、ツール）が取りまとめられ、提出されている。	中央	L1, L2, L4	開発進捗度	0	0	40%	40%	**100%**	100%	MITUR-DPP (UF-TCS)
		L5-5	TCS商品や地域観光を促進するための観光インフラ整備のプロジェクトが提案され、実施に向けた調整がされている。	中央		マルチデスティネーション戦略に組み込まれるまでの進捗度	0	0	30%	30%	**50%**	100%	MITUR DPP
		L5-6	TCSのグットプラクティスの共有・活用を促進するための活動が実施されている。	中央	L1, L2	グッドプラクティスを促進する活動数	0	1	3	0	**3**	1	MITUR-DPP (UF-TCS)

マイルストーンに対する活動進捗（活動支援ライン5：調整・モニタリング体制強化）

2021に期待される状態	2022年2月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年3月 マイルストーン	評価	2020年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2020年3月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗
関係省庁との合意のフローアップを強化し、各支援ラインでの方法論を支援モデルの中に位置づけ、TCS推進戦略やグットプラクティス集などをビジュアル化し、TCS推進メカニズムを確立する。	TCS推進体制の能力強化・機能強化にかかる提案がされている。	3	観光省内でのTCS推進体制は、2020年8月以降省内全体の体制再編成を経て、DPPを中心に他局との協力を強化していくことが確認された。それまでの過程で、DPP内にTCS支援に特化した局と地方ユニットの設立をする方針でその正式化に向けたドキュメントの準備と局内調整（総務省MAPへの登録や省令の準備）を支援してきた。新体制下では他局との協力がより進み、2021年8月からはTCS推進を図るためのワーキンググループが形成された。DPPが主導し、関係局である観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、観光品質局の技術レベルの担当が加わり、最初の活動としてグッドプラクティスの表彰を目的に評価作業を行った。これらの過程を経て、DPPと観光デスティネーション局が中心となり、TCS推進体制の強化やTCS推進ビジョン2030の実施が約束された。地域では、地方事務所の管轄である観光デスティネーション局が主導し、地域レベルの事務所を中心として県レベル事務所を指導し、UPやGTの特定、技術支援、モニタリング等を行っていく体制を構築していくこととした。	TCS推進体制の強化の計画が実施され、必要なフォローアップがされている。	3	観光省内でのTCS推進体制は、2020年8月以降省内全体の体制再編成を経て、DPPを中心に他局との協力を強化していくことが確認され、2021年8月からはTCS推進を図るためのワーキンググループが形成された。DPPが主導し、関係局である観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、観光品質局の技術レベルの担当が加わり、最初の活動としてグッドプラクティスの表彰を目的に評価作業を開始した。今後この流れからTCS推進体制の強化、TCS支援プロセスの提案、TCS推進ビジョン2030のための戦略について議論を深めることとしている。またプロジェクト終了後に体制については引き続きDPPが主導するもの、地方事務所の管轄でもある観光デスティネーション局が主導するもの、または両局が協同で進めるものなど副大臣・局長レベルでも議論がされているとのことだが、まだ結論は出ていないようである。	観光省の新体制にTCS推進体制が組み込まれている。 TCS推進体制強化のための計画が作成されている。	3	新体制下の観光省などのCP組織の状況が把握され、今後の方針の協議が開始される。	3	2020年8月に発足した新体制下、観光大臣、副大臣、本プロジェクトの担当であったDPP局長の交代があり、途中であった実施ユニットの公式化についてあらためて調整を行う必要がでてきた。新DPP局長に対して本プロジェクトの経緯や目的を説明し、全体の方向性について合意が取れたため、今後新体制内での公式化についてこれまでのものを新体制の方針に沿って修正しながら進める。	実施ユニットを公式化する省令の発表。	3	観光省DPPの法務担当を通して進捗をモニタリングしているが、2019年10月以降進展なし。これまではDPPの組織改編に際して組み込む形でTCSプロジェクト運営部の組み込みとする提案と観光大臣による省令の発令による公式化のためにそれぞれドキュメント案を作成し、DPPの法務担当と観光省の法務課と調整を行っていた。
	省庁間合意実施のための活動計画がモニタリングされ、2022年のための計画が策定されている。	2	中央調整テーブルの形成については、本プロジェクトで唯一、当初想定していた形で進められなかった活動である。観光省局内での複数局での体制はDPP主導で形成され、また関連組織とのバイでの関係性は構築し、具体的な活動を進めたが、全体での複数間による中央テーブルを構築しての実施体制形成の最終的な合意には至っていない。各組織の支援ツールを整理したカタログや担当者との連絡・協力体制が構築できた。	省庁間合意実施のための活動計画が実施されている。	2	中央調整テーブルの形成については、本プロジェクト唯一、当初想定していた形で進められていない活動である。観光省局内での複数局での体制はDPP主導で形成され、また関連組織とのバイの関係性は向上してるが、全体での複数間による実施体制の合意には至っていない。本モニタリング期間中に省内での体制が急速に進み、DPPがこれらの協力枠組みを拡大させ、他省庁との体制構築も期待できるが、日本人チームが単独で進めるべきではなことから、引き続きプロセスを重視して進めるようにする。	TCS推進のための省庁間協力合意がされている。	2	新体制下の関連組織の状況が把握され、今後の方針の協議が開始される。	2	中央調整テーブルについても新体制下、すべての大臣以下、局長以上の人員交代があり、あらためて合意に向けた取組みを行う必要があることを確認した。現在までこれまでの担当者と連絡が取れない組織もあるが、関係者リストをアップデートした上で、新体制の各関係組織に対してプロジェクトやTCS推進の説明を行い、あらためて巻き込みを図っていく。	中央調整テーブルの開催	2	2019年10月のモニタリング会議の結果を受け、課題を絞ったうえで、TCS推進の基礎合意を結び、中央調整テーブルの根拠とするための準備を開始。JCCの開催とも関連させて調整する。2019年末までは個別に環境自然資源省、商工中小企業省、文化省と中央調整テーブルの公式化に向けた調整を行っていたが、2020年2月にMITUR、INFOTEP、MEPyDと共に準備調整会議を行い、3月のJCCにてTCS推進に関わる省庁間合意文書の内容を確認した。現在正式署名のため各省庁の担当と最後の調整を行っている。
	TCS推進推進戦略とアクションプランの最終版が示される。	4	TCS推進戦ビジョン2030の草案を、観光省内のワーキンググループで作成した。ドミニカ共和国の観光開発でのTCSを推進する意義と目的を明らかにし、アルタナティブな観光開発として劣化する観光地の新たな価値創造やこれまで観光に取り組んでこなかった地域における観光開発のきっかけとしてTCS推進の重要性を示した。コロナ禍の状況やこの後のマーケットのトレンドを踏まえ、とともに内容の修正を行っていくこととしている。6つの戦略と30の施策案を示しており、それを実施するためのアクションや実施体制の提案も含まれている。またTCS推進戦略ビジョン2030の地域開発計画の事例として北部地域活動計画を提案した。	上位戦略との整合性があるTCS推進推進戦略とアクションプランの修正案が示されている。	3	TCS推進戦略案については、草案の作成を継続しており、観光省内のワーキンググループとともに内容の修正を行っていくこととしている。特に2021年11月に実施するオンラン研修の参加者は本戦略の理解と改善を行うことを内容に含めることから、12月末までに最初の最終版が作成できるよう勧める。一方、コロナ下での現状の理解や方針について、当初はUNWTOによるリカバリープランのプログラムの再委託実施の成果を反映させる意図があったが、時間的に難しい状況にある。	TCS推進推進戦略とアクションプランの修正版のための情報整理を始めている。	3	新体制における観光政策が確認され、今後のTCS戦略についての協議が開始される。	—	新体制下の観光推進の方針やWith / Afterコロナの状況をふまえたTCS戦略に修正をしていく必要があることが確認された。全世界的な経済状況や国の観光セクターの危機的な状況を踏まえ、観光セクターの回復に関連させながら、国内外のマーケットでのTCS推進を進めていく戦略を再提案する。UNWTOとの観光セクターの持続的な回復のための提案プロジェクトの調整を行っており、その結果の反映も想定している。		—	TCS推進戦略案の修正を継続している。2020年1月にJICA本部からのアドバイスを受け、戦略案の構成を修正し、それに従った内容の修正を行っている。2030年に向けたビジョンは変わらないが、基本構想（長期）、基本計画（中期）、実施計画（短期）の構成とし、5つの戦略に修正している。内容の要点については、JCCにて共有し、承認を受けた。今後肉付けをし、再びJICAに提出する。
	方法論ドキュメントの最終案が示されている。	4	TCS推進のための方法論ドキュメントについては、TCSコミュニティビジネスガイドラインと観光地域運営体制ガイドラインを中心に、個別実践ガイドラインを活動ベースで作成した。ガイドラインはそれを使うターゲットを特定し、個別実践ガイドラインを含めた手順やツールを整理したものである。全体で5件のガイドライン、18件の個別実践ガイドランを作成した。これらはTCS推進戦略ビジョン2030を実現していくツールでもあり、これまで取り組んできた北部地域での活動を継続させ強化していくとともに、他地域へ応用するしていくことにも活用ができる。主に、現場でTCS推進を担う観光省や職業訓練庁のコーディネーター、アドバイザー、ファシリテーターが活用していくことを想定している。	方法論ドキュメントの全体の草案が示されている。	3	TCS推進のための方法論ドキュメントについては、観光地域運営体制ガイドラインの作成を観光デスティネーション局と協働して行っているほか、これまでに作成したTCSコミュニティビジネス強化の3つのテーマ（商品開発・改善、マネジメント、個別プロモーション）で取りまとめたものをこれまでの経験を踏まえて改善する予定である。これらの体系化を進め、TCS推進戦略案との関連性を高め、より活用できる形での取りまとめを継続させる。そのほか関連する個別の開発手法も可能な限りドキュメント化していく。	方法論ドキュメントの構成が整理されている。	3	これまでの方法論ドキュメント／関連地図が整理されている。	—	新型コロナ感染症拡大の影響下、今年度中の方法論ドキュメント案の提示に向け、支援ラインとして挙げたテーマ（TCS商品開発とプロモーション、観光地域運営体制）を中心に作業を継続している。手順、手法、ツールを示したガイドラインが、シバオ内での活動の深化や拡大、他地域への横展開が可能となるよう、整理を行う。		—	現在、TCS観光商品開発・プロモーション支援マニュアル、観光地域運営体制支援マニュアルの方法論の取りまとめを継続している。その一部は、INFOTEPの研修プログラムとして登録し広く活用できるよう作業を継続している。またマニュアルに付随する形でグッドプラクティス事例集の作成を今後行っていく。関連地図については、これまで各サブリージョンやテーマ別のものを作成しているので全体の整理が必要。
		3	これまでの観光インフラ整備では、地域住民の参加がないため整備の運営や維持が適切にできなかったり、利用がされなかったりという課題があったが、計画段階から地域住民が参加することで地域にとっても価値のある観光施設にしていきたいとしていた。本活動としてはDPPのスタッフがTCSで支援をしているグループからの要望をふまえて、自然保護区と関連したサイト整備の計画案、日本の道の駅のアイディアを取り上げた休憩サイトの計画案を提案した（未実施）。また、TCSのサーキットやルートの案内板の設置計画案の策定もおこなった。2022年1月に実施したドローンによる観光ポテンシャルの特定調査能力強化研修に一環で、アトランティック海岸街道の一部であるRio San Juan周辺の現地調査を実施し、Rio San JuanのTCSの取組み（GTとLaguna GriGriのUP）への支援強化を行っている。		—	本活動については特に進展は確認できていない。MITUR・DPPのイニチアチブで組み込んだため、新体制の担当官と調整を行い、プロジェクトで対応する範囲を明確化する必要がある。		—	これまでのインフラ整備ドキュメントの整理がされている。	—	コロナ禍の状況下、新体制下の人事交代があり、十分な状況の確認ができていない。	パイロットプロジェクト（インフラ整備）の紹介	2	インフラ整備のプロジェクトの候補リストについて、DPPのイニシアチブでこれまで8県でリスト化しており、今後残りの県で提案を進める。パイロット的なプロジェクトとしては、自然保護区と関連したサイト整備、道の駅、エコ・ミュージアムの取組みの3件が示され、本邦研修員のアクションプランに関連させているが、対象期間中に進展はなかった。
	グットプラクティス集が完成し、共有するマテリアルが作成されている。	4	TCSのグッドプラクティスの抽出と発表は、観光省内でDPPが主導し、関係局である観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、観光品質局との間でワーキンググループを形成し実施した。当初は9月の「世界観光デー」でのグッドプラクティスの表彰を目的に評価作業を開始し、ワーキンググループの現地訪問による評価を通して認識を関係者間で共有した。シバオ北西部へのファムトリップ（12人参加し、2泊3日で8月下旬）とシバオ北部へのファムトリップ（14人参加し、2泊3日で9月中旬）を実施した。11月に観光省でこれらの局の局長が参加し、7つのカテゴリーにて選ばれたUPやGTの代表が表彰された。これら選定されたグッドプラクティスの事例とそれまでのプロセスや基準を整理したドキュメントを作成した。またグッドプラクティスの事例として取り上げたJamao Ecotoursでは、TCSビジネス強化研修先として他のUPのアクターを受け入れ、好事例の紹介、方法論、課題への対処方法などより具体的かつ実践に沿って学ぶ交流研修としてINFOTEPのプログラムで実施した。3グループ（Las Galeras、Kayak Lorenzo、Papilucho）から計15人が参加した。	ウェビナーなどでのグットプラクティスが共有されている。 グットプラクティス集の素案（全体）作成されている。	4	TCS推進体制のMITUR内の整備については、DPPが主導し、関係局である観光デスティネーション局、観光振興局、技術局、観光品質局との間でワーキンググループを形成し、グッドプラクティスの表彰を目的に評価作業を行った。当初「世界観光の日」での表彰を予定していたが、他の活動と重なったため10月以降に延期した。その評価過程では、これまでシバオ北西部へのファムトリップ（12人参加し、2泊3日で8月下旬に実施）に続き、シバオ北部へのファムトリップ（14人参加し、2泊3日で9月中旬に実施）した。今後この流れからTCS推進体制の強化、TCS支援プロセスの提案、TCS推進ビジョン2030のための戦略について議論を深めることとしている。	グットプラクティス集の構成素案が作成されている。	3	"国際観光デー"でのグットプラクティスの表彰が行われる。	2	新型コロナ感染拡大による影響と新体制下の人事変更で、当初予定していた観光省による国際観光デーでのグットプラクティスの発表はできなかった。今年度中にこれまでのUPやGTでの経験から、いくつかの異なる切り口やテーマでのグットプラクティスにより事例を示したTCS推進のマニュアル案の提示をする。	グッドプラクティスマニュアルの目次案の提示	2	2019年は1月にプロジェクトのJCCでグットプラクティスの表彰を行ったことに加え、6月のADOMPTRETURの「ルイス・アウグスト・カミネーロ賞」と9月の観光省の「国際観光デー」のイベントで取り上げられた。2020年は観光省の「国際観光デー」で実施し、観光省の既存の活動の中に位置づけるよう試みる。中央調整テーブルの巻き込みやテーマとしてSDGsなども考慮し支援を行う予定である。

活動支援ライン6：リカバリーとレジリエンス強化

コロナ禍からのリカバリーとTCSにおけるレジリエンスの強化

		#	期待される結果	対象地域	関連テーマ	指標	2017 ベース	2018 実績	2019 実績	2020 実績	2021 実績	2021 目標	実施責任
2021年に期待される状態 L6: リカバリーとレジリエンスの強化	コロナ禍での緊急対応が適切に実施され、回復に向かった取組みが継続している。	L6-1	策定された「コロナ感染拡大症防止プロトコル導入ガイドライン」の導入や防護具などの供与が行われ、継続したモニタリングとフォローアップが実施される。	中央-地方	L1, L2	感染拡大防止策が取られているグループ／事務所数				56	**50**	50	プロジェクト
	コロナ禍の影響をふまえプロジェクトの上位目標の達成への道筋がつけられている。	L6-2	UNWTOとの協力により、With・Postコロナ時代での持続的な観光の復興にかかる提案がなされ、中長期的なアクションが示される。	中央	L5	開発進捗度				0	**100%**	100%	プロジェクト
	コロナ禍の環境をふまえ、ポストコロナを見据えTCS関係者のレジリエンスを高めるパイロットアクションが実施されている。	L6-3	TCS関係者のコロナ禍での環境や多様な危機に対するレジリエンスを高めるためのパイロットアクションが立案され、実施され、モニタリングされる。	中央-地方	L4、L5	パイロットアクションの実施数				0	**100%**	100%	プロジェクト

マイルストーンに対する活動進捗（活動支援ライン6：リカバリーとレジリエンス強化）

2021に期待される状態	2022年2月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年3月 マイルストーン	評価	2020年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2020年3月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗
コロナ禍での緊急対応が適切に実施され、回復に向かった取組みが継続している。		5	感染症拡大防止策について、2020年にガイドライン作成・普及と第1回の防護具等の配布を行い、2021年2月までに完了させた。直接の裨益者は、52グループ、1,727人であった。その後継続して感染症対策のための指導を継続させ、第２回の配布は、28グループ、1,515人に対して行い、2021年8月末までに配布を完了させた。コロナ禍で適切な感染症対策を取り訪問客を受け入れる体制を各UP・GTで構築し、継続したモニタリングを行いながら場面場面のニーズに対応することができた。	30以上のグループ／事務所で感染防止策が適切に運用されている。	5	感染症拡大防止策について、ガイドラインの徹底と第1回の防護具等の配布を2021年2月までに完了させたが、引き続き感染症対策への支援の需要があることから対応を継続した。第２回の配布の準備を行い、2021年8月末までに配布を完了させた。第1回の直接の受益者は52グループ、1,727人であったが、第2回は28グループ、1515人であった。	50以上のグループ／事務所で感染防止策の実施がモニタリングされている。	4		4	2020年3月下旬からの新型コロナ感染症拡大と観光活動の制限により、プロジェクトが支援するUP、GT、CP組織などの関係組織に対してプロトコル導入ガイドラインの導入と防護具などの供与を行った。対象としたのは、56のグループ／事務所、直接の裨益者は1450人、総額で約250万ペソ相当の防護具や簡易機材、啓発活動のためのマテリアルを供与した。各グループ／事務所では危機対応委員会の設置と責任者の配置を行い、チェックリストにより実施モニタリングをしながらモニタリングを続けている。			
コロナ禍の影響をふまえプロジェクトの上位目標の達成への道筋がつけられている。	UNWTOの提案が政策や戦略への反映され、アクションプランが実施されている。	4	UNWTOのリカバリープランの策定については、UNWTOとの再委託契約を結び、専門家グループの選定を経て、2021年11月から業務が実施された。契約期間の関係もあり、短期間に凝縮して活動が行われた。5つの項目（観光中小企業支援、国際マーケティング戦略、観光商品多様化、観光マーケットインテリジェンス、観光レジリエンス構築）について現地調査およびワークショップやセミナーが行われた。対象地域が全国であるため、観光省と協議して選定された5か所の優先サイト（北部のプエルトプラタとサマナ、南部のペデルナレス、東部のミチェ、中央のサントドミンゴ）を対象として詳細調査が行われた。2022年2月にステアリング委員会を開催し、その調査報告を観光省を中心とした関係者に行った。	UNWTOのプロジェクトが実施され、モニタリングがされている。	2	UNWTOのリカバリープランについては、UNWTOとの再委託契約を結び、専門家グループの選定が行われたが、2021年9月の時点でその業務はまだ実施されていない。UNWTO側は専門家受入れの条件をドミ共側が承認をしなければならないとしているが、これらの条件の提示が専門家選定後にされたため（7月下旬）、混乱が生じ、調整が手間取っている。UNWTO側、ドミ共側双方への働きかけと協議の場の設定を行い、遅れながらも進められるよう支援をしている。一方、実施責任のあるUNWTO自体が当初予定期間内に契約した内容で実施する意思があるのか不安を抱かせる対応を続けており、大幅な遅れに対する対応策はいまだに示されていない。JICA側と連絡を取りながら、できるだけ早い実施と業務の実施モニタリングを行っていくこととしている。	UNWTOのプロジェクトが開始されている。	3		3	UNWTOと観光省とそれぞれTORに関する調整を開始した。JICA本部、UNWTO担当、新DPP局長等と観光セクターの持続的なリカバリーに向けた戦略を示すプロジェクトとしてTORの調整等を行った。合意ができ次第、実施に移り、実施調整やモニタリングを行っていく。			
コロナ禍の環境をふまえ、ポストコロナを見据えTCS関係者のレジリエンスを高めるパイロットアクションが実施されている。		4	レジリエンス強化のためのパイロットアクション4件を実施した。1.「TCS向けの観光危機管理ガイドラインの整備」は、観光危機管理の４Rの視点をふまえたガイドラインの策定とその実践研修を計画したが、ガイドライン案の策定までとなり、INFOTEPの危機管理研修のマテリアルとして提供するにとどまった。2.「地元資源や観光施設を活かすドローンを使ったサーキットデザインのための能力強化」は、機材の購入とDPPスタッフ（6人）への技術研修を実施し、北部アトランティック海岸街道のRio San Juanでの実地調査を行った。3.「ファシリテーター向けオンライン研修の環境整備」では、整備対象の事務所の５カ所（観光省プエルトプラタ事務所と中央のDPP、INFOTEPのサンチャゴ北部事務所、サンフランシスコ北東部事務所、プエルトプラタ支所）にデジタル機材の供与を行い、オンラインやデジタル機材を活用した人材育成研修のための環境整備・改善を行った。4.「世界基準を踏まえた持続可能な観光デスティネーション運営の能力強化」では、持続可能な観光の世界基準の整備と普及を行うGSTC（Global Sustеniable Tourism Council）による研修（オンラインによる2週間20時間）を実施した。参加者は観光省の中央と地方のマネジメントレベルのスタッフ、INFOTEPのアドバイザー、環境省スタッフ、NGOや民間の観光関係者、合計40人が参加し、最終的に35人が修了した。ライブセッションではグループに分かれて4つの主要テーマで議論を行い、理解を深めた。		3	レジリエンス強化のためのパイロットアクション4件の立案と実施準備をおこなった。2021年9月までの各パイロットアクションの進捗は以下の通りである。 1.「TCS向けの観光危機管理ガイドラインの整備」は、ガイドラインの策定と研修の実施ができる人材を募集するTORの作成を進めた。2.「地元資源や観光施設を活かすドローンを使ったサーキットデザインのための能力強化」は、機材の購入と研修ができる企業からの見積りを取り、DPPと調整をおこなった。3.「ファシリテーター向けオンライン研修の環境整備」では、整備対象の事務所の状況と要望を確認したうえで、機材の特定と見積り取りを行った。4.「世界基準を踏まえた持続可能な観光デスティネーション運営の能力強化」では、研修先となるGSTC（Global Sustеniable Tourism Council）の担当と見積り、日程、内容の調整を行った。これらのパイロットプロジェクト案は10月中に開始できるよう必要な調整をJICA側と行う。		—		—				

その他の活動

関連するプロジェクト活動の適切な実施

		#	期待される結果	対象地域	関連テーマ	指標	2017 ベース	2018 実績	2019 実績	2020 実績	2021 実績	2021 目標	実施責任
2021年に期待される状態 L6: その他関連活動	本邦研修を活用しTCS関係者の能力強化がされている。	L7-1	日本の事例から学ぶオンライン研修によりTCS関係者の能力強化がされ、TCS推進のアクションが実施される。	中央-地方	L2, L3, L4, L5	本邦研修参加者	6	0	10	0	**20**	10	プロジェクト

マイルストーンに対する活動進捗（関連するプロジェクト活動の適切な実施）

2021に期待される状態	2022年2月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2021年3月 マイルストーン	評価	2020年9月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗	2020年3月 マイルストーン	評価	マイルストーンをふまえた活動進捗
本邦研修を活用しTCS関係者の能力強化がされている。	本邦研修（オンライン）が実施され、帰国研修員グループが形成されている。	4	2021年11月から4週間の本邦研修オンラインを実施した。観光省、職業訓練庁、地域でTCSを進めるリーダーなど12人、および3人のオブザーバー参加で開始し、日本の経験やそれを活用した他国の事例を学び、TCS推進戦略ビジョン2030を踏まえたアクションプランの作成を各人が行った。最終的に9人＋1人が修了した。帰国研修員グループのリストを更新した。	本邦研修（オンライン実施）に参加する人材の事前オリエンテーションが行われている。	4	オンラインによる本邦研修に関して、2021年11月から4週間の日程で実施することとして準備を行った。内容はライブ講義とオフライン講義と自主学習の時間も含め全体でおおよそ45時間程度の研修とした。日程の作成、GI（General Information）の作成、オフライン講義のビデオ撮り、ライブ講義の調整などを進めた。また対象となるCP機関である観光省とINFOTEPとの調整を行い、10月に人選を行うことで準備をしている。本研修では、日本の事例やそれを活用した他国での事例を紹介を踏まえたうえで、プロジェクトで進めているTCS推進戦略ビジョン2030の実施能力強化のための人材育成を想定している。	20人の帰国研修員の能力が強化され、オンライン研修プログラムの実証がされている。	4		4	当初2020年10月に予定していた本邦研修は2021年10月頃に変更し、事前オリエンテーションと事後フォローアップのオンライン研修を加え、より効果的にインパクトのある研修とするよう準備を開始した。また2020年度中にJICAの持続可能な観光にかかる帰国研修員に対して本邦と繋いだフォローアップの研修プログラムを計画・実施する。			

添付資料10

TCS商品開発活動進捗
モニタリング表とメモリア
（西語）

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

Programa de apoyo a Unidades Productivas basado en las comunidades para desarrollo de productos turísticos Cibao en 2017-22

CIBAO NORTE (Puerto Plata, Espaillat y Santiago)

													Evaluación			Checklist					
	Unidades Productivas	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc.)	Resultados / logros (productos finales) / Impacto	Tipo	Período	Costo total	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de UP (38)	Producto	Entidad	Comunidad	Registro / Carta	Plan de Negocio	Visitación/ venta mensual	Protocolo COVID	Perfil	Fecha actualizada
UP_CN_1	Asociación de Artesanos de Madera Petrificada de Imbert (ASOARTEP)	Provincia de Puerto Plata, Imbert	Mejoramiento de gestión del centro artesanal de Imbert con la creación de contenido para la galería de taina, punto de venta de productos locales , tour experiencial y promoción.	• Mejorar espacio de taller artesanal, • Mejorar un espacio de la galería de taina y un espacio particular de venta de productos locales (de la Provincia Puerto Plata), • Mejorará la gestión de productos locales y ventas, • Monitorear gestión de venta y visitación, • Mejorar experiencias de tours • Promoción (redes sociales, valla en carretera, Fam Trip, Ferias, uniformes), • Protocolo COVID-19, Capacitación, documento de medida protocolares y donaciones de insumos, y monitoreo)	1 Galería de taina instalada, 10 productos locales ubicados y gestionados,133 visitantes por mes (promedio), 6 veteros para interpretación de procesos de taller artesanal, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, más 5 actividades de promoción realizadas, 1 acuerdo de colaboración para la galería con el Museo Taino de Guarionico y el coleccionista de piezas tainas; Adriano Rivera, Fam Trip con Influencers, y con Técnicos de Vice Ministerios de MITUR.	Mejoramiento de gestión de negocio Venta de productos locales	mayo 2018- noviembre 2021	310,000(aproximadamente)	30 miembros de ASOARTEP, 5 miembros de productores locales,	Pablo García	Alcaldía	*Productos artesanales de Madera Petrificada de Imbert la *Demostración de producción de artesanía *Galería de Taina *Punto de Venta de productos locales * Experiencia de café para grupos extranjeros	2.0	2.5	2.5	Sí		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_2	Chocolala	Provincia Puerto Plata, Altamira	Creación y mejoramiento de espacio para tour experiencial con punto de exhibición y venta de productos locales (mejoramiento de sendero y nueva enramada)	**FASE 1:** • Mejoramiento de sendero de cacao por medio de capacitación con INFOTEP (Puentes y letreros) , • Equipamiento básico para experiencia (zapatos, vasos taqueros, zafaciones, alfombras, tazas para chocolate caliente, bandejas, maquina de chocolate caliente, TV, memoria USB) • Actividades de promoción autónoma y externa: Letreros, flyer, uniformes para 2 anfitrionas, ferias, actividad de promoción mono sectorial con taxistas, espacio en catálogo de experiencias de TCS) **FASE 2:** • Acondicionamiento de sendero y construcción de enramada para visitantes (interpretación y venta de productos) por medio de capacitación con INFOTEP, • Monitoreo de visitantes y ventas de productos, • Video promocional, • Fam Trips, • Ferias, • Apoyo en implementación de protocolo de Bioseguridad frente al COVID-19, • Uniformes para todas la integrantes de la unidad productiva.	Un sendero mejorado, mejoramiento para interpretación y degustación de productos derivados del cacao para visitantes, 291 visitantes por mes (aproximadamente)166,086 pesos como ingreso mensual promedio mensual por venta de productos, 1 nuevo punto de exhibición de producto en proceso, un centro de recepción de visitantes mejorado (en proceso), un sendero acondicionado, Unidad productiva con sus promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, con influencers, y en catálogos y ferias. Uniformes para colaboradoras, Fam Trip con Relaciones públicas del ministerio de Turismo, con Influencers, y con Técnicos de Vice Ministerios de MITUR.	Mejoramiento y promoción de tour experiencial y productos derivados del cacao.	**Fase 1:** Febrero 2018-2019 **Fase 2:** 2020-2022	407,177 (aproximadamente)	1 organización local y 30 miembros y/o familias	Nelfi García	UMPC Altamira	*Productos de Chocolate Artesanal y Cacao de Chocolala *Experiencia de Sendero y Producción familiar de Cacao	3.0	3.0	3.0	Sí		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_3	Asociación de guías Cuevas de Cabarete	Provincia Puerto Plata, Cabarete	Mejoramiento de centro de visitantes y sendero de la Asociación de Guías Cuevas de Cabarete.	**Fase 1:** • Promoción (letrero de negocio, letrero sobre reglas del uso del área protegida, presentación taxista) **Fase 2:** • Cursos de letreros e infraestructura ecoturística(letreros, puente, pasamano, plataforma) **Fase 3:** • Acondicionamiento de centro de recepción de visitantes, mediante curso de infraestructura ecoturística impartido con INFOTEP.	429 visitantes cada mes (promedio), un letrero de negocio instalado, un letrero de reglas de uso del área protegida, 100 letreros interpretativos instalados en el sendero, un espacio mejorado para el recibimiento de los visitantes (en proceso), un puente de madera, un pasamano de conexión entre centro de visitantes y una cueva mejorada (escalinata y plataforma), uniformes de colaboradores, Unidad productiva promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, Fam Trip con Relaciones publicas del ministerio de Turismo, con Influencers, y con Técnicos de Vice Ministerios de MITUR.	Mejoramiento y promoción de tour experiencial y gestión de negocio.	**Fase 1:** 2018 **Fase 2:** 2019-2020 **Fase 3:** 2021-2022	465,407	1 organización local y 41 miembros y/o familias	Marcos Liriano	Medio Ambiente	*Experiencia de Sendero de exploración de Cuevas *Excursión en Caballos *Senderismo en el área protegida	2.5	2.0	2.0	Sí		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_4	Grupo de guías de Estero Hondo	Estero Hondo, Puerto Plata	Mejoramiento de espacio interpretativo de biodiversidad del Santuario de Mamíferos Marinos y promoción	**Fase 1:** •Promoción (Flyers, participación en ferias, actividad con taxistas) **Fase 2:** • Acercamiento con Medio Ambiente a nivel nacional y provincial para aprovechamiento e intervención en el área protegida a través de TCS. No logrado:	42 visitantes mensuales (aproximadamente), Unidad productiva promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, en catálogos y ferias, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.	Promoción de tour existente	2018	4,125	1 organización local y 14 miembros y/o familias	José Batista	Medio Ambiente	*Experiencia de Sendero de Manatí en Estero Hondo	1.5	1.5	1.5	No		No	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_5	Hacienda Cuña y UMPC Guananico	Provincia Puerto Plata, Guananico	Creaciación de nuevo producto (experiencia de Musica Dominicana), Fortalecimiento de experiencias (tour de cacao y chocolate artesanal, pueblito de merengue típico, museo taino) y productos locales con promoción	**Fase 1:** • Creación de experiencia de Música Dominicana (articulación de actores, contenido, guion para anfitriones, reglamento de operación, definición de precio y mejoramiento de espacio) , • Capacitaciones con INFOTEP para mejoramiento de espacio para experiencias (letreros interpretativos, mobiliario ecoturístico, infraestructura ecoturística para chocolatepia), • Acondicionamiento de museo Taino para experiencia (murales interpretativos, construcción de replicas de piezas tainas), • Promoción (capacitación en promoción autónoma, flyer, ferias, actividades con taxistas), • Acuerdos con tour operadores para recibir grupos de turistas de hoteles y cruceros, • Fam Trip con Tour operadores **Fase 2:** • Continuar monitoreo visitantes y cumplimiento de medidas COVID-19, Promoción, • Continuar monitoreo visitantes y cumplimiento de medidas COVID-19, • Uniformes para integrantes de UP	24 visitantes por mes (promedio), 1 nuevo tours creado, 1 sendero mejorado, 5 espacios de la experiencia mejorados, 1 acuerdo con un tour operador, 4 Experiencias del Grupo Territorial promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, Fam Trip con influencer, Relaciones Públicas y vice ministerios de MITUR, uniformes para colaboradores	Mejoramiento de gestión de negocio Tours y Productos locales.	**Fase 1:** 2018-2019 **Fase 2:** 2020-2021	276,236	1 organización local y 20 miembros y/o familia	Gregorio Diaz Rojas / Sara Mercado	UMPC Guananico	*Experiencia de Cacao y Merengue "Ritmo de Agua" *Venta de productos de Cacao de Hacienda Cuña *Experiencia de Spa de Cacao Natural * Museo Taino * Experiencia de Música Dominicana.	2.5	2.0	2.5	Sí		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_6	El Gallo Ecolodge con Junta de Vecino y Club de madres	Provincia Puerto Plata, El Cupey	Señalización de puntos de venta de productos locales de la Ruta del Gallo.	• Taller de identificación de recursos locales, •Diseño e instalación de letreros de 12 puntos que conforman la ruta natural y cultural, •Mapa digital, •Kit para implementación de protocolo COVID-19	30 fichas de recursos locales, 11 puntos señalizados, un mapa digital funcionando, 10 de kits COVID-19 entregados, 3000 brochares impresos y entregados, un sendero de permacultura mejorado (letreros interpretativos con código QR), GT promocionando en redes sociales, con influencers, en ferias, un protocolo de bioseguridad creado, uniforme para integrantes de UP, monitoreo de visitación implementado mensualmente, y funcionando, 1 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, Fam Trip con Vice Ministerios de MITUR y con tour operadores turísticos, Actividad de lanzamiento de la Ruta del Gallo.	Mejoramiento de productos Venta de productos locales	2019 - 2022	252,400	6 organizaciones y 454 personas	Bryn Toledano		*Experiencia comunitaria *Venta productos locales *Mejoramiento rural	2.0	2.0	2.5	Sí		No	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_7	Comanejo del ministerio de Medio Ambiente y la Asociación de los charcos de Damajagua	Provincia Puerto Plata, Imbert	Mejoramiento de sitio para experiencia y promoción dirigida al mercado local	**Fase 1:** Promoción dirigida a mercado local (Flyer, Catálogos de experiencias TCS. **Fase 2:** • Capacitación con INFOTEP para elaboración de marco de entrada de Damajagua, • Promoción dirigida a mercado local, • Continuar monitoreo visitantes y cumplimiento de medidas COVID-19	5,449 visitantes por mes (promedio), un marco de entrada instalado, UP promocionada; en redes sociales, ferias, Fam Trip (influencers y vice ministerios de MITUR), en catálogos y ferias, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, Promoción.	Mejoramiento de espacio y promoción de oferta turística del área protegida	**Fase 1:** Octubre 2018-**Octubre 2019** **Fase 2:** Julio- octubre 2021	**295,833.79**	237 personas que trabajan con guías, administración, paquetes negocios, y empresas de excursión, (elevación antes de COVID-19)	Roberto Luis Gómez	Gobernación	*Senderos y charcos *Zipline *Buggies	3.0	3.0	3.0	No		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_8	Finca Papirucho, Río Sonador.	Provincia Puerto Plata, Yásica	Mejoramiento de sendero, equipamiento básico para excusiones/experiencias y promoción	•Equipos para excursión (Chalecos, cascos, tubos), • Letreros de identificación de áreas y de señalización en carretera, •Video promoción de la oferta turística	227 turista por mes (aproximadamente), 25 letreros instalados, 60 equipos entregados (chalecos, cascos, y tubos), UP promocionado; en redes sociales, en catálogos y ferias, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, Fam Trip con Relaciones publicas del ministerio de Turismo, con Influencers, y con Técnicos de Vice Ministerios de MITUR.	Mejoramiento de productos y promoción	Marzo 2021 - Enero 2022	246,185	Una organización y 8 personas	Jordana Jiménez y Jaime Champs	UMPC VYP Y ADEPI	*Camping *Senderos y charcos *Aromento rural	2.0	1.5	2.0	Sí		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_9	Tubagua Ecolodge y Pedro García	Provincia Puerto Plata, Yásica	Mejoramiento para interpretación de experiencia de café en tubagua y en Pedro García	**Fase 1:** Promoción dirigida a mercado local (Flyer, ferias) **Fase 2:** • Reimpresión de murales interpretativos para experiencias de café en Tubagua (Asumido por UMPC VYP) , • Señalética de espacios de interpretación (sendero y área de experiencia)	42 visitantes mensuales (aproximadamente), 1 levantamiento de necesidades de letreros y mobiliario ecoturístico, Fam Trip con Vice Ministerios de Turismo e Influencers	Mejoramiento de productos Tour y venta de productos locales.	Marzo - Septiembre 2021	4,300 aproximadamente	1 organización (UMPC) y 3 personas	Tim Hall	UMPC VYP Y ADEPI	*Sendero de café (Tubagua y Pedro García) *Alojamiento *Productos locales (Ámbar, queso)	2.0	1.5	2.0	No		No	Sí	No	28 de febrero, 2022
UP_CN_10	Jamao Eco Tours	Provincia Espaillat, Jamao Al Norte	Mejoramiento de producto Kayak, promoción de oferta de turismo comunitario, fortalecimiento de capacidad de los anfitriones por medio de equipamiento básico para auto entrenamiento sobre cañonismo y rapel (Experiencia Hongo Mágico)	**Fase 1:** Mejoramiento del producto "Kayak" y promoción de la oferta de turismo comunitario de Jamao Eco Tours. **Fase 2:** •Mejoramiento de espacios y senderos donde se desarrollan las actividades ecoturística de Jamao Eco Tour, por medio de capacitaciones sobre letreros interpretativos, mobiliario e infraestructura ecoturística. **Fase 3:** • Equipamiento básico para autoentrenamiento de anfitriones sobre cañonismo y rapel (cuerda, arnés, pieza 8,mosquetones.)	214 visitantes cada mes (promedio), 5 Kayak entregados, materiales de promoción colocados (Flyers, afiches, mapa	Desarrollo de nuevo producto, mejoramiento producto existente y promoción	**Fase 1:** 2018-2019 **Fase 2:** 2019-2020 **Fase 3:** 2021-2022	512,506	1 organización, 20 miembros, 60 familias, 9 comunidades involucradas	Jairo Morillo	COOEJAN, Alcaldía, Clúster Ecoturístico de la Provincia Espaillat	*Recomendaciones *Senderismo, Las Caobas *Senderismo, Los Tinajones *Cañonismo, Cola de Pato *Cañonismo, Cañón de Arroyo Frío *Rapel, Hongo Mágico *Recorrido en Tubos *Paseo a Caballo *Camping *Tarzan de Huracanes	3.0	3.0	3.0	Sí		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_11	Asociación de Artesanos de Higüerito	Provincia Espaillat, Higuerito	Mejoramiento de espacio para experiencia de la muñeca sin rostro y promoción autónoma.	**Fase 1:** •Elaboración de guion y reglamento del tour experiencial de la muñeca sin rostro, •Ensayo con grupos de acuerdo con guion, •Mejoramiento mínimo de exhibición artesanal, •Mejoramiento mínimo de espacio para tour, •Letreros estaciones del tour (en madera), •Paneles interpretativos (en pinta), •Taller promoción autónoma, •Letrero de Negocio, •Valla **Fase 2:** • Elaboración de catalogo de artesanos	1 nuevo creado, 13 personas recibidas mensualmente (aproximadamente), x cantidad de venta de productos, 10 letreros interpretativos instalados, 5 letreros de identificación de estaciones del tour, 1 valla en carretera,2 letreros en carretera, UP promocionada en ferias, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 1 donación de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, un catalogo de artesanos (en proceso)	Mejoramiento de productos Tour y venta de productos locales.	**Fase 1:** 2019 **Fase 2:** Marzo - Septiembre 2021	209,120 (aproximadamente)	1 organización y 20 miembros	Luis Rodriguez	Mesa de Turismo de Moca	*Tour experiencial *Venta de artesanía	2.0	1.5	1.5	Sí		Sí	Sí	Si	28 de febrero, 2022
UP_CN_12	Asociación de vendedores Playeros y artesanales de Villa Mangante	Provincia Espaillat, Gaspar Hernández	Promoción de playa Rogelio dirigida a Mercado Local	**Fase 1:** • Elaboración de zafaciones, • Instalación de 12 letreros en madera , con identificación de caseta, • Impresión e instalación de 12 murales (cinta con marco en madera), de especialidad gastronómica, • Colocación de 2 banderolas en la playa, • Vallas en madera (3) (reglas de uso, mapa gastronómico y concepto), • Creación de marco en madera para fotos (decoración e información incluida) **Fase 2:** • Producción de video promocional, • Elaboración de letreros de nuevas casetas	6 zafaciones instaladas, 12 casetas identificadas, 12 murales que identifican especializadas gastronomicas de las casetas, 2 banderolas instaladas en la playa, 3 vallas instalad con información interpretativa de playa rogelio, una valla en carretera, un marco fotografico para visitantes instalado, UP promocionada a traves de catalogo de experiencias TCS, con Ryers y en ferias, una donación de insumos para aplicación de protocolo de bioseguidad.	Venta de productos gastronomicos Actividades y servicios en playa	Marzo - Septiembre 2021	298,524	1 organización y 12 miembros	Clarine Balbuena	El Clúster Ecoturístico de la provincia Espaillat	*Venta de gastronicos *Actividades de playa	1.5	1.5	1.5	Sí		No	Sí	Si	28 de febrero, 2022

CIBAO Noroeste (Dajabón, Montecristi, Santiago Rodriguez, Valverde)

													Evaluación			Checklist					
	Unidades Productivas	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc)	Resultados / logros (productos finales) / Impacto	Tipo	Período	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de UP (34)	Producto	Entidad	Comunidad	Registro / Carta	Plan de Negocio	Visitación/ venta mensual	Protocolo COVID	Perfil	Fecha actualizada
UP_CNOE_1	Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabon	Provincia Dajabón, Municipios Partido, Loma de Cabrera y Dajabón	Fortalecer los componenentes de la oferta actual y aumento de la promoción y venta de la Ruta de la Miel	**Fase 1.** Creación de 5 senderos en apiarios priorizados En cada punto se diseñara: accesos, interpretación, seguridad, calidad y atención al cliente. o Diseño y desarrollo de un centro de interpretación de la miel **Fase 2.** Robustecer la experiencia actual con elementos y recursos ya existentes de la comunidad para aumentar el atractivo de la ruta y diversificación de la oferta y desarrollar acciones estrategicas para promocionar la ruta, dirigida al publico actual y publico potencial de la región noroeste y el Cibao con la implementación de tacticas de venta yestablecendo herramientas de monitoreo.	Tema: ¿Cómo inicia la apicultura? Productos: Jabón de miel, Hidromiel, vinos, licores, frutas; Bladimir de Los Santos (Edd.), Apiario Cristopher Tema: El propóleos y el Polen Productos: Almuerzo, Miel, Jabón de miel, propóleos y polen; Herminia Bueno, Apiario Abeja Reyna Tema: La balsa Real, Productos: miel, jalea Real, Jabón de miel Melvin Guzmán, Apiario José Agules Tema: Apiario en bosque semi húmedo, Productu: miel, Miel en panal y jabón de miel, Shapo, Apiario Los Solares Tema: Apiario en bosque semi seco, Productos: Miel, Jabón de miel y frutas 1. La ruta de la miel diversificada con actividades mas experienciales que se desarrollaran en los 2 apiarios que se estan ofreciendo actualmente. • Implementadas al menos 10 acciones de mercadeo directo utilizando diferentes herramientas y medios de comunicación • Mas de 100 personas han visitado la ruta de la miel • Se cuenta con registros y monitoreo de la visitación y venta de productos. • Iniciado una negociación comercial con el resort de Dajabón: Villas CODEVI	Experiencias en apiarios	Mar-Sep 2021	RD$378,500.00.- aprox	80 Apicultores de la Asociación de Apicultores la Fronteriza	Santiago de la Rosa	Cluster Turistico de Dajabón, gobernación, dirección provincial de agricultura, alcaldías, Asociación de Femeteros, dirección provincial de Cultura.	*Desarrollados 2 senderos de la miel con productos y servicios integrados *Venta de Productos Locales *Actividades de inmersión cultural *Alojamiento sostenible tipo resort	2.0	1.5	2.0	Sí		Sí	Sí	Sí	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_2	Asociación de Mujeres Artesanad de la Miel de Dajabón y Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón	Provincia Dajabón	Elaboración de productos derivados de miel la Fronteriza de Dajabón por la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (AMAMIEL)	**Fase 1.** Fortalecer un emprendimiento de mujeres esposas de los apicultores e impulsar la producción de productos derivados de la miel. **Fase 2.** Mejorar el producto comunitario elaborando e implementando un plan de mercadeo para 8 productos derivados de la miel con una herramienta de monitoreo establecida y fortalecimiento de la asociatividad y el funcionamiento de AMAMIEL. **Fase 3.** Con identificación de 05 puntos locales para ventas con negocios locales dentro de la ruta de miel fronteriza, se producen y venden 25 productos con 5 líneas principales durante de período piloto (1 meses y una semana). Dos semanas para identificación de puntos locales y productores, 2 para venta y monitoreo, una semana par evaluación. Se organiza resultados de venta y evaluación para reflejar en elaboración del plan de negocio. Lo importante es durante del proceso, se calcula costo, venta y ganancia, por producto. También entender necesidad, tenencia, nivel de satisfacción de ambas vendedores y clientes.	Una Asociación legalmente constituida •Desarrollado y fortalecidos al menos 3 productos derivados de la miel, •El grupo cuenta con un plan de negocios/ marketing para posicionamiento de sus productos, •Se han elaborado materiales de promoción de los productos, •El grupo ha adquirido capacidad y cuenta con equipos y herramientas para montaje y participación en ferias locales y nacionales, •En implementación el Ciclo de Marketing para 8 productos derivados de la miel, •Se han vendido al menos 960 unidades de los8 productos derivados de la miel en 3 meses, •Se han realizado al menos 3 jornadas de capacitación para fortalecimiento de la Asociatividad especificamente para AMAMIEL, •Se han impreso y distribuido 2,000 catalogos de los productos derivados de la miel, • Se ha realizado al menos un acuerdo de comercialización con una empresa local, •Listado de 10 productos con 5 líneas principales con costo y precios, •Listado de 5 puntos locales de ventas, •Resultado de ventas y ganancia por puntos locales, •Resultado de encuestas sobre calidad de productos, demanda y tipo de clientes, • informe de aprendizaje. • Integración de productos de AMAMIEL como servicios dentro de la Ruta de la Miel	Venta de productos locales	Mar-Sep 2021	RD$300,000.00.-	17 Mujeres de la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel, AMAMIEL	Herminia Bueno	OXFAM, Oficina de la Mujer de Dajabón, alcaldías	*Venta de productos locales derivados de la miel *Experiencia wellness en el sendero de la miel	1.5	2.0	2.0	Sí		No	Sí	Sí	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_3	Asociacion de Casaberos de Moncion	Provincia Santiago Rodriguez, Municipio Monción	Articulación de las 3 experiencias de fabricación de casabe en Monción	**Fase 1:** Preparación, mejoramiento de infraestructira y desarrollo de tres experiencias del casabe en Monción: Taina, Industrial e Innovación. **Fase 2.** La articulación de 3 experiencias de fabricación de casabe con 3 puntos (Taina/Familiar, Industrial e Inovacion) robustecidos con elementos y recursos existentes en la comunidad; elaborado en del ciclo de mercadeo del producto y el fortalecimiento de la asociatividad y funcionamiento de la ruta.	•Los tres puntos de experiencias del casabe listos con requerimientos mínimos para recibir visitas: habilitado para la demostración de elaboración del casabe a la manera taina (Doña Mechi), habilitado un centro de visitantes yen elizadas con líneas y letreros las estaciones de trabajo para facilitar la orientación del visitante (Guaraguano), habilitado un punto de exhibición y venta al visitante (Alimentos Fortuna) •Guiones de cada experiencia elaborados, •Personal involucrado en la ruta capacitados en temas a fines a la actividad productiva y el TSC, • Letreros en carretera instalados en cada punto de la experiencia, •Plan de negocio y promoción elaborado e implementándose, •Un documento (propuesta) de articulación de los puntos de la ruta para organizar la logística de la ruta, •La Ruta del Casabe diversificada con actividades experienciales desarrolladas en las 3 fabricas., • Elaborado el ciclo de marketing para determinar las actividades especificas para aumentar la visitación. •Elaborado un plan mínimo de capacitación para fortalecimiento de la Asociatividad., •Mas de 100 personas han visitado la ruta del casabe •Se cuenta con registros y monitoreo de la visitación y venta de productos, •Se ha realizado con el asesoramiento de INFOTEP, jornadas para conocer y acordar acciones conjuntas de marketing.	Experiencia con venta de productos locales	Mar-Sep 2021	RD$372,600.00.- aprox	Asociación de productores de casabe de Monción y Grupo de Anfitriones de Monción	Doña Mechi y Felix Manuel Rodriguez	Anfitriones de Monción, Gobernación, alcaldía, Dirección provincial de Medio ambiente y agricultura	*Producto turistico experiencial del casabe que integra productos y servicios locales. *Venta de productos artesanales locales. *Guiaraca local. *Camping *Alojamientos vacacionales rurales *Visita a Balnearios	2.0	1.5	2.0	Sí		Sí	Sí	Sí	28 de febrero, 2022

UP_CNOE_4	Anfitriones de Moncion	Provincia Santiago Rodriguez, Municipio Monci ón	Desarrollo piloto de un tours experiencial en Monción y areas circundantes	**Fase 1.** Conformar y fortalecer un grupo de Anfitriones de Monción como guias y promotores de las riquezas del territorio. **Fase 2.** Planificación y preparación para la puesta en marcha de un tour experiencial en Monción y area circundante. **Fase 3.** Basado en un proceso formativo de gestión y animación comunitaria, los miembros del grupo de anfitriones de Monción aprenden para conformación de su negocio Comunitario basado en los productos y servicios locales de Monción.	•Conformado un Grupo de Anfitriones de Monción por aproximadamente 10 jóvenes de Monción., •Plan de trabajo por el Grupo de Anfitriones para animar y promover la capital del casabe y otros atractivos de Monción., •El Grupo de Anfitriones de Monción esta apoyando a desarrollar, gestionar y promocionar la ruta del casabe y otros atractivos turisticos de Monción., •El Grupo de Anfitriones de Monción se ha concientizado y capacitado sobre temas turísticos y especificamente comunitarios., •El Grupo de Anfitriones de Monción está monitoreando y encuestando la satisfacción de los visitantes al territorio., •Desarrollada una experiencia turística piloto incluyendo atractivos y recursos locales de Monción., •Identificación de los actores de la cadena de valor del producto, • Elaborado el ciclo de marketing del producto, •Realizado un plan de acción 202 ? 22 con el INFOTEP. •Diseñada una capacitación en gestión y animación comunitaria., •Lecciones aprendidas en el proceso de formació n en gestión y animación comunitaria., •Plan de acción 2022., •Documento de guión de Anfitriones de Monción., • Diseño de una guía de servicios de Anfitriones de Monción	Experiencia con venta de productos locales	Mar-Sep 2021	RD$300,000.00 - aprox	10 jovenes miembros del Grupo de Anfitriones de Monción	Felix Manuel Rodriguez	Ruta del casabe, Dirección provincial de la Juventud, Concejo de la Presa de Monció n, alcaldí	*Guianza local y de sitio en el municipio de Monción. *Experiencia de Patio de Arte *Alojamiento rutal y camping *Experiencia de inmersión cultural	1.5	1.5	2.0	No		No	Sí	Sí	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_5	Café Trillao	Santiago Rodriguez, Sabaneta	Preparación una experiencia de tierra de músicos en el municipio de Sabaneta	**Fase 1.** Elaboración de un material promocional de Tierra de Musicos con FUNDESESARO. **Fase 2.** Café Trillao y el Cluster Turistico de Santiago Rodriguez desarrollan la base de una experiencia de turismo folclórico, como negocio gestionado desde las comunidad, elaborando un material interpretativo que reconoce el valor y aporte de los musicos para aumentar el orgullo local.	• Una herramienta de promoción de las actividades musicales de la provincia de Santiago Rodriguez que se distribuirá en los puntos de interés turístico como hoteles y restaurantes de la provincia, instituciones públicas de acceso a visitantes y bares y clubes nocturnos donde se desarrollan actividades musicales. •Documento de compromiso de las entidades involucradas en el desarrollo de la actividad., •Integración de la experiencia al brochure promocional de Santiago Rodriguez, •Diseño de material interpretativo, •Diseño de logo de la experiencia	Experiencia de inmersión folklorica con venta de productos locales gastronó micos	Diciembre 2021-enero 2022	RD$0.00.-	6 entidades locales con 60 integrantes	Gustavo Saint Hillaire	Café Trillo Cluster Turistico de Santiago Rodriguez Gobernación provincial Banda de Musicos Dirección de cultura	*Producto musical -gastronómicos	1.5	1.5	1.5	SI		No	No	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_6	Grupo productivo del Banano en Valverde	Provincia Valverde, Mao y Laguna Salada	Desarrollo piloto de la Ruta del Banano en la provincia Valverde	**Fase 1:** Creación de un sendero educativo del banano con BANELINO. **Fase 2.** Articulación y posicionamiento de una experiencia piloto con los recursos y productos alrededor del banano ya existentes en la provincia Valverde **Fase 3.** Realizando un proceso de identificación de los diferentes componentes de la cadena de valor de la ruta agroturistica del banano desde su conceptualización, definir la ideación de una propuesta de ruta experiencial alrededor del banano orgánico gestionado desde un grupo productivo comunitario que determina la operación de la experiencia potencializando una actividad de TCS en el territorio.	•Taller de diseño se sendero y elaboración de guion, •Segundo Taller para prueba de guion, •Diseño de logo de la ruta de Banano, •Señalización, paneles interpretativos e infraestructura turística, •Desarrollada una experiencia turística piloto incluyendo atractivos y recursos locales de Valverde, Identificación de los actores de la cadena de valor del producto, •Elaborado el ciclo de marketing del producto, •Se ha lanzado la experiencia piloto para impulsar el posicionamiento en la Región, •Implementado un plan mínimo de capacitación en temas de fortalecimiento del negocio social, •Mejoramiento del logo de la ruta del banano	Experiencia agroturistica	Marzo -septiembre 2021	RD$90,000.00.-	1 grupo productivo con 9 entidades locales	Julio Pérez	Empresas Morel BANELINO FINCA FRANCIS POLANCO FINCA FRANCISCO MADERA CLUSTER TURISTICO DE VALVERDE Dirección Provincial de Cultura Restaurantes Saborao y Duarte 36	*Senderos del banano orgánico *Gastronomía sensorial *Inmersión folklórica *City Tours *Artesanías *Venta de productos locales	1.0	1.0	1.5	SI		No	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_7	Asociación de Margarita	Valverde, Mao	Lanzamiento y Posicionamiento de la Ruta Historico - Cultural "Joyas de Mao en Margaritas"	**Fase 1.** Diseño básico, embellecimiento y establecimiento de la Experiencia en margaritas por el municipio de Mao. **Fase 2.** Elaborar una estrategia de marketing y ciclo de mercadeo para el fortalecimiento y promoció n de la ruta. Desarrollo e implementación de un plan de capacitación. **Fase 3.** A través de la articulación público privada de las bases de margaritas, el ayuntamiento de Mao, el INTRANT y el Clúster Turístico de Valverde se determinan los transportes y choferes posteriormente a pasar por un proceso formativo y de preparación de las margaritas que estarán ofreciendo el servicio. Además definir los componente de la oferta diversificada.	•Un city tours en margaritas diseñado y establecido, •Cinco margaritas pintadas con temas alusivos a la historia de Mao, •Equipo de gestión de la experiencia capacitado en temas turísticos y de mejoramiento de sus servicios, •La experiencia cuenta con un plan de promoción ejecutandose •Se están monitoreando el número de visitantes y la satisfacción del mismo, • Se ha mejorado el guión insertando el componente gastronómico con platos a base del banano, •Se han impreso y distribuido 2,000 brochure de la ruta en margarita, •Elaborado e implementado un plan de marketing, venta directa y fortalecimiento de capacidades, •Se han confeccionado 20 uniformes y se han carnetizado los miembros de la Unidad Productiva, •Listado de las margaritas y choferes con días de trabajo., •Ficha técnica de los costos y precios por transportación de la ruta del banano., •Diseño del brochure de la ruta., •Concertado con la Sala Capitular, el Ayuntamiento de Mao y la dirección provincial del INTRANT la ejecución de la ruta., •Integradas a la Ruta del Banano como transporte turistico	Tour	Marzo -septiembre 2021	RD$200,000.00.- aprox	2 instituciones y dos organizaciones de 25 familias	Eddy Castillo	Cluster Turistico de Valverde, OPT Valverde, GT Valverde	*Servicio de transporte turistico local	1.0	1.0	1.5	No		No	No	No	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_8	ADELVA	Valverde	Planificación de la propuesta piloto de la puesta en marcha del Mercado de productores locales de Valverde	**Fase 2.** Articulación del grupo comunitario y generación de alianzas con entidades locales, elaboraci ón del plan de acciones conjuntas para la puesta en marcha del mercado, diseño de la estructura y presupuesto del negocio social de la cultural, implementado un plan mínimo de capacitaciones, elaboración de un material de promoción.	•Realizado un analisis FODA y estrategia CAME para la continuación de esta idea., •Articulado un grupo comunitario para la gestión e implementación del mercado., •Elaborado un plan de ejecución conjunta de desarrollo del mercado., •Fortalecidas las capacidades de 20 personas, •Elaborado 2 paneles de información.	Venta de productos	Marzo -septiembre 2021	RD$200,000.00.-	1 institución local y 10 familias de 5 miembros	Martin Peña	Cámara de Comercio, Alcaldía de Esperanza, Gobernación, GT Valverde	-No hay producto				No		No	No	No	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_9	ASFAVAL	Valverde, Mao, Esperanza, Laguna Salada	Producción de artesanias de la fibra de banano de Valverde	**Fase 1.** Elaboración de un material concertado y posicionado con apoyo de entidades pública y privadas del territorio. **Fase 2.** Mejoramiento y diversificación de los productos a traves de un plan de capacitación y elaborado e implementado un plan de marketing y venta directa	•Elaborada y lanzada una guia de productos de la fibra del banano con apoyo de entidades públicas y privadas, • Se han realizado al menos 4 capacitaciones para el mejoramiento de la calidad y terminación de la artesanía ya existente, •Se han integrado al menos 3 productos nuevos al catalogo, •Se ha realizado el lanzamiento de la guia de productos locales, •Han sido distribuidas 1,900 guias de productos locales •Se ha realizado al menos un acuerdo de comercialización con una empresa local, •Se han vendido al menos 100 unidades de artesanias al mes, •Logo mejorado	Venta de productos	Junio-diciembre 2020 Marzo -septiembre 2021	RD$70,000.00.-	1 Asociación Local con 10 miembros y familias con 5 integrantes	Ana Martina Rodriguez	Cámara de Comercio, Alcaldía de Esperanza, Mao, Laguna Salada, Gobernación, CLAC, ADELVA, GT Valverde	*Experiencia folklórica *Venta de artesanía en fibra de banano	2.0	2.5	2.5	SI		No	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_10	GREMONT	Montecristi, San Fernando	Lanzamiento y Posicionamiento del sendero de naturaleza para avistamiento de aves	**Fase 1.** Creación de producto de naturaleza y fortalecimiento de capacidades instaladas. **Fase 2.** Fortalecimiento de las capacidades de los miembros de la organización, enfocado en la interpretación y guianza en la naturaleza, cogestión del permiso de operación y desarrollar e implementar un plan de posicionamiento y marketing	•Grupo de guías capacitados y especializados en avistamiento de aves y contando con equipos para realizar la actividad, •Dos senderos de avistamiento de aves diseñados y señalizados., •1 tour en el Centro histórico diseñado y verificado y contando con equipos para realizar la actividad, •1 empresa comunitaria local formalizada y fortalecida, •Se han desarrollado al menos dos capacitaciones sobre interpretación de la naturaleza y tecnicas de guianza, •Se ha obtenido el permiso de operación dentro del parque Nacional de Montecristi, •Se han elaborado, impreso y distribuido 2,000 cartillas sobre las aves a observar en Montecristi, •Se han elaborado, impreso y distribuido 300 flyer para promoción de la experiencia, •Elaboración de logo.	Excursión	Octubre 2019-diciembre 2020 Marzo -septiembre 2021	RD$80,000.00.- aprox	1 organización local con 1 integrantes con familias de 3 integrantes	Soraya Rodriguez	Dirección provincial de Medio Ambiente, alcaldía, gobernació n, Asociación de Hoteles y Restaurantes, GT Montecristi	*Senderos de avistamiento de aves *Venta de productos locales *Alojamiento urbano *Tours en bicicletas	2.0	2.0	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_11	Manzanillo Ecoaventura	Montecristi, Manzanillo	Fortalecimiento Institucional, diversificació n y posicionamiento de la oferta de Manzanillo Eco Aventura.	**Fase 1:** Mejoramiento de producto con potencial de TCS y fortalecimiento de una entidad comunitaria **Fase 2:** Constitución legal de la Unidad Productiva, Agregar elementos y recursos ya existentes en la comunidad y desarrollo e implementación de un plan de marketing y venta directa.	•21 jóvenes capacitados en los diferentes módulos de Gestor de Empresas de TCS., •GUARDIANES MARINOS DE LA BAHIA formalizado como empresa, •Una ruta en kayak con guion de interpretación ambiental, •Una zona de embarque mejorada, adecuada y limpia para recepción de visitantes, •Acciones de marketing implementadas, • Manzanillo como un destino que forme parte del CIRCUITO SABOR del CNOE, •Puesta en valor de cinco espacios históricos del territorio (vista al territorio), •Un producto articulado con otros proveedores del territorio, •Se han agregado al menos 3 recursos/ atractivos locales a la experiencia ya existente, •Se ha obtenido el certificado de constitución legal de la ONG desde la perspectiva de gestión comunitaria, •Se han recibido al menos 40 visitantes al mes, •Determinada una política de sostenibilidad del grupo	Excursión	Marzo -septiembre 2021	RD$452,500.00.-	1 Organización local con 22 integrantes con familias de 5 integrantes.	Hizar Blanco	Comisión Turistica de Manzanillo, Alcaldía, Asociacio n de pescadores de Manzanillo, GT Montecristi	*Senderos en kayak por los Mangales de Estero Balsa *Productos Locales *Avistamiento de aves *Ruta de la Miel	2.5	2.0	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNOE_12	Grupo productivo de Hato del Medio	Montecristi, Villa Elisa	Articular y desarrollar un piloto de la ruta gastronómica del Chivo Liniero	Identificación, diversificación y fortalecimiento de los componentes de las ruta, ademas fortalecimiento del grupo productivo a través de capacitaciones en asociatividad y mejoramiento de la imagen y presentación de los productos	•1 levantamiento de recursos locales, •Un plan mínimo de capacitaciones, •Articulación del grupo productivo. • Realizado un proceso 2000 catalogos de la oferta gastronomica del chivo., •Un plan de mercadeo mejorado. • Elaborado un logo de la ruta del chivo, •Levantamiento y vinculación con ADOCHEF y Feed The Planet	Excursión y venta de productos	Marzo -septiembre 2021	RD$30,000.00.-	1 organización local con 30 integrantes con familias de 5 integrantes.	Felix Colón	Camioneros de Hato del Medio, Junta Distrital de Villa Elisa, Dirección provincial de agricultura	*Venta de chivo y tocino de chivo	1.0	1.0	1.0	No		No	SÍ	No	28 de febrero, 2022

CIBAO Nordeste (María Trinidad Sanchez, Samana, Duarte y Heramanas Mirabal)

	Unidades Productivas	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (insumo, intervención, etc.)	Resultados / logros (productos finales) / Impacto	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos UP (10)	Evaluación: Producto	Evaluación: Entidad	Evaluación: Comunidad	Checklist: Registro / Carta	Checklist: Plan de Negocio	Checklist: Visitación/ venta mensual	Checklist: Protocolo COVID	Checklist: Perfil	Fecha actualizada
UP_CNE_1	El Sindicato de boteros, Laguna Gri-Gri	Provincia María Trinidad Sá nchez, Río San Juan	Mejoramiento es espacio para recepción de visitantes, manejo de negocios y promoción	• Acondicionamiento de centro de recepción de visitantes, • Taller sobre manejo de Negocios, • Video promocional	2,715 visitantes por mes (aproximadamente), Un centro de recepción de visitantes acondicionado,un oficina equipada con equipamiento basico, una organización capacitada en Manejo de Negocios, UP promocionada en catalogos, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.	Tour	Marzo-Septiembre 2021	130,100	40 beneficiarios directos	Alexandra Cid	Alcaldía, Medio Ambiente	*Paseo en bote por laguna, manglar y costa	2.0	2.0	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNE_2	Cooperativa de producció n, trabajos y servicios mú ltiples de pescadores Bahía San Lorenzo	Provincia Samaná, Sánchez	Mejoramiento de tour experiencial por los Haitises y promoción	• Elaboración de guion, • Equipamiento básico para tours (chalecos, botiquín de primeros auxilios, radios de comunicación). - Ensayo de guion, • Identificación de guías Locales, • Capacitación de gu ías locales, • Adecuación de punto de inicio de la excursión, • Compra de equipos para recorrido en kayak, • Colocación de valla en carretera, • Video promocional, • Acondicionamiento de bote para tour (techo y pintura)	30 visitantes mensualmente (promedio), Un guion del nuevo tour , 10 chalecos entregados, 5 personas capacitadas en primeros auxilios en lugares remotos, 5 radios de comunicación, 1 botiquín de primeros auxilios, una camilla de rescate, 11 personas capacitadas en primeros auxilios en lugares remotos . UP promocionada en ferias, en fotos, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 1 donación de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.	Tour	Marzo-diciembre 2021	112,852	60 beneficiarios	Isis Boyer		*Paseo Kayak y Cuevas	1.5	1.5	1.5	No		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNE_3	Asociación Comunitaria, Ecoturismo Salto del Limón (ACESAL)	Provincia Samaná, El Limón	Mejoramiento de tour experiencial al Salto El Limón	• Equipo de primeros auxilios (camilla de rescate, radios de comunicación, botiquín de primeros auxilios), • Señalización mínima de ranchos y senderos	2,412 visitantes por mes (aproximadamente), 1 Camilla de primeros auxilios entregada, 5 radios de comunicación, un botiquín de primeros auxilios, 12 guías capacitados en primeros auxilios en lugares remotos. Unidad productiva promocionada en catálogos y ferias, monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.	Tour	Marzo-Diciembre 2021	81,480	900 beneficiarios	Salvador Alcalá/Manaury	Medio Ambiente	*Excursiónes al Salto el Limón (a pie y a caballo)	2.0	1.5	2.0	SI		No	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNE_4	Grupo de guías de las Galeras	Provincia Samaná, Las Galeras	Fortalecimiento de grupo de guías	• Camilla de rescate, • Radios de comunicación, • Cascos con linternas para las cavernas, • chalecos Salvavidas para las excursiones de agua, • Botiquín de primeros auxilios, • Capacitación sobre primeros auxilios en lugares remotos, • Intercambio de practicas de fomento de TCS	17 personas recibidas mensualmente (aproximadamente) , 10 guías capacitados en primeros auxilios en Lugares Remotos, donación de 1 camilla de primeros auxilios, 5 radios de comunicación, un botiquín, 10 chalecos, 10 linternas, 10 cascos, 5 jóvenes capacitos por medio de intercambio sobre fomento de buenas practicas de TCS (en proceso), entrega de uniformes para guía.	Tour	Marzo- diciembre 202	279,438	5 organizaciones con 40 miembros	Raquel Samboy	Consejo de Las Galeras, Alcald ía	*****5 excusiones por playas y cuevas	1.5	1.5	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022
UP_CNE_5	Rancho Don Lulu Centro Ecoturístico	Provincia Duarte, San Francisco de Macorís	Señalización de sendero de Las nubes para recepción de visitantes y promoción	• Letreros interpretativos, • Video promocional	109 visitantes mensualmente (aproximadamente), un levantamiento de informacion necesidades letreros interpretativos, un monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando, 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.	Tour Alojamiento	Septiembre 2021-Marzo 2022	100000	42 aprox	Luis Amarante	INFOTEP	*Alojamiento rural, *Senderismo	1.5	1.5	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero, 2022

CIBAO Sur (La Vega, Monseñol Noel, Sanchez Ramirez)

	Unidades Productivas	Lugar (provincia y municipio)	Título del proyecto	Descripción del proyecto (insumo, intervención, etc)	Resultados / logros (productos finales) / Impacto	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de UP (19)	Evaluación: Producto	Evaluación: Entidad	Evaluación: Comunidad	Checklist: Registro / Carta	Checklist: Plan de Negocio	Checklist: Visitación/ venta mensual	Checklist: Protocolo COVID	Checklist: Perfil	Fecha actualizada
UP_CS_1	Complejo Ecoturístico Sonido del Yaque	La Vega, Jarabacoa	Acondicionamiento de productos y servicios del complejo ecoturístico Sonido de Yaque	Mejorar calidad de servicios de alojamiento ecoturístico y un sendero ecoturístico por el grupo de mujeres de Sonido de Yaque, aumentar capacidad de promocion autonoma hacia mercado local de (aventureros)	Condicion del alojamiento ecoturistico evaluado y mejorado para post COVID. Un material del sedero ecoturistico elaborado, SNS mejorado.	Experiencia Comunitaria	Marzo - Septiembre 2021	150,000	30 miembros	Sra. Ivelisse		*Experiencia Comunitaria senderismo descubra el secreto de Sonido *Alojamiento Rural en cabañas , *Balneario rio Yaque del Norte.	2.0	2.0	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero 2022
UP_CS_2	Complejo Ecoturístico Angostura	La Vega, Manabao	Acondicionamiento de productos y servicios del complejo ecoturistico Angostura	Mejorar calidad de servicios de alojamiento ecoturistico y un sendero ecoturistico por el Asociación de mujeres La Milagrosa, aumentar capacidad de promocion autonoma hacia mercado local de (aventureros) con catalogos y brochure.	Condicion del alojamiento ecoturistico evaluado y mejorado para post COVID. Un material del sedero ecoturistico elaborado, SNS mejorado.	Experiencia Comunitaria	Marzo - Septiembre 2022	150000	30 miembros	Sr. Inocencia		*Senderismo a cascada Angostura, *Cabalgata hasta rio y cascada, *Alojamiento comunitario en cabañas. *Excursiones a Pico Duarte, *Observación de aves.	2.0	1.5	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero 2022
UP_CS_4	Asociación de productores agrícola La Catoira.	La Vega, Constanza.	Acondicionamiento de su producto,	Equipamiento basico para Tour, Letreros, acondicionamiento de senderos, organización de protocolos turismo 3s, fortalecer experiencia desarrollada con capacitaciones, promoción organizada, video, brochure, venta.	Tener experiencia fortalecida, numero de visitantes significativos, desarrollo de productos con ventas y mejor ingreso. Señalización adecuada y comunitarios capacitados.	Tour y venta	Marzo - Septiembre 2022	RD$228,680.00	35 miembros	Sr. Silenis	Cluster Constanza	*Senderismo Finca Doña Paula, *Camping. *Recorrido por experiencia *Ruta de las Fresas y Comunidad La Catoira.	1.5	1.5	2.0	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero 2022
UP_CS_5	Grupo comunitario Giada	Cotui, Sánchez Ramírez	Articulacion de los productos expereinicales y su mejoramiento	Equipamiento basico para Tour, chalecos salvavidas, Letreros, acondicionamiento de senderos, organización de protocolos turismo 3s, fortalecer experiencia desarrollada con capacitaciones, promoción autonoma.	Tener experiencia ordenada, con los permisos necesarios, fortalecer el grupo comunitario en las actividades turisticas del lago de Hatillo y Parque Nacional Ariana Vargas, numero de visitantes considerados.	Tour	Marzo - Septiembre 2022	RD$ 0.00	30 miembros	Sra. Tomaris	Consejo de desarrollo Sánchez Ramírez, Medio Ambiente.	*Senderismo Parque Nacional Ariana Vargas, *Cueva el Hoyo de Sanabe., *Experiencia avistación de mujeres de Hatillo, *Paseo en Bote presa de Hatillo.	1.5	1.5	1.5	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero 2022
UP_CS_6	Grupo de Guías de Saltos de Jima	Monseñor Noel	Bonao, Monseñor Noel	Creación de base de experiencias turísticas De los SALTO DE JIMA , donación de materiales para fortalecimiento de experiencia y oferta turística.	Tener experiencia ordenada, con los permisos necesarios, fortalecer el grupo comunitario en las actividades turisticas del monumento natural Saltos de Jima, equipamiento para sus actividades de alto riesgo yacuáticas.	Tour	Marzo - Septiembre 2022	RD$ 172,613.0	30 miembros	Ar. Andres Santos		Ministerio de Medio Ambiente y Consejo de desarrollo Monseñ or Noel	*Senderismo por lo Jima., *Senderismo Saltos de Jima. *Camping.	1.5	1.5	1.5	SI		SI	SÍ	SÍ	28 de febrero 2022

Nivel 3 (Autogestionado/Sustentable) ★★★ 3.0
Nivel 2.5 (gestiona bien/bien condicion) ★★☆ 2.5
Nivel 2 (Gestion funcionada / producto que se vende) ★★ 2.0
Nivel 1.5 (existe pero no funciona adecuadamente/este producto pero no esta vendiendo bie ★☆ 1.5
Nivel 1 (existe pero no funciona /producto solo existe pero no esta vendiendo) ★ 1.0
Nivel 0 (No conformado / No existe) ☆ 0.0

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

Programa de apoyo a Grupos Territoriales basados en cooperación publico-privada para desarrollo de rutas y destinos comunitarias hacia recuperación de COVID Cibao en 2021

CIBAO NORTE (Puerto Plata, Espaillat y Santiago)

												Evaluación			Checklist					
	Grupos Territoriales	Lugar (provincia y municipio)	Titulo del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc.)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de GT	Otros actores relevantes	Productos de GT	Producto	Entidad	Comunidad	Registro / Carta	Plan de Acción	Visitación/ venta mensual	Protocolo COVID	Perfile	Fecha actualizada
GR_CN_1	UMPC VYP y APEDI	Provincia de Puerto Plata, Y ásica y Provincia de Santiago, Pedro Garcia y la Cumbre	Elaboración del catalogo de tesoros comunitarios de la Ruta Panorámica	Basado en la participación comuntiaria, se elabora un catalogo caracterizado de unicidades de 5 zonas de la Ruta Panoámica de Santiago - Puerto Plata, se distribuye dentro de las comunidades para aumento de concendia e identidades.	No logrado Catalogo de tesoros comunitarios elaborados y distribuidos, actividades realizadas de lanzamiento o presentación publica, 2000 familias recibidas el catalogo		Enero - Septiembre 2021	200,000	30 actores claves de la ruta y 2000 familares	Sr. Tim Hole (UMPC VYP), Sr. Saul (APEDI)	Cámara de Comercio de Puerto Plata, Cámara de Comercio de Santiago	*Senderos,*Productos locales, *Balnearios, *Miradores, *Artesarías, *Oferta gastronomica local, *Alojamiento Rural, *Excursiones	1.5	1.5	1.5	No		No	SI	No	28 de febrero, 2022
GR_CN_2	Mesa provincial de Turismo Espaillat	Provincia Espaillat, Moca	Articulación y promoción de Ruta Histórica de Moca; Justicia, Valentía y Paz	• Rotulación de Eco-cars. • Distribución de materiales de puntos de promoción • Elaboración e impresi ón de individuales para restaurantes de mofongo más ktis para colorear • Gestión de capacitación en servicio al cliente • Creación de guion de los eco móvil • Audio guías para eco móvil • Señalización de puntos de la Ruta. • Monitoreo de visitantes a tres niveles y cumplimiento de protocolo de Bioseguridad • Promoción y venta tour modalidad virtual (Tentativo) • Creación de puntos de venta de la muñeca sin rostro (artesanía local) • Producción de video promocional - Promoción y venta tour modalidad virtual (Tentativo).	10 tarjas con codigo QR para señalar puntos de la ruta, 11 visitantes mensualmente (en promedio), 8000 individuales para restaurantes de mofongo, 3000 bruchures, 10 rutolos para ecomoviles, una actividad de lanzamiento de la ruta, Fam Trip con Influenciers, y con Técnicos de Vice Ministerios de MITUR, promoción en ferias, un protocolo COVID 19 elaborado, una de de insumos para aplicación de protocolo COVID 19.	Experiencia y venta de productos	Marzo - Septiembre 2029	74,300	11 organizaciones provinciales	Rosa María Torres	Ayuntamiento de Moca, Gobernación de Espaillat.	*Museos, *Gastronomia	1.5	1.5	2.0	No		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GR_CN_3	CODEJAN (Consejo de desarrollo turístico de Jamao)	Provincia Espaillat	Elaboración de revista de Tesoros Locales(destino comunitario)	• Apoyo a elaboración del catalogo de Tesoros Comunitarios, que sirva para levantar el orgullo y generar conciencia en las comunidades que conforman el municipio Jamao al Norte.	Un revista de Tesoros Locales	Promoción de destino Comunit	Marzo 2021- Febrero 2022	340,105	1 organización local, 20 miembros trabajando en favor de un municipio.	Alexis Hernández	Ayuntamiento de Jamao al Norte, Cluster PROESPAILLAT, ADEPE, COOPADEP, Gobernación de Espaillat.	*Senderismo, *Rapel, *Camping, *Alojamiento Rural, *Baranquismo, *Productos locales	3.0	3.0	3.0	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GR_CN_4	UMPC Guananico	Provincia Puerto Plata, Guar	Diversificación de oferta de turismo comunitario en Guananico y promoción (tentativo)	No logrado • Acondicionamiento y puesta en valor de sendero Saltadero Olla Grande(tentativo) • Evaluación de nuevo producto integrado (vendero de cacao, museo teire, charco de olla grande, comida y música típica)	Un sendero habilitado, una oferta diversifica.	Tour	Marzo - Septiembre	150,000		Gregorio Diaz Rojas	Alcaldia		2.0	2.0	2.0	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022

	Grupo Regional	Lugar (regional)	Titulo del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc.)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de GT	Otros actores relevantes										Fecha actualizada
GR_CN	RED de Turismo Comunitario	Provincia Puerto Plata	Promoción de destino Puerto Plata ?	La red dejó de operar pero la promoción del destino se continua con la Mesa Técnica de Puerto Plata, impresión de materiales publicitarios del destino puertoplata.			Marzo - Septiembre 2022	200,000								No		No	No	No	28 de febrero, 2022
GR_CN	Mesa Técnica de Turismo	Provincia Puerto Plata	Promoción de destino Puerto Plata	Actualización e impresión de materiales publicitarios del destino Puerto Plata	1 Driving Maps actualizado, 6 guias municipales actualizadas	Promoción de destino Provincial	2021 - 2022		3 organizaciones provinciales(CCPP, MITUR, OSCN,INFOTEP) y 6 delegaciones municipales	Camará de Comercio y Producción de Puerto Plata, Ministerio de Turismo de Puerto Plata.	Ayuntamientos, Delegaciones Municipales de Altamira, Guanánico, Villa Isabela, Los Hidalgos, Imbert, Luperón, , SMPC, Altamira, UMPC, Guanánico, ASOMATRP.						No		No	No	No	28 de febrero, 2022

Observaciones: Analizando posibilidad de posicionamiento de TCS por medio de productos locales (chocolates, pan, vino, dulce, miel, artenía, yogurt...) se puede considerar un mini proyecto para mejoramiento de etiqueta para colocar productos en estación de carretera.

CIBAO Noroeste (Dajabón, Montecristi, Santiago Rodriguez, Valverde)

												Evaluación			Checklist					
	GruposTerritoriales	Lugar (provincia y municipio)	Titulo del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de GT	Producto	Entidad	Comunidad	Registro / Carta	Plan de Acción	Visitación/ venta mensual	Protocolo COVID	Perfile	Fecha actualizada
GR_CNOE_1	Grupo Territorial de Dajabón (Cluster turistico de Dajabon)	Provincia Dajabón	Aumento del valor turistico de la Provincia Dajabón	Fortalecimiento de las bases para el desarrollo del concepto Dajabón "Puente entre Naciones"	1.Se ha elaborado un catalogo con 5 tours modelos, con las experiencias turísticas comunitarias de la Provincia Da jabón articuladas por temas, debajo del tema "Puente entre Naciones" 2.Se han mejorado las capacidades de 50 personas, oferentes de servicios de hotelería y alimentación de la Provincia Dajabón.	Promoción del destino	Julio – septiembre 2021	RD$ 170,000.00	Cluster Turistico de Dajabón, ADETDA, Ayuntamiento Municipal, Dirección Provincial de Cultura, Ruta de la Miel, AMAMIEL.	Cluater Turistico de Dajabón	Productos Mama Tonta, Casa de Arte, Villas CODEVI, El Patio el Ilses, ACPROSTUR, HAGROECA, Productos Aroma de la Montaña.	Elaboración del catalogo de tours tematicos de Dajabón para la posterior divulgación	2.0	1.5	2.0	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GR_CNOE_2	Grupo Territorial de Santiago Rodriguez (Cluster Turistico de Santiago Rodriguez)	Provincia Santiago Rodriguez	Elaboración de un material presentable para promover caracterización de 3 Municipios de la Provincia Santiago Rodríguez de manera integrada.	Promover el impacto de TCS en la Provincia Santiago Rodriguez Elaborar herramientas de presentación del destino turistico Santiago Rodriguez a través de articulación de características y productos distintos de 3 municipios, para aumentar posicionamiento interno y conciencia hacia destino turistico de la provincia. En los dos partes, 1. creación de herramientas para presentar 3 municipios articulados basado en los productos, experiencias, itinerarios con características de cada municipio; 2. presentación de la provincia como destino turísticos con uso de herramientas elaborados.	3.Se ha elaboroado un material para promover las características (productos, experiencias, itinerarios y gente) de los 3 Municipios de la Provincia Santiago Rodriguez.	Promoción del destino	Julio – septiembre 2021	Total: RD$ 180,000.00	Gobernación Provincial, Casaberos, Camara de Comercio y AJESARO	Cluater Turistico de Santiago Rodriguez	Medio Ambiente, Consejo de la Presa de Monción, Ayuntamientos, Mantañeses por la Dignidad.	Elaboración de brochure del destino caracterizando a los 3 Municipios de la Provincia Santiago Rodriguez	2.0	2.5	2.5	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GR_CNOE_3	Grupo municipal de Moncion (Anfitriones de Moncion)	Provincia Santiago Rodriguez, Municipio Monci ón	Fortalecimiento de un equipo de coordinación conjunta para el Municipio de Monción	Fortalecimiento de la gestión del Grupo Territorial de Monción, elaboración de un plan de trabajo conjunto para el posicionamiento del territorio como un destino de Turismo Comunitario Sostenible y el fomento de nuevas experiencias turísticas	- Se ha definido y lanzado una marca territorial - Se ha elaborado un plan de capacitación para el sector hotelero y de restaurantes - Se ha elaborado una estructura operativa y funcional del GT - Se ha elaborado un acuerdo/compromiso de voluntad entre los actores del GT - Se ha desarrollado una metodología para el levantamiento de estadística turística en la provincia	Experiencia con venta de productos locales	Mar-Sep 2021	RD$ 160,000.00.-	Ayuntamiento de Monción, Grupo de Anfitriones, Consejo de la Presa y Casaberos	Grupo de Anfitriones de Monción			2.5	2.0	2.0	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GR_CNOE_4	Grupo Territorial de Valverde (Cluster Turistico de Valverde)	Provincia Valverde	Realizar "Semana Valverde", valoramos nuestro tesoros comunitarios hacia un "Destino Turistico" con una serie de actividades para celebración y redescubrimiento de valor de la provincia de Valverde.	Aumentar la conciencia sobre el potencial turístico de Valverde caracterizado en tres municipios distintos con orgullo e identidad local. Realizar una serie de actividades para identificar y promover valor de tesoros comunitarios de la Provincia Valverde dentro de SEMANA VALVERDE, VALORAMOS NUESTRO TESOROS COMUNITARIO HACIA UN DISTINO TURISTICO organizado por GT. Posteriormente se elabore un plan turístico de la Provincia Valverde integrando a sus autoridades basado en resultados. Para definir las actividades de la SEMANA VALVERDE, solo enfoque potenciales y fortalece que cada entidad y cada municipio tiene, no enfoque problema ni debilidad. Actividades y presentaciones se destacan características únicas de tres municipios (Mao, Esperanza y Laguna Salada)	1. Creación una agenda tentativa para la SEMANA VALVERDE 2. Realización de la SEMANA VALVERDE en final de octubre. 3. Retroalimentación de la SEMANA VALVERDE	Promoción del destino	Julio – septiembre 2021	Total: RD$274,400.00	Dirección Regional de Turismo, ADELVA,BANELINO, UTESA	Cluater Turistico de Valverde	Camara de Comercio, INDENOR, MIC, Dirección Provincial de Medio Ambiente, Dirección Provincial de Agricultura	Realización de SEMANA VALVERDE con varias actividades y elaboración de boletin de resultados	1.5	1.5	1.5	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GR_CNOE_5	Grupo Territorial de Montecristi (Cluster Turistico de Montecristi)	Provincia Montecristi	Desarrollo de una herramienta digital informativa integral de Montecristi	Se pretende diseñar una pagina web donde se puedan integrar estos materiales ya elaborados y otras secciones básicas con informaciones de los oferentes actuales de los servicios turísticos en la Provincia.	1. Diseno y craigramacion de una pagina web provincial 2. Conformación de un comité gestor de la pagina web 3. Lanzamiento de la Pagina Web	Promoción del destino	Julio – septiembre 2021	Total: RD$ 97,250.00	Asociación de Hoteles y Restaurantes, Dirección Provincial de Turismo, Dirección Provincial de Turismo.	Asociación de Hoteles y Restaurantes de Montecristi	Cluster de Turismo	Mostrar de manera digital las ofertas turísticas actuales de la Provincia Montecristi.	2.0	1.5	2.0	No		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GR_CNOE_6	Comision de desarrollo turitico de Manzanillo (Consejo Ecoturistico de Manzanillo)	Provincia Montecristi Municipio Pepillo Salcedo (Manzanillo)	Fortalecimiento de un equipo de coordinación conjunta para el Municipio de Manzanillo	Fortalecimiento de la gestión del Grupo Territorial de Manzanillo, elaboración de un plan de trabajo conjunto para el posicionamiento del territorio como un destino de Turismo Comunitario Sostenible y el fomento de nuevas experiencias turísticas	- Se ha definido y lanzado una marca territorial - Se ha elaborado un plan de capacitación para el sector hotelero y de restaurantes - Se ha elaborado una estructura operativa y funcional del GT - Se ha elaborado un acuerdo/compromiso de voluntad entre los actores del GT - Se ha desarrollado una metodología para el levantamiento de estadística turística en la provincia	Experiencia con venta de productos locales	Mar-Sep 2021	160,000.00.-	Ayuntamiento Municipal de Manzanillo, Comisión Turística de Manzanillo, Asociación de Pescadores de Manzanillo	Comisión Turística de Manzanillo			1.5	1.5	2.0	SI		No	No	No	28 de febrero, 2022

	Grupo Regional	Lugar (regional)	Titulo del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de GR									Fecha actualizada
GR_CNOE	Grupo Regional de Cibao Noroeste	Cibao Noroeste (Valverde, Santiago Rodriguez, Dajabón y Montecristi)	Fortalecimiento de una plataforma regional para la coordinación del "Circuito Esencia del Sabor"	Fortalecimiento de una plataforma regional que consolide una visión comunitaria para el posicionamiento del Circuito "Esencia de Sabor" con un mecanismo de coordinación, mejoramiento, promoción y monitoreo de desarrollo de los productos de TCS, rutas y corredores basado en la cooperación público - privada de actores locales.	- Se ha conformado y cohesionado una Mesa Regional - Se ha elaborado una estructura operativa y funcional de la Mesa Regional - Se ha diseñado, impreso y distribuido un mapa del circuito esencia del sabor - Se ha elaborado y distribuido un video promocional del circuito esencia del sabor	Experiencia con venta de productos locales	Mar-Sep 2021	RD$800,000.00.-	Unidades Productivas y Grupos territoriales		Autoridades Provinciales y Regionales		2.5	1.0	2.0	No		No	SI	No	28 de febrero, 2022

CIBAO Nordeste (María Trinidad Sanchez, Samana, Duarte y Hermanas Mirabal)

												Evaluación			Checklist					
	Grupos Territoriales	Lugar (provincia y municipio)	Titulo del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc.)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de GT	Producto	Entidad	Comunidad	Registro / Carta	Plan de Acción	Visitación/ venta mensual	Protocolo COVID	Perfile	Fecha actualizada
GT_CNE_1	Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de las Galeras	Provincia Samaná, Las Galeras	Promoción de destino Comunitario	• Elaboración de revista de Tesoros Locales para promoción de destino comunitario.	Una revista de tesoros comunitarios	Promoción de destino comunitario	Septiembre 2021- Febrero 2022	150,000	30 organizaciones miembro	Julio Lamano	Alcaldia		2.5	2.5	1.5	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GT_CNE_2	Mesa Municipal de Rio San	Provincia María Trinidad Sá nchez, Río San Juan	Promoción de destino Comunitario	• Elaboración de revista de Tesoros Locales para promoción de destino comunitario.	Una revista de tesoros comunitarios	Promoción de destino comunita	Marzo-Septiembre	265,081 (costo aproximado)	12 organizaciones miembros	Carmen Dolores Amparo	Alcaldia		2.0	1.5	1.5	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022

CIBAO Sur (La Vega, Monseñol Noel, Sanchez Ramirez)

												Evaluación			Checklist					
	GruposTerritoriales	Lugar (provincia y municipio)	Titulo del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de GT	Producto	Entidad	Comunidad	Registro / Carta	Plan de Acción	Visitación/ venta mensual	Protocolo COVID	Perfile	Fecha actualizada
GT_CS_1	Grupo de sendero de FE sa	Provincia de La Vega	Redescubrimiento de valores de la comunidad de Santo Cerro y entorno	Investigación y diagnostico participativo de recursos locales y turísticos de Santo Cerro y entorno, elaboración de materiales de concientización y promocion interna de Santo Cerro con Sendero de Fe y reanitacion pública de materiales por la comunidad	No se pudo definir propuesta por cambio de personal y desintegración de la mesa de trabajo.	Promoción	Marzo - Septiembre 2021		50 miembros de la comunidad de Santo Cerro y su entorno	Angel Angeles	Camara de Comercio	*Ruta de la Fe, *Experiencia Holjadera y escenicas.	1.5	0.0	1.0	No		No	No	No	28 de febrero, 2022
GT_CS_2	Consejo de desarrollo ecoturistico Sánchez Ramí rez	Sánchez Ramírez	Apoyo en promoción Local, revista, video descubriendo Sánchez Ramírez	Apoyo en promoción local, sirviendo para aumentar orgullo local, posicionamiento de Sánchez Ramí rez como destino Comunitario Sostenible.	Sin una base dara para elaboración de materiales.	Promoción	Marzo - Septiembre 2021		Más de 100 miembros, asociaciones lago de hatillo y entorno.	Sr. Emilia Gil	mara de Comercio, Medio Ambie	*Parque el Pañon de la sabana, *Muro presa de Hatillo, *Cofradia Espiritu Santo, *Carnaval Cotui.	1.5	2.0	1.5	No		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GT_CS_3	Consejo de desarrollo ecoturistico Monseñor Nouel	Monseñor Nouel	Apoyo en promoción local	Aumentar el orgullo local, posicionamiento de Monseñor Nouel.	Sin una base dara para elaboración de materiales.	Promoción	Marzo - Septiembre 2021		Más de 100 miembros, asociaciones correspondientes y entorno.	Sr. Juan Ramón	Medio Ambiente		1.5	2.0	1.5	No		No	SI	SI	28 de febrero, 2022
GT_CS_4	Cluster de Constanza	Constanza, La Vega	Apoyo Promoción Local	Aumentar el orgullo local, posicionamiento de recursos locales, apoyo en promoción autonoma.	Catalogo Constanza, campaña de promoción de recursos locales.	Promoción	Marzo - Septiembre 2021	150,000	50 miembros comunidades	Sra. Placido Rosa	Medio Ambiente		2.5	2.5	2.0	SI		No	SI	SI	28 de febrero, 2022

	Grupo Regional	Lugar (regional)	Titulo del proyecto	Descripción del proyecto (Insumo, intervención, etc)	Resultados esperados (productos finales)	Tipo	Periodo	Costo estimado	Beneficiarios directos	Responsable de UP	Otros actores relevantes	Productos de GR									Fecha actualizada
GR_CS	Grupo de trabajo regional de Cibao Sur	Cibao Sur, (Sánchez Ramirez, Monseñor Nouel, La Vega)	Fortalecimiento circuitos "Manantial del Cib	Fortalecimiento de la mesa territorial para el apoyo conjunto con mecanismo de coordinación, promoción, mejoramiento, desarrollo de producto TCS con monitoreo, corredores y rutas con la cooperación de actores locales y publico privado.	Promoción de circuito Manantial del Cibao, madre de las aguas, para posicionarse de manera satisfactoria, con promoción que se pueda vender atraves de plataforma regional, Mapa Cibao Sur.	Experiencia	Abril- Octubre-2021	700,000	UPs y GTS Cibao Sur		Autoridades regionales y de las provincias	*Circuito Manantial del Cibao de Cibao Sur, *Rutas provinciales.				No		No	SI	No	28 de febrero, 2022



Introducción

La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y el Gobierno Dominicano han implementado el "Proyecto de Fortalecimiento de Mecanismos para el Desarrollo de Turismo basado en las comunidades en la Región Norte de la República Dominicana" desde abril de 2016. Este proyecto dirigido por el Ministerio de Turismo (MITUR) se llevó a cabo con la cooperación de otras entidades públicas pertinentes como, el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), el Ministerio de Planificación y Desarrollo Económico (MEPyD) y organizaciones público-privadas locales.

Durante la ejecución del proyecto, los actores locales de varias comunidades desarrollaron iniciativas para el impulso del turismo en su territorio con el soporte de organizaciones nacionales y regionales. Estas actividades abrieron la puerta al desarrollo del turismo comunitario en la región Norte y en el país con el objetivo de diversificar las ofertas, expandir las ganancias e impulsar el empoderamiento de los locales.

Además de las entidades de soporte a nivel central, la implementación de TCS se logró a través de un sistema local compuesto por tres tipos de entidades:

- **UP (Unidad Productiva):** negocio conformado por residentes locales, encargado de ofrecer con orgullo productos y servicios de interés turístico.
- **GT (Grupo Territorial):** grupo conformado por actores públicos y privados, locales y sociales de una misma provincia, que gestionan la marca territorial buscando aumentar el valor de su territorio a través del turismo.
- **GR (Grupo Regional):** grupo conformado por actores públicos y privados, locales y sociales de diferentes provincias que con visión de promoción de destino regional pretendiendo aumentar la duración en la estancia del visitante.

Las 14 provincias de la región Norte, mejor conocida como el Cibao, se agrupan en 4 subregiones: Cibao Norte (CN), Cibao Noroeste (CNOE), Cibao Sur (CS) y Cibao Noreste (COE).

El resultado de las experiencias del Proyecto TCS en cada una de estas subregiones muestra un alto potencial de desarrollo de un "turismo alternativo" que contribuye de manera directa al desarrollo económico y social de las comunidades que allí habitan aún en diversos contextos naturales, culturales y sociales. Por esta razón, el presente documento es una compilación de las acciones realizadas y los logros obtenidos por las Unidades Productivas y los Grupos Territoriales de cada una de las subregiones del CIBAO en el periodo comprendido entre el año 2016 y 2022.

Unidades Productivas (UP), Grupos Territoriales (GT) y Grupos Regionales (GR) apoyados por el Proyecto



Cibao Noroeste	Cibao Norte	Cibao Nordeste	Cibao Sur
11 UP	10 UP	5 UP	5 UP
5 GT	5 GT	2 GT	3 GT
1 GR			1 GR

Índice

	Página
CIBAO NOROESTE	6
UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO NOROESTE:	
Gremont	8
Asociación de Guías Manzanillo Eco Aventura	10
Asociación de Productores Ovinocaprinos Linieros (ASOPROLI)	12
Asociación de Apicultores La Fronteriza Dajabón (ASOPIFRODA)	14
Amamiel	16
Ruta del Banano	18
Asociación de Fabricantes de Artesanía de Valverde (ASFAVAL)	20
Grupo Productivo de La Ruta en Margaritas	22
Ruta del Casabe	24
Anfitriones de Monción	26
Café Trillao | Tierra de Músicos	28
GRUPOS TERRITORIALES DE CIBAO NOROESTE:	
Grupo Territorial de Monción	30
Grupo Territorial de Montecristi	32
Grupo Territorial de Dajabón	34
Grupo Territorial de Santiago Rodríguez	36
Grupo Territorial de Valverde	38
CIBAO NORTE	40
UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO NORTE:	
Asociación de Artesanos de Madera Petrificada de Imbert (ASOARTEP)	42
Chocolala	44
Asociación de Guías Cuevas de Cabarete	46
Asociación de Guías del Santuario Manatí (Estero Hondo)	48
Comanejo del Ministerio de Medio Ambiente y la Asociación Guías de los Charcos de Damajagua	50
Finca Papirucho, Río Sonador	52
Jamao Eco Tours	54
Asociación de Artesanos de Higüerito	56
Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Mangante	58

	Página
GRUPOS TERRITORIALES CIBAO NORTE:	
UMPC VYP y APEDI	60
Mesa de Turismo de Espaillat	62
CODEJAN (Consejo de desarrollo turístico de Jamao al Norte)	64
UMPC Guananico	66
Grupo Territorial del Naranjal, El Cupey, El Gallo	68
CIBAO NORDESTE	70
UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO NORDESTE:	
Sindicato de Boteros, Laguna Gri Gri	72
Cooperativa de producción, trabajos y servicios múltiples de pescadores Bahía San Lorenzo (Kayak San Lorenzo)	74
Asociación Comunitaria, Ecoturismo Salto del Limón (ACESAL)	76
Grupo de Guías de las Galeras	78
Rancho Don Lulú, Centro Ecoturístico	80
GRUPOS TERRITORIALES DE CIBAO NORDESTE:	
Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de Las Galeras (CONTUGAL)	82
Mesa de Turismo de Río San Juan	84
CIBAO SUR	86
UNIDADES PRODUCTIVAS DE CIBAO SUR:	
Finca Doña Paula (Asociación de Productores Agrícolas La Cotorra)	88
Complejo Ecoturístico Angustura	90
Sonido del Yaque	92
Asociación de Guías Turísticos Saltos de Jima	94
Gaia Ecotrip	96
GRUPOS TERRITORIALES DE CIBAO SUR:	
Clúster Ecoturístico Constanza	98
Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	100
Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Monseñor Nouel	102

Cibao Noroeste

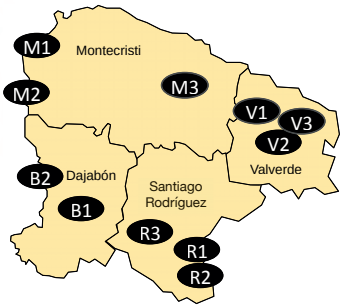
El Cibao Noroeste fusiona exóticos sazones, una región que nos invita a disfrutar experiencias gastronómicas inigualables. Allí se concentran el gustoso sabor de un buen chivo de carne suave, el crocante toque del casabe, la dulzura de la miel y la versatilidad del banano o guineo orgánico. Sus provincias hacen del Noroeste una destacada fuente de expresiones culturales y creativas de la República Dominicana. Sus diferentes itinerarios conforman el "Circuito Esencia del Sabor", en la cual los noroestanos no solo ofrecen lo mejor de sus sazones a los visitantes, sino también, una atractiva propuesta de turismo con matices industriales, agrícolas y de aventura.



Concepto subregional del Cibao Noroeste

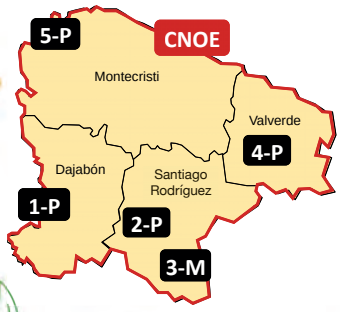
Experiencia paisajística original dominicana "Circuito Esencia del Sabor". Disfruta de las diversas y únicas experiencias que brinda la comunidad a través de los circuitos que conectan las cuatro provincias.

11 UP apoyadas



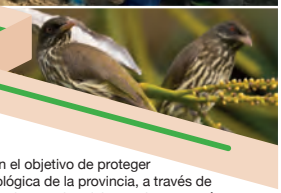
B1: Ruta de Miel de Dajabón
B2: Productos derivados de miel de Dajabón
R1: Ruta de Casabe de Monción
R2: Senderos comunitarios de Monción
R3: Experiencia de ciudad de músicos
M1: Avistamiento de aves de Montecristi
M2: Kayak de Manzanillo
M3: Ruta de chivo de Villa Elisa
V1: Ruta de banano de Valverde
V2: City Tour joya de Mao en Margarita
V3: Productos artesanales de Valverde

5 GT y 1 GR apoyados



1-P: GT Prov. Dajabón (ADELDA)
2-P: GT Prov. Santiago Rod. (Gobernación)
3-M: GT Monción (Jóvenes y Alcaldía)
4-P: GT Valverde
5-P: GT Prov. Montecristi





Gremont

El Grupo Ecológico de Montecristi, es una organización creada con el objetivo de proteger la vida silvestre de los alrededores y promover la conservación ecológica de la provincia, a través de actividad de turismo de naturaleza, tipo aventura y actividades de turismo cultural, las cuales, se están impulsando para la autogestión financiera de la organización.

Como antecedentes, la agrupación ha trabajado el abordaje del cuidado ambiental a través sensibilizaciones con los estudiantes de las escuelas y liceos y realizando labores altruistas para la conservación y aprovechamiento del Parque Nacional El Morro de Montecristi.

Ubicación	Municipio San Fernando, Provincia Montecristi
Año de fundación	2021
Nivel de productos	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro, ASFL
Miembros	28 Socios
Contactos	(829) 856-4992

Ofertas:

SENDERISMO — AVISTAMIENTO DE AVES — TOUR CULTURAL EN BICICLETA



Los guías especializados en interpretación de la naturaleza, realizan excursiones acuáticas en lancha a Isla Cabra y senderos terrestres de avistamiento de aves, encadenando visitas a la Casas de los Artesanos de Montecristi, alojamientos como el Hotel Don Gaspar y recorridos por el el centro histórico de San Fernando.





Intervención

Acciones:

1. Levantamiento con SOH para identificación de los senderos de Avisturismo.
2. Vinculación con Medio Ambiente para la formación oficial en Guianza Interpretativa de la Naturaleza.
3. Apoyo para la compra de herramientas para la guianza para avistamiento de aves.







Asociación de Guías Manzanillo Eco Aventura

Surge a finales del 2017, bajo la sombrilla de la Asociación de Pescadores Guardianes Marinos de la Bahía de Manzanillo, con el acompañamiento de AGROFRONTERA, para desarrollar excursiones en kayaks por los manglares de Estero Balsa buscando agregar valor a la pesca comercial y que las familias que se sustentan de la pesca tengan la oportunidad de diversificar sus ingresos económicos.

Para el sustento financiero, han desarrollado un producto que pone valor al recurso natural gestionado desde la comunidad: excursiones en kayak por los manglares de Estero Balsa y snorkeling, acompañados de la Comisión Turística de Manzanillo comparten la visión de ampliar los servicios turísticos, así como posicionar a Manzanillo como un destino de turismo ecológico.

Ubicación	Municipio Pepillo Salcedo, Provincia Montecristi
Año de fundación	2017
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación Sostenible de Negocio TCS)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
Miembros	1 Organización local con 19 miembros y/o familias
Contactos	N/D

Oferta:

EXPERIENCIAS GUIADAS



Bajo el concepto de la Ruta de Aventura se ha desarrollado un sendero de la naturaleza en Kayak por el Parque Nacional Los Manglares de Estero Balsa, en el que los turistas son guiados por pescadores o los hijos y/o hijas de los pescadores pertenecientes a la Asociación de Pescadores Guardianes Marinos de la Bahía de Manzanillo.

La excursión tiene un costo asequible que incluye; refrigerio, almuerzo, depende de los paquetes que sean seleccionados por los visitantes. Además, les ofrecen paseos en botes para más de 5 ó menos personas y les proporcionan los equipos para practicar el snorkeling y también incluye refrigerio.



Intervención

Acciones:

1. Integrar al menos 3 recursos / atractivos locales a la experiencia ya existente.
2. Se han incorporado como Asociación de Guías Manzanillo Eco Aventura bajo el marco del las ONGs.
3. Se han recibido al menos 15 visitantes al mes.
4. Construcción de una política de gestión y operación sostenible.
5. Se han iniciado negociaciones comerciales con otros grupos comunitarios de turismo
6. Formación de Guianza de Interpretativa de la Naturaleza con de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
7. Vinculación con el INFOTEP.









Asociación de Productores Ovinocaprinos Linieros (ASOPROLI)

La Asociación de Productores Ovino-caprinos Linieros (ASOPROLI) incorporada como una ASFL en el 2019, dedicada a organizar y capacitar a los productores ovino caprinos del noroeste, establecieron una tienda de insumos para productos agropecuarios y comercialización cárnica.

Los socios son criadores y productores de carne de chivo y ovejas, como parte de la cadena de valor, estas carnes y leches son suplidas a los restaurantes locales como materia prima de primera para la gastronomía de Guayubín.

Tienen como objetivo aumentar y reforzar las capacidades técnicas gastronómicas para el aprovechamiento del chivo por los dueños de carnicerías y restaurantes de Villa Elisa.

Ubicación	Montecristi, Municipio: Guayubín, Junta Distrital: Villa Elisa; Paraje: Hato del Medio
Año de fundación	2019
Nivel de productos	Recursos con potencial de TCS
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
Miembros	5 entidades locales
Contactos	(829) 346-0999

Oferta:

DEGUSTACIÓN GASTRONÓMICA DE CARNE DE CHIVO Y OVINOS

Hato del Medio conocido por sus carnicerías, Chivo Sin Ley, proyecto que ha impulsado el Ministerio de Turismo, ha posicionado a Villa Elisa, conocida como la capital del Chivo Liniero, destacando por la oferta gastronómica de carne de chivo y ovinos en los restaurantes con especialidad en cocinar chivo liniero, carne guisada, chivo horneado, asado y al caldero lo que crea la Ruta del Chivo.

ASOPROLI junto a Parador Oasis, Parador LILLY, Parador Kelvin y Del Chivo al Campo, para mejorar el aprovechamiento de la producción y crianza, para contribuyan al reposicionamiento de su marca territorial, como la capital del chivo liniero y agregarle valor a la crianza y venta carne de chivo y comida estilo fondas.









Intervención

Acciones:

1. Reunión de coordinación local entre ASOPROLI, restauranteros y autoridades locales de Montecristi.
2. Levantamiento de los restaurantes y su historia.
3. Reunión de trabajo con entidades involucradas para elaboración de agenda del intercambio y definición de roles.
4. Apoyo materiales y herramientas para la realización del taller.
5. Apoyo con alojamiento de equipo de ADOCHEF.
6. Reporte de visita de levantamiento de Feed The Planet.
7. ADOCHEF y Feed The planet entregan propuesta de intervención a Hato del Medio para impulsar junto a MITUR una Ruta Gastronómica del Chivo.





Asociación de Apicultores La Fronteriza Dajabón (ASOPIFRODA)

La Asociación de Apicultores la Fronteriza de Dajabón (ASOPIFRODA) surge en el 1992, como ONG con el propósito de producir y vender los productos de la colmena, cuenta con más de 80 asociados, 150 apiarios, con un moderno centro de acopio y salas de extracción para mejorar la miel y suplir el mercado local.

El producto principal es la miel, distribuida y comercializada en todo Dajabón y en cadenas de supermados nacional, produciendo entre 50 y 60 tanques de miel al año.

Emprendimiento social que agrega valor, a través de la autogestión dinamizado la economía y mejorando la calidad de vida de sus familias, que han desarrollado iniciativa de promover "La Ruta de la Miel", que consiste en una visita guiada para conocer sobre la producción de miel a través de 3 apiarios con diferentes tema.

Ubicación	Municipios: Dajabón, Partido y Loma de Cabrera, Provincia Dajabón
Año de fundación	1992
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
Miembros	1 Organización local con 80 miembros y/o familias.
Contactos	809-358-0224

Oferta:

VENTA DE PRODUCTOS

EXPERIENCIA EN APIARIOS



La Ruta de la miel, bajo un concepto único de la provincia Dajabón, se ha planteado crear 5 senderos guiados dentro de los apiarios familiares y promover la oferta educativa a los visitantes de estos servicios, segmentados en 3 temas:

1. Apiario Doña Isabel. Tema: ¿Cómo inicia la apicultura?
2. Apiario José Aquiles. Tema: Apicultura de bosque semihúmedo
3. Apiario María Cristina. Tema: Apicultura en bosque semiseco.

Cada apiario produce aproximadamente 18 tanques de miel cada 6 meses.

El costo del recorrido y degustación en cada apiario es asequible y atractivo para los visitantes, les ofrece los servicios básicos, además alimentos y bebidas.





Intervención:

Acciones:

1. Levantamientos de base de datos con la ASOPIFRODA para identificar actividades diversas con potencial turístico.
2. Preparación y desarrollo de 3 senderos de miel asociados a la ASOPIFRODA.
3. Acompañamiento al desarrollo de productos derivados de la miel.
4. Reestrución de la ruta y agregados productos y servicios existentes.
5. Jornadas de diversificación de la ruta de la miel.
6. Firma de acuerdos con empresas binacionales en Dajabón y promoción de alianzas con otros negocios comunitarios de turismo.





Amamiel

La Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (AMAMIEL) tiene como propósito desarrollar productos de valor agregado derivados de la miel e involucrar a la vida productiva a las esposas e hijos de los apicultores de la asociación.

Produce mensualmente alrededor de 20 y 30 unidades, comercializando los productos por venta directa y bajo la ruta de la miel y está en proceso de cohesión, sin embargo, eso no les ha impedido avanzar en definir sus estatutos y registrar su nombre comercial.

Ubicación	Municipios Dajabón y Partido, Provincia Dajabón
Año de fundación	2018
Nivel de productos	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL
Miembros	1 Organización, 23 Miembros
Contactos	(809) 863-8887



Ofertas:

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MIEL

Venta de productos:

La ruta de la miel, rescata las tradicionales técnicas ancestrales para elaborar productos artesanales, fusionados con otras materias prima de origen vegetal. Las creaciones van en dirección a la promoción de la gastronomía local y el cuidado personal.

- **Jabón de miel:**

  Es un jabón orgánico elaborado con en un 70% de miel la fronteriza de Dajabón y otros productos orgánicos como el arroz, la pitahaya, cúrcuma local que aporta vitaminas a la piel, exfolia y rejuvenece.
- **Los productos derivados de la miel:**

  Son un conjunto de productos elaborados por artesanos de la provincia de Dajabón, a partir del aprovechamiento de los frutos de la colmena desde el polen que producen las abejas, las yemas álamos y árboles cono, transformado en un antiséptico, antigripal, bebidas con miel como la hidromiel, el mabí de naranja con miel, jabones de miel, miel en panal y líquida, aliños y bocadillos con miel.









Sobre intervención 2018-2020

1. Formación y capacitación a esposas de apicultores y emprendedoras de Dajabón de donde nace MEFRODA y luego modifica el nombre comercial a AMAMIEL.
2. Asesoría en constitución legal por el Centro MIPYMES ISA
3. Fortalecimiento en presentación de productos y elaboración de catálogos
4. Participación en ferias locales y regionales
5. Soporte en elaboración protocolo de contingencia contra el COVID -19 y materiales gastables.
6. Acercamiento con empresas para promoción y acuerdo de venta en proceso
7. Creación de listado de productos con precios y costos estimados.
8. Inserción de productos de la miel como servicio en la experiencia de la miel.





Ruta del Banano

El grupo productivo de la ruta del banano orgánico está compuesta por: las asociaciones de pequeños Productores La Santa Cruz, La Asociación de Bananos Ecológicos del Noroeste (BANELINO), la Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde, el Clúster Turístico de Valverde, Los restaurantes: Duarte 36, el Food Court del Morel y el Saboriao, La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños (as) Productores (as) y Trabajadores (as) de Comercio Justo (CLAC) y el Ayuntamiento de Mao.

El objetivo principal es desarrollar un proyecto piloto de la ruta de banano orgánico en la provincia Valverde y con su oferta promueve la producción orgánica del banano y el aprovechamiento del rubro, tanto para el consumo, como el uso de la fibra como materia prima para la elaboración de artesanías.

Ubicación	Municipio Mao, Provincia Valverde
Año de fundación	2018
Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
Estatus legal	Organización social
Miembros	9 Entidades con 95 beneficiarios directos.
Contactos	(809) 757-0529

Oferta:

EXPERIENCIA GUÍADA POR SENDERO Y FÁBRICAS



La Ruta del banano es un sendero agroturístico con visitas guiadas por fincas de banano orgánico del municipio de Mao, complementado con la degustación gastronómica a base de banano, experiencia de elaboración de artesanías en fibra de banano y visita al balneario del Río Mao, gestionado por un liderazgo compartido de sectores privados y públicos, como negocio comunitario.







Intervención

Acciones:

1. Levantamiento de los puntos de la ruta.
2. Taller de elaboración de la propuesta de valor de la ruta.
3. Curso taller de la elaboración de guión de la experiencia.
4. Validación de la propuesta de valor con entidades locales.





Asociación de Fabricantes de Artesanía de Valverde (ASFAVAL)

La Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde (ASFAVAL), es una institución sin fines de lucro, constituida por mujeres y hombres de la provincia Valverde bajo el marco de la Ley no. 122-05 el 09 de mayo del 2017.

Sus acciones están fundamentadas sobre la base de desarrollar la industria de las artesanías con la fibra del banano como materia prima y otros productos complementarios.

Trabajan con un enfoque empresarial que asume la innovación y la calidad como medio para cumplir con las exigencias del mercado y lograr la sostenibilidad de esta actividad productiva.

En ese contexto, la misión de ASFAVAL, es promover proyectos e iniciativas que contribuyan con la competitividad y la sostenibilidad de la industria de las artesanías a partir la fibra del banano, como medio para generar bienestar en la membresía de la asociación y sus familias.

Ubicación	Municipio Mao, Esperanza y Laguna Salada, Provincia Valverde
Año de fundación	2017
Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
Miembros	1 Organización Local con 12 miembros y/o familias
Contactos	829-873-2187 / 829-352-5627

Oferta:

VENTA DE ARTESANÍA



La Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde, ASFAVAL, ha elaborado diferentes productos de fibra de banano para el uso cotidiano y para la decoración de espacios.

Han desarrollado una línea de productos bajo una marca colectiva que les permite comercializar de forma conjunta, destacando las características, modos de producción, materiales empleados que son utilizados, bajo el nombre de BANARTE (Artesanía de la Fibra de Banano), realizadas en un 90% de fibra de banano y un 10% de otros materiales orgánicos y sintéticos.

Así como también, la utilización de técnicas como: Revestimiento, estampado, arrollamiento, trenzado; para la creación de cuadros con conceptos sobre la vida y los paisajes del noroeste, cofres, porta retratos, llaveros, brazaletes, aretes, muñecas, otomanes, carteras, jabones y otros productos, estos productos forman parte del componente artesanal de la Ruta del Banano en Valverde.

Intervención

Acciones:

1. Elaboración de una guía de productos de la fibra de banano, posicionada con apoyo local.
2. Se han realizado 4 capacitaciones para el mejoramiento de la calidad y terminación de la artesanía ya existente.
3. Se han integrado al menos 3 productos nuevos al catálogo.
4. Se ha realizado el lanzamiento de la guía de productos locales.
5. Han sido distribuidas 1,800 guías de productos locales.
6. Se han gestionado y promovido acuerdos de venta con el sector comercial de Valverde.
7. Se están vendiendo más de 20 unidades de productos de la fibra del banano mensual.
8. Se han integrado como oferentes de la Ruta del Banano.









GRUPO PRODUCTIVO DE LA RUTA EN MARGARITAS

El grupo productivo de la ruta en las Margaritas está compuesto por las Margaritas La Maeña, Valverde, Mototaxi Mao, con el acompañamiento del clúster turístico de Valverde y la oficina de turismo.

Es una articulación de entidades privadas, públicas y sociales, con la finalidad de impulsar la ruta histórica Joyas de Mao, en el city tours en las Margaritas, impactando con su novedoso transporte.

Ubicación	Provincia Valverde
Año de fundación	2018
Nivel de productos	Recurso con Potencial de TCS
Estatus legal	Organización Social
Miembros	90
Contactos	(829) 380-1176

Ofertas:

RUTA TURÍSTICA EN MOTOTAXIS

El grupo productivo las Margaritas ofrece un city tours en mototaxis una ruta turística que inicia en el Centro Histórico de la ciudad de Mao, con 8 paradas para la interpretación de estos lugares, por un precio módico.

El servicio de transportación se ofrece dentro de la ruta del banano orgánico en Valverde y disponen de 3 y cuatro margaritas por empresa, para un total de 9-12 margaritas en la ruta.



Intervención del proyecto:

1. Visitas de reconocimiento del transporte.
2. Promoción de un acuerdo para formar el grupo productivo entre las empresas de Margaritas, el Clúster Turístico de Valverde y la Oficina de Promoción Turística de Valverde.
3. Preparación de la ruta potencial por el centro histórico de Mao, llamado Joyas de Mao.
4. Conceptualización de las margaritas con pinturas alusivas a la cultura local.
5. Elaboración de un material promocional.
6. Acompañamiento y vinculación con la Sala Capitular de Mao y el INTRANT para autorización operación de acuerdo al proceso de pivotaje del modelo original de negocio.
7. Ejecutada la fase de transformación del transporte y testeo dentro de la ruta del banano.













Ruta del Casabe

El grupo productivo de la Ruta del Casabe surge en el 2018, en el marco del Proyecto TCS, como una oportunidad para desarrollar productos turísticos desde la gestión comunitaria.

En sus inicios era liderado por la inactiva Asociación de Casaberos de Monción, por lo que las fábricas Doña Mechi, Guaraguanó Food y Alimentos Fortuna continuaron desarrollando la ruta del casabe, integrando a un grupo de jóvenes de la comunidad, Anfitriones de Monción para la parte de comercialización y cogestión de la ruta.

La Asociación, está constituida como ASFL, sin embargo, el grupo productivo que está desarrollando la ruta del casabe, opera de manera informal y ya está en el proceso con la Junta Directiva de la Asociación de Casaberos de Monción para formalizar su estatus.

Ubicación	Municipio Monción, Provincia Santiago Rodríguez
Año de fundación	2018
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario
Estatus legal	Organización Legal
Miembros	1 Organización Local con 90 miembros y/o familia
Contactos	829-357-7652

Oferta:

- VENTA DE PRODUCTOS LOCALES
- EXPERIENCIA GUÍADA POR FÁBRICAS



Intervención

Acciones:

1. Sensibilización y acompañamiento para el desarrollo de la Ruta del Casabe en Monción.
2. La Ruta del Casabe diversificada con actividades experienciales desarrolladas en las 3 fábricas.
3. Elaborado el ciclo de marketing para determinar las actividades específicas para aumentar la visitación conjunta.
4. Más de 100 personas han visitado la ruta del casabe.
5. Se cuenta con registros y monitoreo de la visitación y venta de productos.

En el marco del concepto de proyectar a Monción como "La Capital del Casabe" con el apoyo del Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y Monción, la Alcaldía y la Asociación de Casaberos de Monción, se ha desarrollado la Ruta del Casabe de Monción.

Con su producto principal que son las excursiones por tres fábricas de casabe:

1. Doña Mechi, con la experiencia Taína;
2. Guaraguanó Foods con una experiencia a Escala Industrial y
3. Alimentos Fortuna con la experiencia Innovación.

Cada recorrido está diseñado para que los visitantes sientan el casabe desde tres vivencias inigualables y puedan degustar los diversos tipos de casabe y diferenciar los rasgos distintivos de cada fábrica.









ANFITRIONES DE MONCIÓN

En el 2018, surge mediante la intervención del Proyecto TCS y la mesa de coordinación de Santiago Rodríguez, compuesta por diferentes entidades públicas y privadas, un grupo de jóvenes del municipio, bajo el nombre de Anfitriones de Monción, con el propósito de ser los receptores, guías de los visitantes y comercializadores de la Ruta del Casabe.

Se han implementado acciones de fortalecimiento de capacidades y aumento del orgullo por su localidad, promoviendo el empoderamiento y liderazgo a través de intercambios con Japón para ayudar a construir una visión de las acciones a desarrollar a partir del potencial endógeno.

Este modelo ha insertado a jóvenes a la vida productiva, teniendo más participación en la co-planificación del desarrollo local, diversificando el producto Ruta del Casabe y gestionando actividades de wellness y aventura en la Presa de Monción.

Ubicación	Municipio Monción, Provincia Santiago Rodríguez
Año de fundación	2018
Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
Estatus legal	Organización Social
Miembros	1 Organización Local con 5 miembros y/o familias
Contactos	829-357-7652

Oferta:

- VENTA DE PRODUCTOS LOCALES
- EXPERIENCIA GUÍADA POR FÁBRICAS



Intervención

Acciones:

1. Taller de preparación de itinerarios de la ruta del casabe y redescubrimiento de recursos locales de Monción.
2. Acompañamiento en la elaboración y lanzamiento de la Revista de Tesoros Locales de Monción.
3. Capacitación en Gestión de Turismo Comunitario del coordinador del grupo en Japón.
4. Elaboración de plan de negocios con el co acompañamiento del INFOTEP.
5. Diseño con el INFOTEP de una capacitación para la reestructuración y fortalecimiento del grupo sobre Animación y gestión comunitaria.
6. Integrados al brochure de experiencias comunitarias de Santiago Rodríguez.

La histórica capital del Casabe en el municipio de Monción se proyecta como un lugar místico por atesorar la producción del casabe. Su oferta actual es la venta y guianza en la ruta del casabe, que incluye una excursión por las fábricas de casabe: Doña Mechi donde el visitante puede hacer su propio casabe artesanal, combinado con la experiencia industrial en la fábrica Guaraguanó Foods, que cuenta su historia a través de un recorrido por su fábrica-museo y la experiencia innovación en la fábrica de Alimentos Fortuna.

Los Anfitriones de Monción también incluyen dentro de la oferta del casabe, una visita al mirador de la presa de Monción, visita al Patio del Arte, degustación de pizzas de casabe y organización de paquetes vacacionales en los alojamientos rurales de Monción.









Café Trillao - Tierra de Músicos

Café Trillao es una sociedad comercial en formación, la cual ha surgido como fruto del confinamiento y de las tendencias de turismo de la naturaleza que se incrementa en la etapa de post confinamiento.

El propósito de esta sociedad comercial es desarrollar una oferta de turismo de aventura en las comunidades de la sierra de los municipios de Monción y Sabaneta. Su oferta de valor es guianza de turismo de aventura y naturaleza, experiencia de Tierra de Músicos y la experiencia del Café en la zona alta de la provincia Santiago Rodríguez.

Ubicación	Municipio Sabaneta, Provincia Santiago Rodríguez
Año de fundación	2020
Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial TCS)
Estatus legal	En Constitución Legal
Miembros	1 Empresa Local con 5 miembros y/o familias
Contactos	809-757-2272

Oferta:

- VENTA DE PRODUCTOS LOCALES
- EXPERIENCIA GUÍADA POR FÁBRICAS



Desde una conciencia comunitaria, el grupo productivo ha desarrollado una oferta de turismo de aventura como excursiones de hiking, trekking, backpaking, camping comunitario por la zona de Palero, Cenoví, La Leonor, El Aguacate y La Cabirma, en la sesión de Toma del Municipio de San Ignacio de Sabaneta.

Actualmente, desde el mes de junio de 2021, han integrado la demostración de experiencia del proyecto de TCS y el Centro Histórico del municipio de Sabaneta, la cual consiste en una presentación del árbol de la cultura Noroestana con elementos que conforman la identidad de la zona.

Y la presentación de varios artistas de merengue típico o de perico ripiao, que ponen los visitantes a bailar el cadencioso al ritmo del cuarteto, la visita del restaurant el Patio y por último la degustan de la gastronomía tradicional de la zona basada en el chivo y casabe.



Intervención

Acciones:

1. Sesión de ratificación de compromiso de las entidades involucradas.
2. Integración de experiencia de Tierra de Músicos al brochure promocional de Santiago Rodríguez.
3. Jornada de validación de guión, compromiso de las entidades y asignación de roles.





GRUPO TERRITORIAL DE MONCIÓN

Monción, Santiago Rodríguez

Descripción general

Este nace como parte del Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y por su ubicación y el enfoque de las acciones, se ha considerado que sea un Grupo Municipal, estando por debajo del Provincial.

El Grupo Territorial de Monción, no tiene personalidad jurídica, sino que funciona como mesa de trabajo, donde reúnen diferentes instituciones con el objetivo de plantear acciones que fomenten el Turismo Comunitario en Monción.

Instituciones miembros:
1. Consejo de la Presa de Monción
2. Ayuntamiento de Monción
3. Dirección Municipal de Medio Ambiente
4. Grupo de Anfitriones de Monción
5. Casaberos de Monción
6. Vacacional Lorenz

Estatus Jurídico: N/D

Años de operación: 4

Gobierno Local involucrado: Alcaldía de Monción

Plan Anual: Cuenta con Plan de Acción

Nivel de alcance: (Nivel 2: Municipal)

Contactos: N/D

Acciones realizadas:

1. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta del Casabe con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
2. Levantamiento sobre accesibilidad con CONADIS p articipación en ferias y expo como: Expo Cibao 2019, Expo Santiago Rodríguez 2019.
3. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta del Casabe.
4. Apoyo para desarrollar otros atractivos como La Noria en conjunto con Medio Ambiente y Los Quioscos en conjunto con el Consejo de la Presa y el Ayuntamiento.
5. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia SR.
6. Conformación del Grupo de Anfitriones de Monción.
7. Lanzamiento de Monción como un destino de Turismo Comunitario.
8. Elaboración de revista de tesoros locales.
9. Cursos: Creación de rutas, Redacción y ortografía y redescubrimiento de recursos locales

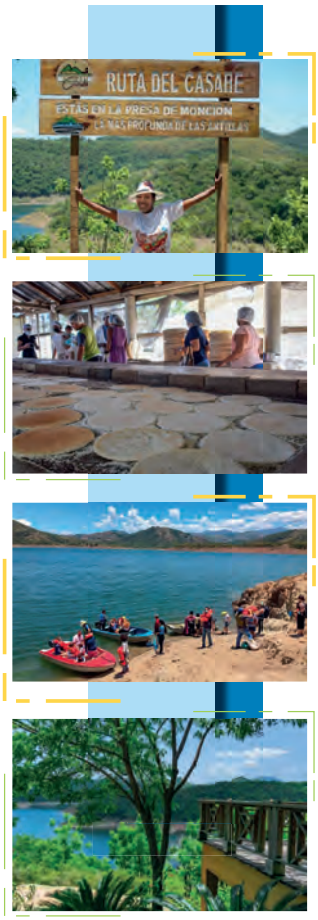
Atractivos turísticos en el territorio

- RUTA DEL CASABE
- PICO DEL GALLO
- PRESA DE MOCIÓN
- RÍO MAO

Comentarios de líder:

Mi experiencia en el proyecto TCS, ha significado un crecimiento ascendente como líder de la comunidad. Me crié en el seno de una familia humilde, y al incorporarme al desarrollo de la Ruta del Casabe y los Anfitriones de Monción, me convertí en un ejemplo de trabajo honesto e íntegro para toda la provincia, siendo un referente para participar de todas fuerzas vivas en materia de turismo.
En cuanto al trabajo que hacemos por el territorio, hemos podido lograr el cambio de visión de desarrollo para todos los sectores, ahora se habla de turismo, porque hay confianza por el trabajo que hemos desarrollado.

Félix Manuel Rodríguez,
Líder del GT Monción





GRUPO TERRITORIAL DE MONTECRISTI

Provincia: Montecristi

Descripción general

Fundada en el 2017, con la intervención del Proyecto TCS se conforma la Mesa de trabajo con el objetivo principal apoyar al desarrollo de la Ruta de Aventura como un piloto para el desarrollo como destino turístico de la provincia.

Montecristi ha sido declarado por organizaciones internacionales (E BIRD) como el espacio más importante para la llegada de aves migratorias de la Región del Caribe gracias a sus humedales, manglares y sus lagunas para crear los avistamientos de aves y los visitantes las puedan admirar.

Instituciones miembros:
- Clúster Turístico de Montecristi
- GREMONT
- OPT Montecristi
- Asociación de Hoteles y Restaurantes
- Asociación de productores de Chivo
- Ayuntamiento de Santa María
- Ayuntamiento de Hato del medio

Estatus jurídico: N/D

Años de operación: 2

Gobierno local involucrado: N/D

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 3 (Provincial)

Contactos: N/D

Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Definición de tema de la Ruta “Aventura” “Avistamiento de aves”.
5. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta de aventura / avistamiento de aves con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
6. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019, entre otras.
7. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta de aventura.
8. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia Montecristi, específicamente en San Fernando.

Atractivos turísticos en el territorio

- AVISTAMIENTO DE AVES
- SENDERO DE KAYAK POR LOS MANGLARES DE ESTERO BALSA
- RUTA DEL CHIVO LINIERO
- CENTRO HISTÓRICO
- EL MORRO
- PLAYAS (EL MORRO, BUEN HOMBRE Y JUAN DE BOLAÑOS)

Comentarios de líder:

Para nosotros como grupo y como personas ha sido una de la mejores ayudas que puedas tener un grupo en desarrollo como somos nosotros, todas las capacitaciones que nos han brindado son de las mejores que se puedan obtener en nuestro país. Muchas gracias por el esfuerzo, el entusiasmo y la calidad de los cursos impartido. Gracias a Ámbar, Nicolás y al sr. Aoki. ¡Hasta pronto!

Arismendi Rafael Gómez
Líder de Gremont





GRUPO TERRITORIAL DE DAJABÓN

Provincia: Dajabón

Descripción general

Inicia desde el 2017, con la intervención del Proyecto TCS se ha conformado la Mesa de trabajo, con el objetivo principal de apoyar al desarrollo de la Ruta de la Miel como piloto para el desarrollo de destino turístico de la Provincia.

La “Ruta de la Miel” permite conocer y entender sobre el apasionante mundo de las abejas. Se desarrolla de la mano de los apicultores y actualmente se visitan 3 apiarios y uno con un contenido diferente que se complementan entre sí.

Con esta experiencia se busca desarrollar a Dajabón como un Destino Comunitario.

Instituciones miembros:
- Clúster Turístico de Dajabón
- Ayuntamiento de Dajabón
- ADETDA
- ASOAPIFRODA
- Productos Mamá Tonila
- Dirección Provincial de Cultura
- AMAMIEL
- HAGROECA
- Villas CODEVI
- Ando en Dajabón
- Casa de Arte Dajabón

Estatus jurídico: N/D

Años de operación: 4

Gobierno local involucrado: N/D

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 3 (Provincial)

Contactos: N/D

Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Elaboración de mapa ilustrativo de los recursos y atractivos locales.
5. Definición de tema de la “Ruta de la miel”.
6. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta de la miel con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
7. Levantamiento sobre accesibilidad con CONADIS.
8. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019 y ferias desarrolladas en Dajabón.
9. Intercambio de Experiencias con Jamao – EcoTours.
10. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta de la Miel.
11. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia SR.
12. Conformación de AMAMIEL.
13. Realización de capacitaciones: Técnicas de Guianza, Gestor en Turismo Comunitario Sostenible, Servicio al Cliente.
14. Realización de Press Trip por la ruta de la miel (Prensa local de Dajabón).
15. Realización de Press Trip Nacional – con MITUR.
16. Coordinación con Villas CODEVIS para Promoción.

Comentarios de líder:

El proyecto Turismo Comunitario Sostenible ha abierto las puertas y ha marcado firmemente los inicios, ha creado las bases para el desarrollo del turismo en nuestra región, despertando en cada miembro el entusiasmo y la visión para seguir creciendo, en Casa de Arte Dajabón estamos agradecidos por tales hechos y nos comprometemos a continuar trabajando como nos enseñaron, Dios les bendiga.

Laura Ramos: líder del Grupo Territorial Dajabón



Atractivos turísticos en el territorio

- SALTO RUTA DE LA MIEL
- MIEL, MIEL EN PANAL, POLEN, PROPÓLEO, DULCE DE MANÍ CON MIEL, MABÍ, VINAGRE, JABONES
- PRODUCTOS MAMÁ TONILA
- DULCES DE MONTE GRANDE
- FRONTERA / ADUANA
- MERCADO FRONTERIZO
- ZONA MAS ALTA DE LA PROVINCIA CON AGRADABLE TEMPERATURA Y ALOJAMIENTO RURAL (LOMA DE CABRERA Y RESTAURACIÓN)



GRUPO TERRITORIAL DE SANTIAGO RODRÍGUEZ

Provincia: Santiago Rodríguez

Descripción general

Inicia desde el 2017, con la intervención del Proyecto TCS, conformado la Mesa de trabajo con el objetivo principal de apoyar el desarrollo de la Ruta del Casabe como un piloto para el desarrollo como un destino turístico de la Provincia.

La Ruta del Casabe está basa en mostrar a los visitantes el proceso de producción del casabe, ya que el Municipio de Monción, es considerado "La Capital del Casabe" porque aquí se mantiene la tradición de elaborar casabe y este producto se ha industrializado para su distribución y comercialización.

Instituciones miembros: Clúster Turístico de Santiago Rodríguez, Gobernación Provincial de Santiago Rodríguez, Cámara de Comercio, FUNDESESARO, AJESARO, Asociación de Hoteles y Restaurantes de Santiago Rodríguez, Vacacional Lorenz, Café Trillao, Dirección de la Juventud, Palero Eco Aventura, Cascadas RD

Estatus jurídico: N/D

Años de operación: 4

Gobierno local involucrado: N/D

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 3 (Provincial)

Contactos: N/D

Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Elaboración de mapa ilustrativo de los recursos y atractivos locales
5. Definición de tema de la Ruta "Ruta del Casabe".
6. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta del Casabe con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
7. Levantamiento sobre accesibilidad con CONADIS.
8. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019, Expo Ganadera en Higüey 2018.
9. Apoyo en el desarrollo de contenido de los puntos de la Ruta del Casabe.
10. Apoyo para desarrollar otros atractivos como La Noria en conjunto con Medio Ambiente y Los Quioscos en conjunto con el Consejo de la Presa y el Ayuntamiento.
11. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia SR.
12. Conformación del Grupo de Anfitriones de Monción.

Atractivos turísticos en el territorio

- RUTA DEL CASABE
- CASABE Y SUB PRODUCTOS DERIVADOS DE LA YUCA
- MONTAÑA / NATURALEZA Y CAFÉ
- LECHE Y SUB-DERIVADOS
- TIERRA DE MÚSICOS



Comentarios de líder:

Realmente mí opinión es que ha sido una experiencia formidable porque ya se están viendo los frutos del trabajo que se ha venido realizando.

En mi caso, que comencé desde el inicio de este proyecto en mi provincia Santiago Rodríguez, ya podemos decir que está cambiando de una forma positiva todo lo concerniente al desarrollo del turismo comunitario y en otros ámbitos, definitivamente muy contento por lo que está pasando, ¡muchas gracias!

Carlos Bueno
Líder del Grupo territorial turismo comunitario Santiago Rodríguez



GRUPO TERRITORIAL DE VALVERDE

Provincia: Valverde

Descripción general

Inicia en el 2017 con la intervención del Proyecto TCS, conformandose está la Mesa de trabajo con el objetivo principal de apoyar al desarrollo de la Ruta del Banano Orgánico como un piloto para el desarrollo como un destino turístico de la Provincia y luego surgió también el tema de La Ruta Cultural en Margaritas.

Para la del Banano se proponen dos senderos, la artesanía en fibra de banano y la gastronomía como un complemento, en cambio, en las Joyas de Mao, en margarita es un city tours para conocer atractivos históricos del pueblo.

Instituciones miembros: Clúster Turístico de Valverde, Cámara de Comercio, BANELINO, OPT – MITUR Valverde, ADELVA, UTESA, Ayuntamiento Municipal de Mao, Base de Margaritas, Dirección Provincial de Cultura, ASFAVAL, ASODIFIMO y CONADIS, Gobernación Provincial, Dirección Provincial de Medio Ambiente, CLAC, Restaurante Duarte 36, INDENOR, Dirección Provincial de Agricultura

Estatus jurídico: N/D

Años de operación: 4

Gobierno local involucrado: Alcaldía Local de Valverde

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 3 (Provincial)

Contactos: N/D

Acciones realizadas:

1. Redescubrimiento de recursos locales.
2. Priorización de recursos locales.
3. Profundización de los recursos y elaboración de fichas.
4. Intercambio de experiencias con Jamao EcoTours.
5. Definición de tema de la "Ruta del Banano" y "Ruta Cultural en Margaritas".
6. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta del Banano con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
7. Levantamiento de los puntos principales y complementarios de la Ruta Cultural en Margaritas con diferentes actores, tanto del proyecto TCS como de MITUR.
8. Coordinación con CONADIS y ASODIFIMO para introducción de los miembros dentro de las experiencias que se estaban formando.
9. Participación en ferias y expo como: Expo Valverde 2018, Discover POP 2018 Expo Cibao 2019.
10. Realización de algunas actividades puntuales para desarrollar temas como el tubing en el Río Mao y merado de productos locales, sin embargo no se obtuvieron resultados.
11. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19 a hoteles y restaurantes de la Provincia Valverde conjunto a la OPT.
12. Apoyo a la elaboración de la guía de productos de ASFAVAL.

Atractivos turísticos en el territorio

- SENDERO DEL BANANO / RUTA DEL BANANO
- RUTA CULTURAL EN MARGARITAS
- RÍO MAO · ATARDECERES · ARROZ
- PUERTA DE ENTRADA A LA LÍNEA NOROESTE
- ARTESANIA EN FIBRA DE BANANO



Comentarios de líder:

El Proyecto Turismo Comunitario Sostenible para mi ha sido una apertura de saberes, porque aprendí que podemos tener oportunidades en cualquier lugar que sea importante e interesante para otras personas, tanto localmente como internacionalmente. La oportunidad de poder compartir con otros nuestros recursos, nuestras experiencias y nuestras cosas bellas.

Gustavo Gandini
Líder del Grupo Territorial Valverde

Cibao Norte

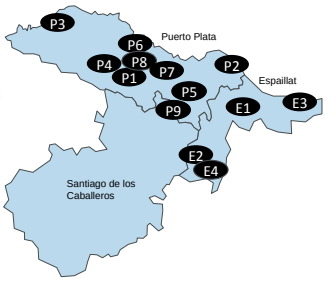
El Cibao Norte sintetiza la exuberancia de todo el Cibao, una región con un territorio rico, productivo y con incontables experiencias por descubrir. Los atractivos de su Turismo Comunitario Sostenible incluyen la riqueza de sus tierras y la alegría de su gente. En esta región se encuentran las Ruinas de la Isabela, "Primera Ciudad de América"; la Ciudad Corazón; los 27 Charcos de Damajagua, y el sabroso Mofongo Mocano. El Cibao Norte está listo para recibir a todos aquellos que quieran impregnarse con parte del esplendor de la cultura de la República Dominicana.



Concepto subregional del Cibao Norte

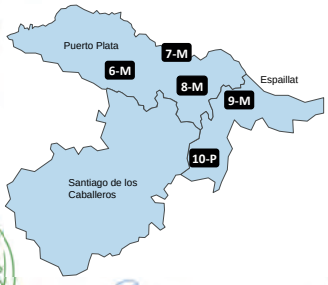
Acercándonos al origen de la experiencia comunitaria, el secreto de las sonrisas y la felicidad de los habitantes.

10 UP apoyadas



E1: Kayak de Jamao Ecotour
E2: Artesanía de Higuerito
E3: Gastronomía de Play Rogelio
(E4: City Tour cultural de Moca>GT)
P1: Experiencia de Cacao de Chocolala
P2: Sendero de Cuevas de Cabarete
P3: Experiencia de Manatí de Estero Hondo
(P4: Merengue y cacao de Guananico>GT)
P5: Experiencia Aventura Sonador
P6: Centro artesanal de Imbert
(P7: Experiencia comunitaria de Gallo>GT)
P8: Saltos de Damajagua
P9: Experiencia de Café Pedro García

5 GT apoyados



6-M: GT Guananico (UMPC Guananico)
7-M: GT Gallo (Gallo y el Cupey)
8-M: GT Ruta Panorámica (UMPC VYP)
9-M: GT Jamao al Norte (CODEJAM)
10-P: GT prov. Espaillat (ADEPE)





Asociación de Artesanos de Madera Petrificada de Imbert (ASOARTEP)

Nace el 22 octubre de 1997, es la primera y la única asociación de talladores de piedras reconocida en el país, que exhibe la artesanía dominicana como expresión cultural y demostrando el talento artístico de los autores en sus obras.

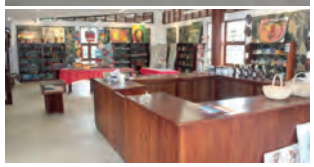
La materia prima que utilizan para hacer sus esculturas es una piedra blanda, un mineral llamado talco y una roca sedimentaria conocida como arenisca autóctona de Imbert, que puede ser modelada a mano con instrumentos sencillos.

Ubicación	Imbert, Provincia Puerto Plata
Año de fundación	1998
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
Miembros	39 miembros, 1 comunidad
Contactos	(809) 250-2327

Ofertas:

VENTA DE PRODUCTOS — GALERÍA TAÍNA





En la Plaza Artesanal de la Madera Petrificada en Imbert, el visitante tiene la oportunidad de conocer el proceso de elaboración de las piezas en madera petrificada o imberlita, talladas cuidadosamente por los artesanos locales.

También se pueden comprar una amplia gama de diseños y temas vinculados con la naturaleza y cultura dominicana. Dentro de la oferta se destaca una línea especial de sellos taínos, con la que se contribuye a la preservación y difusión de la herencia de esta cultura prehispánica.

Además, cuenta con una Galería Taína, tienda de regalos, venta de productos locales, experiencia de café y cafería.

Intervención

Acciones:

1. Galería de taína instalada.
2. 10 productos locales ubicados y gestionados.
3. 133 visitantes por mes (promedio).
4. 6 letreros para interpretación de procesos de taller artesanal.
5. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
6. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
7. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
8. Más de 5 actividades de promoción realizadas.
9. 1 acuerdo de colaboración para la galería con el Museo Taíno de Guananico y el coleccionista de piezas taínas; Adriano Rivera.
10. Fam Trip con Influencers, y con Técnicos de Vice Ministerios de MITUR.











Chocolala

Empresa de mujeres emprendedoras, con visión de crecimiento para mejorar su calidad de vida y desarrollo local, dedicada a la producción de chocolate artesanal, utilizando cacao producido en la comunidad.

La fábrica de chocolate es operada por mujeres que elaboran varios productos del cacao, mediante proceso industrial, como: cacao pulverizado, gofio, cacao revestido, tabletas, chocolatines, en fin, un total de 17 productos.

Ubicación	Altamira, Provincia Puerto Plata
Año de fundación	1990
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario
Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL
Miembros	1 Organización, 30 Miembros
Contactos	(809) 863-8887

Ofertas:

- **Lala Tours:**

DEGUSTACIÓN DE CHOCOLATE Y VINO — RECORRIDO SENDERO DE CACAO



- **Venta de Productos:**

Elaboran varios productos derivados del cacao, mediante proceso industrial, como: cacao pulverizado, gofio, cacao revestido, tabletas, chocolatines, entre otros que completan un total de 22 productos diferentes.





Intervención

Acciones:

1. Acondicionamiento del sendero y construcción de enramada para visitantes
2. Material de promoción de la oferta Chocolala.
3. Video de introducción de nuevo sendero.
4. Banco de fotografía para SNS.
5. Fam Trip con relaciones públicas del ministerio de Turismo
6. Fam Trip con Influencers, y con técnicos de Vice Ministerios de MITUR.
7. Promoción dirigida a intermediarios turísticos y redes sociales.
8. Promoción en ferias
9. Uniformes de las colaboradoras.
10. Protocolo de bioseguridad funcionando.
11. 2 donaciones de insumos COVID-19







Asociación de Guías Cuevas de Cabarete

Organización sin fines de lucro, creada en el año 2010, compuesta por 24 guías y 17 artesanos, ofrece excursiones al Monumento Natural Cuevas de Cabarete y Goleta.

La Asociación es aliada de Medio Ambiente para el mejoramiento, cuidado y protección de los recursos locales (ecosistemas acuíferos, arrecifes y manglares de 4 diferentes especies) que existen en el Monumento Natural. Con la oficina de Medio Ambiente en este lugar, tienen de forma permanente plantas de diferentes especies para realizar campañas de reforestación para integrar a jóvenes y niños de la comunidad.

Ubicación	Cabarete, Provincia Puerto Plata
Año de fundación	2014
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
Miembros	24 Guías, 17 artesanos, 1 comunidad
Contactos	(809) 907-1714

Oferta:

VISITA A LAS CUEVAS





Ubicadas en el Parque Nacional El Choco, las Cuevas de Cabarete muestran una red subterránea de cuevas que datan de millones de años. Las excursiones salen desde el centro de visitantes de la Asociación de Guías.

Al bajar unos escalones hallarás la Cueva de Cristal, una cueva subterránea con una cámara oscura que alberga una piscina de agua dulce lo suficientemente profunda para buzos certificados la puedan explorar.

Sobre la superficie, hallarás cuevas tras una empinada escalinata que te conducirá a diversas cámaras y túneles repletos de estalactitas, estalagmitas y arte rupestre.

Intervención

Acciones:

1. Instalación de letreros de negocios y reglas de uso del área protegida y 100 interpretativos en el sendero.
2. Monitoreo de visitación implementado mensualmente, resultado 429 visitantes cada mes (promedio).
3. Un espacio mejorado para el recibimiento de los visitantes.
4. Un puente de madera y pasamano de conexión entre centro de visitantes .
5. Una cueva mejorada (escalinata y plataforma).
6. Uniformes de colaboradores.
7. Unidad productiva promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias.





8. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
9. Donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
10. Fam Trip con Relaciones públicas del ministerio de Turismo, con Influencers y con técnicos de Vice Ministerios de MITUR.



ASOCIACIÓN DE GUÍAS DEL
SANTUARIO MANATÍ
ESTERO HONDO

La Asociación de guías del Santuario de Mamíferos Marinos, está compuesta por 14 personas, de las cuales hay 3 son miembros activos que ofrecen a los visitantes, un tour guiado por dicho Santuario, dando todas las informaciones de las especies del lugar, ubicado es Estero Hondo.

El grupo de guías de Estero Hondo, trabaja de la mano con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales en la preservación y conservación de esta área protegida que alberga a los Manatís y otras especies de mamíferos marinos, incentivando a los visitantes a respetar las normas.

Ubicación	Estero Hondo, Provincia Puerto Plata
Año de fundación	2013
Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
Estatus legal	Asociación sin Fines de Lucro
Miembros	1 organización local y 14 miembros y/o familias
Contactos	(829) 437-0863

Ofertas:

TOUR EXPERIENCIAL DE MANATÍ Y GRUPO DE GESTIÓN DE ESTERO HONDO





Experiencia de Sendero del Manatí en Estero Hondo

La Asociación de guías ofrece un recorrido para explorar los senderos dentro del Santuario de Mamíferos Marinos, conocer la biodiversidad entre los manglares, así como, las curiosidades que se pueden descubrir del manatí, especie en peligro de extinción, protegida de la zona.

El recorrido tiene una duración de 1.5 hrs. (aproximadamente) e incluye la recepción en el centro de visitantes del Santuario, donde se proporcionan informaciones generales y se introduce a la especie del Manatí; el sendero del cangrejo azul, el sendero del cangrejo ermitaño, y el avistamiento del manatí en un mirador.





Intervención

Acciones:

1. 42 visitantes mensuales (aproximadamente).
2. Unidad productiva promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, en catálogos y ferias.
3. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
4. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
5. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.



Comanejo del Ministerio de Medio Ambiente y la Asociación Guías de los Charcos de Damajagua

La Asociación de Guías Turísticos de Damajagua, es una agrupación de guías salvavidas, que coordinan la excursión a los 27 charcos del río Damajagua ofreciendo al visitante aventura y seguridad.

Actualmente cuentan con alrededor de cuarenta y cinco personas entre las que se encuentran guías turísticos, personal encargado de administración y negocios; así como personal de limpieza del rancho y sus instalaciones. Tienen un Consejo de co-manejo Saltos de la Damajagua, que tiene como objetivo velar por la correcta gestión del Monumento Natural Saltos de la Damajagua y zonas adyacentes.

Ubicación	Imbert, Provincia Puerto Plata
Año de fundación	1994
Nivel de producto	Nivel 3 (Operación sostenible de negocio comunitario)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
Miembros	1 organización con 106 beneficiarios
Contactos	(809) 250-4200

Ofertas:

SENDERISMO A LOS SALTOS · BOOGIE · ZIPLINE





La Asociación de Guías Turísticos de Damajagua ofrece excursiones de turismo de aventura, guiado por anfitriones locales de Llanos de Pérez, Imbert, Puerto Plata.

Los diferentes tours son hacia los 27 charcos de Damajagua por senderismo, zipline o boogies, con precios asequibles.

Para disfrutar de los paquetes que ofrecen los guías, deben arribar hacia el centro de visitantes, donde los turistas son recibidos por los guías locales, quienes les ofrecen las informaciones de lugar sobre el tour. Estos guías son responsables de la seguridad de los grupos durante la experiencia. 237 personas trabajan en Damajagua entre estos: guías, administración, pequeños negocios y empresas de excursión.





Intervención

Acciones:

1. 5,449 visitantes por mes (promedio).
2. Un marco de entrada instalado,
3. UP promocionada; en redes sociales, ferias, Fam Trip (Influencers y vice ministerios de MITUR) en catálogos y ferias.
4. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
5. Protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
6. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad, promoción.



Finca Papirucho, Río Sonador

La Finca Papirucho, se dedican a la ganadería sostenible y la conservación de la rivera del Río Sonador; un afluente del Río Yásica, que su nombre viene de la música que transmite el zumbido del caudal.

Este proyecto nace como emprendimiento local, que ofrecer acceso al balneario que conjuntamente con la comunidad trabaja en la diversificación de oferta, para el aprovechamiento de sus recursos por medio de la excursión guiada, espacios para acampar, balneario y parqueo.

La comunidad se ha capacitado y participa activamente en actividades que contribuyen al desarrollo local.

Ubicación	Yásica Arriba, Provincia Puerto Plata
Año de fundación	2016
Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada
Miembros	1 organización local y 8 miembros, una comunidad
Contactos	(829)-774-0210

Ofertas:

CAMPING · SENDEROS Y CHARCOS · ALOJAMIENTO RURAL



La oferta de Finca Papirucho en el Río Sonador consiste en proporcionar a los visitantes acceso al balneario, con parqueo incluido y excursión por el río, a un precio módico.

Hay paquetes para grupos de 6 personas en adelante por un precio asequible que incluye; acceso, guías, equipos, almuerzo y tiene una duración de 2.5 horas.

Otros incluyen dormida, cuentan camping, fogata, excusión, desayuno, cena y también otro alojamiento rural.

Para adquirir estos servicios, los clientes deben llegar a la comunidad La Piragua en Yásica Arriba, a la Finca Papirucho, que cuenta con 13 guías locales para brindarle los servicios.

Intervención

Acciones:

1. Monitoreo de visitación implementado mensualmente. Con un resultado de 227 turistas por mes (aproximadamente).
2. Instalación de 25 letreros.
3. Entrega de 60 equipos (chalecos, cascos, y tubos).
4. Promoción de UP; en redes sociales, catálogos y ferias.
5. Creación y funcionamiento de protocolo de bioseguridad.
6. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
7. Fam Trip con relaciones públicas del Ministerio de Turismo, con influencers, y con técnicos de viceministerios de MITUR.







Jamao Eco Tours

Tour Operador local, integrado por veinte socios y ofrecen una propuesta de aventura rural, encargada del encadenamiento de productos y servicios ofertados por microempresas comunitarias.

Esta organización fue creada por el Consejo de Desarrollo Eco Turístico de Jamao al Norte, del cual se benefician nueve comunidades del Municipio.



Ubicación	Provincia: Espaillat, Municipio: Jamao al Norte
Año de fundación	2018
Período	Marzo - Septiembre 2021
Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL
Beneficiarios	1 organización, 20 miembros, 60 familias, 9 comunidades involucradas
Contactos	(809) 743-5523

Ofertas:

KAYAK · CANYONING · SENDERISMO · RAPEL · CAMPING · SERVICIOS A&B · CABALLOS · ALOJAMIENTO

Guiados por anfitriones locales en Jamao al Norte, Espaillat.

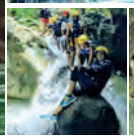
Excursiones a: Cañón de Arroyo Frío, Cola de Pato, Hongo Mágico, Sendero los Tinajones y Sendero las Caobas.













Intervención

- Mejoramiento de productos.
- Fortalecimiento de negocio y promoción autónoma.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Fortalecimiento de guías locales.

Acciones

1. 214 visitantes cada mes (promedio).
2. 5 kayaks entregados.
3. Materiales de promoción colocados (Flyers, afiches, mampara, valla).
4. 33 letreros instalados.
5. 3 mesas picnics instaladas.
6. 18 guías capacitados.
7. 2 zafacones instalados.
8. Un mirador construido.
9. Un documental con influencer.
10. Oferta de la unidad productiva promocionada en redes sociales a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias.
11. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
12. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
13. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
14. 12 kit de rapel entregados para auto entrenamiento de anfitriones en cañonismo y rapel.
15. Fam Trip con Relaciones públicas del ministerio de Turismo, con Influencers, y con técnicos de Vice Ministerios de MITUR.



Asociación de Artesanos de Higüerito

La Asociación de Artesanos del Higüerito (ASOARTEH) es una organización Sin Fines de Lucro, incorporada legalmente desde el año 1984, agremia a 20 artesanos dedicado a para elaboración de la muñeca sin rostro, artesanía originaria de Moca e icónica de identidad nacional. La economía del Higüerito, llegó a depender en un 80% de la artesanía utilitaria y decorativa.

Actualmente la Asociación puede producir más de 100 modelos de muñeca sin rostro.

Ubicación	Higüerito, Provincia Espaillat
Año de fundación	1983
Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
Miembros	1 organización y 20 miembros
Contactos	(829) 557-0330

Oferta:

EXPERIENCIA DE LA MUÑECA SIN ROSTRO



Realizan un tour artesanal dentro de sus instalaciones, en el promueven al Higüerito como la cuna de icónica muñeca sin rostro, resaltando su legado artesanal con más de 100 años de historia.

Este recorrido tiene una duración de 1.5 horas y permite al visitante conocer su historia, participar en la elaboración de una artesanía y la facilidad para comprar otros productos artesanales en cerámica.

La experiencia de la muñeca sin rostro incluye: demostración y práctica para hacer la muñeca sin rostro y un regalo de una muñeca sin rostro como souvenir para cada uno de los participantes.

Intervención

Acciones:

1. 1 nuevo tour creado.
2. 13 personas recibidas mensualmente (aproximadamente).
3. 10 murales interpretativos instalados.
4. 6 letreros de identificación de estaciones del tour.
5. 1 valla en carretera.
6. 2 letreros en carretera.
7. UP promocionada en ferias.
8. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
9. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
10. 1 donación de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
11. Un catálogo de artesanos.





Asociación de vendedores Playeros y artesanales de Villa Mangante

La Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Magante, es una organización sin fines de lucro, constituida legalmente desde el año 2013. Cuenta con 20 miembros activos que promueven y gestionan la Playa Rogelio, atractivo principal de Villa Magante, en Gaspar Hernández, Espaillat. Ofrecen variedad de platos a base de pescados y mariscos.

Ubicación	Gaspar Hernández, Provincia Espaillat
Año de fundación	2013
Nivel de producto	Nivel 2 (TCS Básico)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucros, ASFL
Miembros	Una organización, 20 miembros, 1 comunidad
Contactos	(829) 353-1476

Oferta:

BOULEVARD GASTRONÓMICO



La oferta incluye varios platos de especialidad dentro de los que resaltan: pescado frito, cangrejo al coco, parrillada, lambí a la crema, camarones a la crema, langosta a la plancha, pescado al vapor, salpicón de mariscos, pescado al coco, cazuela de pescados y mariscos, paellas y mero a la crema.

Otros servicios y actividades ofrecidos por la asociación son: renta de camas de playa (tumbonas), práctica de deportes, celebración de eventos anuales y actividades especiales (bodas, cumpleaños...).

Con precios muy atractivos para los visitantes.

Para disfrutar de la Playa Rogelio los turistas deben llegar a Villa Magante, Gaspar Hernández. Los grupos pueden reservar para celebraciones especiales y llegar sin previa reservación y serán atendidos por los representantes de las casetas, quienes proporcionan los servicios.

Intervención

Acciones:

1. 6 zafacones instalados.
2. 12 casetas identificadas.
3. 12 murales que identifican especializadas gastronómicas de las casetas.
4. 2 banderolas instaladas en la playa.
5. 3 vallas instaladas con información interpretativa de Playa Rogelio.
6. Una valla en carretera.
7. Un marco fotográfico para visitantes; instalado.
8. UP promocionada a través de catálogo de experiencias TCS, con flyers y en ferias.
9. Una donación de insumos para aplicación de protocolo de bioseguidad.







MPC VYP y APEDI

Son dos organizaciones que convergen en la zona que comprende desde Gran Parada, Puerto Plata hasta Gurabo, Santiago, donde existe una ruta llena de paisajes espectaculares de la Cordillera Septentrional, ámbar, café, balnearios y lugares de gente amable y laboriosa.

MPC VYP es una Asociación sin fines de lucro que surge a partir de las acciones del Proyecto de Turismo Sostenible Basado en la participación Publico-Privada para la provincia de Puerto Plata (TURISOPP), es un resultado de la unificación de 3 comunidades que se ubican a lo largo de la carretera turística Puerto Plata - Santiago y tiene como objetivo: levantar el orgullo de sus munícipes a través de la promoción de los productos y servicios desarrollados.

La Asociación para el Desarrollo, Inc. (APEDI) es una sociedad Sin Fines de Lucro, creada con el objetivo de promover el desarrollo económico y social de la República Dominicana. Fue fundada el 6 de julio del año 1961 e incorporada mediante Decreto No. 7979 del 6 de abril del año 1962, siendo la primera organización de este género fundada en la República Dominicana.

Ubicación: Yásica, Puerto Plata

Instituciones miembros:
Asociación para el Desarrollo de Pedro García (ADPEG), Asociación de Hijos Ausentes, Junta Distrital de Pedro García, Tubagua Ecolodge, Junta Distrital Yásica Arriba, Productores de Artesanía en Ámbar

Estatus jurídico: Asociación Sin Fines de Lucro

Años en operación: 11

Gobierno local involucrado: Ayuntamiento de Yásica

Plan Anual: Cuenta con plan de acción

Nivel de alcance: Municipal

Contactos: 809-696-6932

Acciones realizadas:

- Listado de actores que integran la Ruta.
- Fichas de recursos locales.
- Actualización de mapa de la ruta.
- Banco de fotos.
- Georreferenciación de puntos de la Ruta.
- Diseño de Logo de Ruta.
- Actualización de la página web de la Ruta.
- 82 visitantes mensuales (aproximadamente),
- 1 levantamiento de necesidades de letreros y mobiliario ecoturístico
- Fam Trip con Vice Ministerios de Turismo e Influencers.
- Una donación de insumos COVID-19.

Atractivos turísticos

RUTA PANORÁMICA | SENDERO DEL CAFÉ

SENDERO DEL ÁMBAR

FINCA PAPIRUCHO, RÍO SONADOR

Comentarios de líder:

Excelente proyecto, con él hemos aprendido a desarrollar nuestras actividades turísticas en las comunidades involucradas en él.

Gregorio Díaz Rojas

Ha sido una experiencia muy grata y enriquecedora en el conocimiento y las vivencias junto a todos los que pertenecen a esta gran familia. Nos sentimos muy orgullosos y privilegiados al ver cómo nuestras comunidades se van integrado y han ido desarrollando, apoderándose de sus recursos, capacitándose para buscar la manera viable para aprovecharlos y darlos a conocer a todo el mundo. Gracias por todo el apoyo.

Jordana Jiménez 89





MESA DE TURISMO DE ESPAILLAT

Municipio Moca, Provincia Espaillat

Descripción general

Institución Sin Fines de Lucro, creada por Decreto del Poder Ejecutivo no. 911, de fecha del 11 de junio de 1975. Su misión es mejorar la calidad de vida de los habitantes de la provincia, siendo catalizadores de su desarrollo sostenible e integral, creando oportunidades de empleo, ofreciendo apoyo a la microempresa, entre otros. El 28 de junio del 2019, más de 20 instituciones que inciden en el desarrollo turístico la provincia Espaillat, deciden conformar la mesa de turismo de Espaillat, la cual e coordina ADEPE, promueve los principales recursos históricos, culturales y artesanales como la icónica muñeca sin rostro.

Instituciones miembros:
- Alcaldía de Moca
- Gobernación Provincial
- ADEPE
- PEDEPE

Continuación listado miembros:
- Museo Ramón Cáceres
- Museo 26 de Julio
- Patronato de La Calle 3D
- Ayuntamiento de Joba Arriba
- Ayuntamiento José Contreras
- Clúster Ecoturístico de la Provincia Espaillat
- Asociación de Eco Móviles

Estatus jurídico: Conglomerado de instituciones

Años de operación: 3

Gobierno local involucrado: Alcaldía Municipales de Moca, Joba Arriba y José Contreras, Gobernación Provincial

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 3 (Provincial)

Contactos: (809) 578-2811

Acciones realizadas:

1. Reuniones para la puesta en valor de la Ruta Histórica.
2. Levantamiento y diagnóstico sobre recursos potenciales de Espaillat.
3. Taller de profundización de recursos locales y potenciales de Moca.
4. Participación para promoción de Ruta en Expo Cibao.
5. Creación de Ruta Histórica; Justicia, Valentía y Paz.
6. Elaboración de protocolo de bioseguridad para los puntos que conforma la Ruta Histórica.
7. Gestiones de capacitaciones en servicio al clientes.
8. Taller de identificación de los recursos locales.
9. Identificación de los actores de la cadena de valor.
10. Elaboración de un listado largo de recursos locales.
11. Fichas de recursos potenciales.
12. Taller sobre marca y conceptualización de ruta.
13. Elaboración de guión de la ruta.
14. Ensayo de guión del City Tour.
15. Prueba de City Tour con los primeros visitantes.
16. Rotulación de Eco-cars.
17. Distribución de materiales de puntos de promoción.
18. Elaboración e impresión de individuales para restaurantes de mofongo más kits para colorear.
19. Gestión de capacitación en servicio al cliente.
20. Creación de guión de los eco móvil.
21. Audio guías para eco móvil.
22. Señalización de puntos de la ruta.
23. Monitoreo de visitantes a tres niveles y cumplimiento de protocolo de bioseguridad.

Atractivos turísticos en el territorio

MUSEO RAMÓN CÁCERES

MUSEO 26 DE JULIO | ECO MÓVILES

IGLESIA SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS

RESTAURANTES DE MOFONGO

ARTE HELADO | MUÑECA SIN ROSTRO



Comentarios de líder:

Este proyecto ha venido a proveer de herramientas a nuestro destino, hemos lograr unificar una cadena de valor que existía en nuestro municipio con personal muy preparado y enfocado en unificar toda la región.

Rossy Torres
Líder de la Ruta Histórica Justicia, Valentía y Paz de Moca



Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte - CODEJAN

Jamao al Norte, Espaillat

Descripción general

Organización Sin Fines de Lucro, incorporada conforme a la Ley 122-05 de Promoción y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro, se conformó en el año 2013.

El Consejo tiene como objetivo principal, promover el Ecoturismo, la preservación del Medio Ambiente, como agente del desarrollo sostenible en las comunidades del Municipio de Jamao al Norte, en la Provincia Espaillat.

El CODEJAN se compone de 21 miembros, los cuales conforman la Asamblea General, máxima autoridad del Consejo, responsables de elegir la Junta Directiva y los Directivos de los diferentes departamentos, por un período de dos (2) años. Trabajan en posicionar a Jamao al Norte como uno de los principales destinos ecoturísticos del país.

Instituciones miembros:
- Alcaldía de Jamao al Norte
- Clúster PROESPAILLAT
- ADEPE
- COOPADEPE
- Gobernación de Espaillat

Estatus jurídico: ASFL (Asociación sin Fines de Lucro

Años de operación: 8

Gobierno local involucrado: Alcaldía Municipal de Jamao al Norte y Gobernación Provincial

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 2 (Municipal)

Contactos: (809) 674-3822

Acciones realizadas:

1. Taller de redescubrimiento de recursos locales.
2. Elaboración del catálogo de tesoros comunitarios.
3. Producción de banco de fotos.
4. Realización de una sesión de presentación del catálogo a la comunidad.
5. Impresión de catálogo de tesoros locales.
6. Actividad para la puesta en circulación de catálogo de tesoros comunitarios.
7. Entrega de materiales sobre el COVID-19
8. Capacitaciones a lideres comunitarios por medio de JICA.

Atractivos turísticos en el territorio

- KAYAK EN RÍO YÁSICA
- CAÑÓN DE ARROYO FRÍO
- SENDERO LAS CAOBAS
- SENDERO LOS TINAJONES
- TUBING
- COLA DE PATO
- CAMPING
- HONGO MÁGICO
- ALOJAMIENTO RURAL

Comentarios de líder:

Nuestra experiencia con TCS fue algo impresionante, pues su apoyo a nuestro consejo siempre estuvo presente, antes de la pandemia y luego de la pandemia, brindándonos una mano amiga y una luz al final del camino, nos sentimos muy agradecido con la labor que han venido desarrollando a favor de las comunidades.

Alexis Hernández Ovalles
Líder de CODEJAN











Unidad Municipal para Patrimonio Comunitario de Guananico

La Unidad Municipal para Patrimonio Comunitario de Guananico –UMPC- es un grupo integrado por 18 representantes de instituciones y líderes comunitarios, personas alegres, sensibles con el medio ambiente, llenos de orgullo y pasión por sus recursos.

Comenzó sus funciones como un grupo de intención en el año 2011 durante el desarrollo del proyecto TURISOPP para trabajar en el desarrollo local mediante el turismo y se constituyó legalmente como una Asociación Sin Fines de Lucro –ASFL- en el año 2014-2015.

La UMPC se caracteriza por el orgullo que siente por su municipio y la comprensión de que su trabajo con la comunidad puede hacer de su municipio un mejor lugar para vivir. El objetivo de la UMPC de Guananico es crear conciencia en los comunitarios acerca del valor de su patrimonio para que pueda ser explotado racionalmente, a fin de garantizar una prosperidad colectiva. La UMPC promueve su identidad municipal a través de su marca “Ritmo de Agua”.

Ubicación: Guananico, Puerto Plata

Instituciones miembros: Hacienda Cufa; Asociación Dominicana de Profesores, (ADP) seccional Guananico Casa Alexander, SRL; Productoras de Jabones (independientes); Grupo Músicos y Lutieres de Rincón Caliente; Grupo Jóvenes Anfitriones Locales; Cooperativa Nacional de servicios Múltiple de Los Maestros; Junta de Vecinos Sagrada Familia; Alcaldía de Guananico

Estatus jurídico: Asociación Sin Fines de Lucro

Años en operación: 11

Gobierno local involucrado: Ayuntamiento de Guananico

Plan Anual: Cuenta con plan de acción.

Nivel de alcance: Municipal

Contactos: 809-843-1522

Acciones realizadas:

1. 24 visitantes por mes (promedio).
2. 1 nuevo tours creado.
3. 1 sendero mejorado.
4. 5 espacios para experiencias, mejorados.
5. 1 acuerdo con un tour operador.
6. 4 experiencias del Grupo Territorial promocionados en redes sociales, a intermediarios turísticos, con influencers, en catálogos y ferias.
7. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
8. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
9. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
10. Fam Trip con influencer, Relaciones Públicas y Vice Ministerios de MITUR.
11. Uniformes para colaboradores.

Atractivos turísticos

- EXPERIENCIA DE MÚSICA DOMINICANA
- MUSEO TAÍNO DR. CÉSAR ESTRELLA
- HACIENDA CUFA (SENDERO DE CACAO)
- PUBLITO DE MERENGUE TÍPICO

Comentarios de líder:

Excelente proyecto, con el hemos aprendido a desarrollar nuestras actividades turísticas en la comunidad involucrada en él.

Gregorio Díaz Rojas

Es una experiencia positiva, encaminada a la mejora continua de los proyectos Comunitarios, contribuyen a mejorar las capacidades a través de la capacitación y seguimiento a los procesos locales, durante la intervención del mismo hemos logrado el desarrollo de 3 productos locales en el municipio e involucrar a jóvenes, mujeres y hombres en el turismo rural aprovechando los recursos naturales y culturales de la zona y promoviendo una actividad económica que hasta el momento no era aprovechada en el municipio.

Sara Mercado











Grupo Territorial del Naranjal, El Cupey, El Gallo

La localidad del Cupey está ubicada a 10 Km. aproximadamente del municipio de Puerto Plata, su población asciende a 30,194 habitantes en la zona rural. Sus habitantes viven principalmente de la ganadería, la crianza de cerdos y la producción agrícola.

La zona cuenta con áreas verdes y diferentes balnearios, vistas espectaculares, cuevas, áreas para montar caballos; fincas ganaderas de gran calidad y mucho más.

Su arquitectura es una mezcla, de antiguo con campestre, el nombre del lugar viene a la gran cantidad de árboles de Cupey que ha existido siempre en el lugar.

Las principales comunidades del Cupey están organizadas a través de juntas de vecinos, por lo tanto, suman 454 los integrantes de 4 juntas de vecinos que junto al Gallo Ecolodge, El Club de Madres Corazón de María y varios negocios comunitarios buscan promover su zona como un destino comunitario, atraer al turismo basado en sus recursos naturales y su cultura para contribuir al desarrollo local y una mejor calidad de vida para sus habitantes.

Ubicación: El Cupey, San Felipe, Puerto Plata

Estatus jurídico: N/D

Años en operación: 3

Gobierno local involucrado: Ayuntamiento de Puerto Plata

Plan Anual: Cuenta con plan de acción.

Nivel de alcance: Municipal

Contactos: 847-682-3037 / 829-722-2572

Acciones realizadas:

1. Levantamiento de información previo a intervención de TCS.
2. Identificación de los Recursos Locales con apoyo del proyecto TCS.
3. Identificación de los actores de la cadena de valor.
4. Elaboración de un listado largo de recursos locales.
5. Elaboración un listado previo de puntos potenciales del destino comunitario.
6. Visita de reconocimiento para diagnóstico de los puntos potenciales.
7. Creación de una red logística y equipo de coordinadores responsables del Grupo Territorial del El Gallo/El Cupey.
8. Validación de puntos potenciales con apoyo de TCS.
9. Elaboración de 16 fichas de recursos con información y fotografía con apoyo de TCS.
10. Georreferenciación de la ruta con apoyo de TCS.
11. Apoyo en promoción de la ruta en Expo Cibao como parte de la oferta TCS del Destino Cibao.
12. 30 fichas de recursos locales.
13. 11 puntos señalizados.
14. un mapa digital funcionando.
15. 10 de kits COVID-19 entregados.
16. 3000 brochares impresos y entregados.
17. Un sendero de permacultura mejorado (letreros interpretativos con código QR).
18. GT promocionado; en redes sociales, con influencers, en ferias, un protocolo de bioseguridad creado.
19. Uniforme para integrantes de UP.
20. Monitoreo de visitación implementado mensualmente, y funcionando.
21. 1 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
22. Fam Trip con Vice Ministerios de MITUR y con tour operadores turísticos.
23. Una actividad de lanzamiento de la Ruta del Gallo.





Atractivos turísticos

- LOMA ISABEL DE TORRES
- PICO DEL GALLO
- PRODUCTOS LOCALES DE CARÁCTER GASTRONÓMICO
- CUEVA DEL GALLO
- EL GALLO ECOLODGE
- MUSEO RURAL
- BALNEARIOS

Comentarios de líder:

Una experiencia extremadamente positiva desde el inicio de la ruta. Fueron integrados en la organización de las diferentes comunidades que la forman y con la identificación de los productos específicos que se desarrollaron. Durante la pandemia fueron cruciales en la motivación y el desarrollo continuo. Después de la pandemia, han promovido con éxito en ferias y vía influencers incrementando nuestro negocio de forma significativa.

Bryn Toledano

Cibao Nordeste

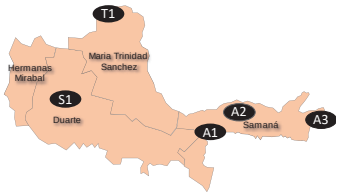
El Cibao Nordeste es fuente de riqueza histórica cultural, industrial, agrícola y ganadera. Una región con provincias que engloban una amplia variedad de atractivos, pudiendo disfrutarse con opciones como la casa museo de las Hermanas Mirabal, el Sendero del Cacao, playas paradisíacas y un impresionante espectáculo natural protagonizado por las ballenas jorobadas. Para los más aventureros, está la oportunidad de hacer rápel en Playa Frontón, o descubrir la fauna local en el Banco de La Plata y la Navidad. El Nordeste ofrece una peculiar gastronomía basada en el coco y diversos ejemplos de la influencia heredada de grupos migratorios.



Eslogan y concepto subregional del Cibao Nordeste

100 playas diversas y paisajes coloridos.

5 UP apoyadas



A1: Kayak de Sánchez

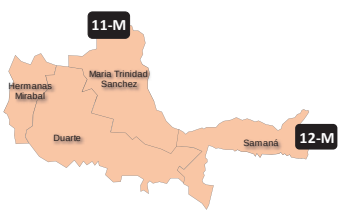
A2: Sendero de El Limón

A3: Senderos de Las Galeras

T1: Tour de manglares de Laguna Grigri

S1: Experiencia de Don Lulu

2 GT apoyados



11-M: GT Río San Juan (Consejo Municipal)

12-M: GT Las Galeras (Consejo de Turismo Sostenible)



SINDICATO DE BOTEROS LAGUNA GRI GRI

Descripción general:

Es una organización comunitaria creada por Salustiano Martínez Alvarado, está ubicada en la calle Duarte, esquina Sánchez, Río San Juan, María Trinidad Sánchez, está compuesta por 40 miembros dedicados a ofrecer un paseo en bote por los manglares, cueva de las Golondrinas, Playa Caletón, Piscina Natural. La Laguna Gri Gri es el atractivo emblemático de Río San Juan.

Ubicación	Municipio Río San Juan, Provincia María Trinidad Sánchez
Año de fundación	1963
Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS)
Estatus legal	Sindicato de Boteros (regulado por la Marina de Guerra)
Miembros	1 Organización, 40 Miembros
Contactos	849-878-5616

Oferta:

PASEO EN BOTE





Ofrecen un paseo en bote por manglares, playa Caretón, Cueva de las Golondrinas y piscina natural, guiado por anfitriones locales de Río San Juan en los idiomas: español, inglés, francés y alemán. Este recorrido tiene una duración entre 45 minutos y una hora.

Para la excursión los turistas deben llegar a la Laguna Gri Gri, aun sin previa reservación y serán atendidos por 18 capitanes que sirven de guías, tienen la función de proporcionar las orientaciones necesarias y los chalecos salvavidas a los visitantes.



Intervención

Acciones:

1. 2,715 visitantes por mes (aproximadamente).
2. Un centro de recepción de visitantes acondicionado.
3. Una oficina equipada con equipamiento básico.
4. Una organización capacitada en Manejo de Negocios.
5. UP promocionado en catálogos.
6. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
7. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
8. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.



KAYAK SAN LORENZO
PARQUE NACIONAL LOS HAITISES

Cooperativa de producción, trabajos y servicios múltiples de pescadores Bahía San Lorenzo (Kayak San Lorenzo)

Negocio comunitario que está compuesto por 60 socios (pescadores), ofrecen un tour por los Haitises que incluye visita a las cuevas y kayak por el caño San Gabriel.

Fue creada por la cooperativa de producción, trabajos y servicios múltiples de pescadores de la Bahía San Lorenzo, dicha organización ha incursionado en el ecoturismo como una manera de sacar presión a la pesca.

Ubicación	Municipio: Sánchez, Provincia Samaná
Año de fundación	2014
Nivel de producto	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
Estatus legal	Sociedad de Responsabilidad Limitada, SRL
Miembros	1 Organización, 60 Miembros
Contactos	809-463-9557

Ofertas:

PASEOS EN BOTE Y EN KAYAK



Ofrecen una excursión por el Parque Nacional Los Haitises que incluye; recorrido en bote, visita a cuevas y kayak por manglares, guiado por anfitriones locales en Sánchez, Samaná.

Este recorrido tiene una duración de una hora y permite disfrutar de observación de aves, animales; reptiles, manatíes, peces y cuevas donde vivían taínos.

Para disfrutar de la excursión los turistas deben llegar al muelle de la Cueva San Gabriel, Parque Nacional Los Haitises, Sabana de La Mar, Hato Mayor. Las expediciones pueden ser coordinadas desde Santa Bárbara (Samaná) o desde Sánchez para llegar en bote hasta el muelle donde son recibidos por el personal quienes les proporcionan los equipos e informaciones necesarias.

Kayak San Lorenzo cuenta con 8 guías locales capacitados para recibir visitantes.

Intervención

Acciones:

1. 30 visitantes mensualmente (promedio).
2. Un guion del nuevo tour.
3. 10 chalecos entregados.
4. 5 personas capacitadas en primeros auxilios en lugares remotos.
5. 5 radios de comunicación.
6. 1 botiquín de primeros auxilios.
7. Una camilla de rescate.
8. 11 personas capacitadas en primeros auxilios en lugares remotos.
9. Unidad Productiva promocionada a través de flyers y ferias.
10. Monitoreo de visitación implementado mensualmente, un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
11. 1 donación de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
12. 4 líderes capacitados por INFOTEP en Fomento de Buenas Prácticas de TCS.





Asociación Comunitaria, Ecoturismo Salto del Limón (ACESAL)

Organización que busca mejorar la calidad de vida de la gente del Limón, contribuye a la preservación de los recursos naturales, el Monumento Natural Salto del Limón (declarado en el año 1996) y sus afluentes.

Trabaja con la participación de actores responsables y usuarios del recurso natural, está compuesta por 13 negocios ecoturísticos y beneficia a más de 500 personas.

Ubicación	Municipio El Limón, Provincia Samaná
Año de fundación	1998
Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS)
Estatus legal	Asociación sin Fines de Lucro (ASFL)
Miembros	1 Organización, 500 Miembros
Contactos	(809) 916-0892

Oferta:

EXCURSIÓN AL SALTO DEL LIMÓN



Ofrece excursión al Salto el Limón por medio de 13 ranchos activos y más de 500 anfitriones. Esta experiencia incluye caballos y caminata al Monumento Natural, servicios de restaurantes de comida típica, artesanía, productos locales, cacao, café, aceite coco entre otros.

El recorrido dura 3 horas aproximadamente, los turistas interesados en participar de las excursiones deben llegar a los Ranchos, para recibir las informaciones relacionadas al recorrido, y decidir cómo quiere vivir la experiencia; a pies o a caballo, con almuerzo o sin almuerzo.

Los anfitriones acompañan a los visitantes por un trayecto donde es posible disfrutar del paisaje, frutas de temporada, piscina natural, hasta llegar hasta al Salto El Limón.

Intervención

Acciones:

1. 2,412 visitantes por mes (aproximadamente).
2. 1 camilla de primeros auxilios entregada.
3. 5 radios de comunicación.
4. Un botiquín de primeros auxilios.
5. 12 guías capacitados en primeros auxilios en lugares remotos.
6. Unidad productiva promocionada en catálogos y ferias.
7. Monitoreo de visitación implementado mensualmente.
8. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
9. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.









Grupo de Guías de las Galeras

La Asociación de Guías de Turismo Galeras Ecológica, busca identificar recursos con vocación turística para añadir valor a través de la creación de circuitos o excursiones y promoviendo el desarrollo sostenible de la comunidad y la componen 30 guías.

Ubicación	Distrito Municipal Las Galeras, Provincia Samaná
Año de fundación	2018
Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS)
Estatus legal	Asociación sin Fines de Lucro (ASFL)
Miembros	1 Organización, 11 Miembros
Contactos	809-815-3434

Ofertas:

SENDERISMO



Servicios de guías turísticos, en circuitos creados con el apoyo del Consejo de Desarrollo de las Galeras; Boca del Diablo-Frontón, las pozas de Cabo Cabrón, recorrido playa Madama y su cueva, en estas experiencias el turista puede disfrutar de boca del diablo, un fenómeno geológico natural en el que el mar se precipita formando un chorro de agua que puede alcanzar varios metros de altura, la mina de mármol, variedades de plantas y aves endémicas, degustación de frutas tropicales, playas exóticas, plantas medicinales, y practicar snorkeling. Estos recorridos tienen una duración de más de 2 horas y son guiados por anfitriones comunitarios en los idiomas: español, inglés, alemán, italiano, creole y francés.

Los interesados en participar de estas excursiones deben llegar a playa las Galeras, donde los guías acompañan a los visitantes.

Intervención

Acciones:

1. 17 personas recibidas mensualmente (aproximadamente).
2. 10 guías capacitados en primeros auxilios en Lugares Remotos.
3. Donación de 1 camilla de primeros auxilios.
4. 5 radios de comunicación.
5. Un botiquín de primeros auxilios.
6. 10 chalecos.
7. 10 linternas.
8. 10 cascos.
9. 5 jóvenes capacitos por medio de intercambio sobre fomento de buenas prácticas de TCS.
10. Entrega de uniformes para guía.









Rancho Don Lulú, Centro Ecoturístico

Centro de Turismo Rural Comunitario, que busca contribuir al desarrollo local, la conservación y protección de los recursos naturales de la zona, como una alternativa para buscar el sustento de los comunitarios de manera sostenible.

Fue establecido en el año 2007 y forma parte de la Asociación Ecoturística el Solenodonte, también trabaja de la mano con la Fundación Loma Quita Espuela.

Ubicación	Municipios San Francisco de Macorís, Provincia Duarte
Año de fundación	2017
Nivel de producto	Nivel 2 (Producto Básico TCS)
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro, ASFL
Miembros	1 Organización, 42 Personas
Contactos	809-863-8929

Oferta:

SENDERISMO — ALOJAMIENTO — VENTA DE PRODUCTOS LOCALES



Senderismo: excursiones guiadas por anfitriones de la Asociación Ecoturística el Solenodonte, con destinos al pico la nube, la ruta de bosque de cacao, sendero don Soron y la Reserva Científica Loma Quita Espuela, considerada de las áreas ecológicas más importantes del país, nacen más de 60 ríos y el pico más alto de la Cordillera Septentrional. Los senderos cuentan con una duración de 2 y 5 horas.

Alojamiento: dispone de 9 habitaciones, cada una con baño, capacidad de 36 personas en grupos familiares, salones para eventos, con capacidad desde 25 hasta 300 personas, servicios alimentación (comida criolla), balnearios, pasadías, campamento, actividades sociales; boda y cumpleaños.

Venta de productos locales: miel, chocolate, y otros derivados del cacao.

Intervención

Acciones:

1. 109 visitantes mensualmente (aproximadamente).
2. Un levantamiento de información necesidades sobre letreros interpretativos.
3. Un monitoreo de visitación implementado mensualmente.
4. Un protocolo de bioseguridad creado y funcionando.
5. 2 donaciones de insumos para implementación de protocolo de bioseguridad.
6. Una donación de insumos para realización de curso de señales y letreros interpretativos, impartido por INFOTEP.









Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de Las Galeras (CONTUGAL)

Distrito Municipal Las Galeras, Santa Barbará, Samaná

Descripción general

El Consejo de Turismo las Galeras para el Desarrollo Sostenible (CONTUGAL), organización sin fines de lucro que, creada en el 2019, en el marco del proceso de certificación de destino TourCert, con la finalidad de articular con los representantes del Estado, Gobierno Local, empresarios turísticos locales y a los representantes de las organizaciones comunitarias vinculadas al turismo.

Con el objetivo de aunar esfuerzos y promover los atractivos turísticos en su territorio de las Galeras, para hacerlo más competitivo y sostenible.

Instituciones miembros:
Restaurantes de Las Galeras, Hoteles de las Galeras, Empresas de excursiones Transportistas, Organizaciones de la Sociedad Civil (ASOD EGAS), Grupos de vecinos (VIDA SANA), Grupos religiosos
Asociación de Pescadores, Asociación de Vendedores, Asociación de Guías Turísticos

Estatus jurídico:
Asociación Sin Fines de Lucro

Años de operación: 2

Gobierno local involucrado:
Alcaldía de las Galeras

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 3 (Provincial)

Contactos:
Julio César Lamano: 809-867-7096

Acciones realizadas:

1. Identificación de recursos locales para revista de Tesoros Locales de las Galeras.
2. Cursos relacionados a Turismo Comunitario Sostenible.
3. Apoyo a intercambio de Buenas Prácticas de Fomento de TCS.
4. Apoyo a fortalecimiento a Asociación de Guías Galeras Sostenible.
5. Participación en Expo Cibao 2019.
6. Sensibilización y entrega de materiales sobre COVID-19.

Atractivos turísticos en el territorio

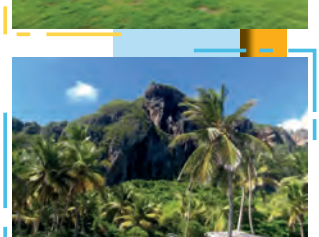
- MONUMENTO NATURAL CABO SAMANÁ
- PLAYA ASERRADERO-PLAYA GRANDE-LA PLAYITA
- LA CALETA –CABO SAMANÁ
- MANUEL CHIQUITO-PLAYA RINCÓN
- PLAYA RINCÓN-LAGUNA DEL DIABLO-PLAYA EL VALLE

Comentarios de líder:

El proyecto TCS fue y es de gran ayuda y apoyo al crecimiento de nuestra Organización CONTUGAL en conjunto con la comunidad de Las Galeras. Esperamos seguir contando con Proyectos tan beneficiosos para el desarrollo del TCS en los destinos turísticos.

Yocasty Artiles
Líder de TCS - Covid - Suministros - Recursos culturales











MESA DE TURISMO DE RÍO SAN JUAN

Río San Juan, María Trinidad Sánchez

Descripción general

Nace con el Proyecto TCS, un 14 de octubre del año 2020, organización Sin Fines de Lucro, busca posicionar al Municipio como destino turístico comunitario.

La Mesa está compuesta por 12 organizaciones del ámbito público y privado que trabajan por el desarrollo del Municipio con la misión de sensibilizar sobre Turismo Comunitario Sostenible.

Instituciones miembros:
- Alcaldía de Río San Juan
- Federación de Juntas de Vecinos
- ASODEARIO
- Iglesia Templo Bíblico
- Oscar Artiles Heredia, Músico

Continuación lista de miembros:
- Clúster Turístico de María Trinidad Sánchez
- 10 Preguntas
- Costa Verde 81
- Ministerio de Turismo
- Team Shaggy
- Sindicato de Boteros de la Laguna Gri Gri
- Festival de Coros de Río San Juan

Estatus jurídico: N/D

Años de operación: 3

Gobierno local involucrado:
Alcaldía Municipal de Río San Juan

Plan Anual: Sí

Nivel de alcance: Nivel 2 (Municipal)

Contactos: (829) 961-8780

Acciones realizadas:

1. Revista de Tesoros Locales.
2. Identificación e involucramiento de liderazgo comunitario.
3. Capacitaciones.

Atractivos turísticos en el territorio

- LAGUNA GRI GRI
- PLAYA GRANDE
- CUEVAS DE LAS GOLONDRINAS
- PISCINA NATURAL
- PLAYA CALETÓN
- PLAYA LOS MINOS



Comentarios de líder:

Es una experiencia maravillosa, de muchos aprendizajes y una gran capacitación, inolvidable, para mí fue exelente y de mucho aporte para nuestras comunidad y el turismo, comunitario

Alexandra Yomaris Cid Tineo
Líder de Laguna Gri Gri, Río San Juan, MTZ



Cibao Sur

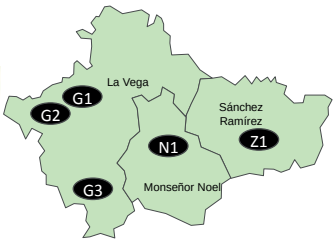
El Cibao Sur es el manantial del Cibao, una región de donde emanan las más importantes fuentes de agua de la República Dominicana. Allí nacen ríos como el Camú, Jima, Jimenoa, Yuna y Yaque del Norte; cuyos cauces alimentan gran parte de la región Norte y Sur, llegando algunos a extenderse hacia el extremo este de la isla. Esta región, que cuenta con una afamada tradición carnavalesca, tiene opciones excelentes para disfrutar el aire más puro y fresco de todo el país, en destinos de montaña como Constanza y Jarabacoa, y atractivos como la Presa de Hatillo.



Eslogan y concepto subregional del Cibao Sur

Agradecimiento a las bendiciones de la naturaleza y la falda del pico más alto del Caribe, “Manantial del Cibao”.

5 UP apoyadas

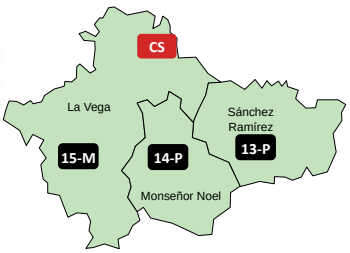


G1: Experiencia comunitario de Sonido de Yaque

G2: Sendero de Angostura

G3: Agroturismo de Constanza

2 GT y 1 GR apoyados



13-P: GT Sanchez Ramirez (Consejo Ecoturístico Sánchez Ramírez)

14-P: GT Monseñor Noel (Consejo Ecoturístico Monseñor Noel)

15-M: GT Constanza (Cluster Turístico)



Finca Doña Paula
(Asociación de Productores Agrícolas La Cotorra)

La Asociación de Productores Agrícolas La Cotorra, ASOPROA-LC, junto a los propietarios de la Finca Doña Paula, con su iniciativa, ha logrado que la comunidad se involucre en actividades relacionadas al turismo, se capacite y participen dinámicamente en actividades que contribuyen al desarrollo local.

En Finca Doña Paula se ha formado un sendero interactivo que ofrece una experiencia de recorrido por diversas plantaciones de limones y otros productos comercializados en la comunidad de La Cotorra de Tireo en Constanza. Lugar donde la gran mayoría de sus habitantes viven principalmente de la agricultura, venta de fresas, rábano, limones, flores, ajo, papas, entre otros rubros.

Ubicación	Municipio Constanza, Provincia La Vega
Año de fundación	2010
Nivel de producto	Nivel 2 (Negocio Básico TCS
Estatus legal	Asociación Sin Fines de Lucro (ASFL)
Miembros	1 Organización Familiar, 35 Familias, 1 Asociación con 30 Miembros
Contactos	(829) 730-7464

Oferta:

SENDERISMO — VENTA DE PRODUCTOS LOCALES





La Finca Doña Paula - La Cotorra, ofrece acceso al sendero explicativo de limones e invernaderos de fresas, excursión por la comunidad, para conocer la historia y su gente, esta excursión incluye: acceso a la finca, guías, almuerzo, souvenir, canasta de productos locales y tiene una duración de 1.5 horas, su sendero explicativo, cuenta con 3 guías locales y proporciona el parqueo.

Además, ofrece camping para los visitantes amantes de la aventura que quieren conocer más a fondo la montaña y la historia. Para obtener los servicios y actividades de la Finca Doña Paula, en La Cotorra, los visitantes deben llegar a la comunidad de La Cotorra próximo al distrito municipal de Tireo.





Intervención

Acciones:

1. Colocación de letreros y elaboración.
2. Mejoramiento mínimo en lugares de descanso en sendero.
3. Fotografía para SNS.
4. Señalización en carretera.
5. Desarrollo de productos característicos de cultivos de la zona.
6. Organización de guión de experiencia.
7. Acompañamiento para estructura de experiencia.
8. Sesión de sensibilización de TCS.



Complejo Ecoturístico Angostura

El Complejo Eco-turístico Angostura es un proyecto comunitario que empezó como una iniciativa de la Asociación La Milagrosa de Angostura (ASOLAMI), y está motivada para educar visitantes sobre el medio ambiente y naturaleza de la zona, la cultura del campo y la relación con los miembros de la comunidad. Esta iniciativa empezó en 2012, con el apoyo técnico y donaciones de las instituciones Junta Yaque, el Programa de Pequeños Subsidios (PPS), USAID, el Cuerpo de Paz República Dominicana, y otras más.

Ubicación	Municipio Jarabacoa, Provincia La Vega
Año de fundación	2012
Nivel de producto	Nivel 1
Estatus legal	Cooperativo
Miembros	1 Organización 30 Miembros
Contactos	(829) 982-4946



Oferta:

ALOJAMIENTO RURAL — SENDERO HACIA LA CASCADA



Angostura se caracteriza por montañas de altas elevaciones y reveladoras de una belleza que anima a cada visitante a realizar un recorrido por toda el área. Sus bosques de pinares y latifoliados pertenecen a una demarcación de vida de bosque húmedo subtropical, caracterizado por su rica biodiversidad tanto en la fauna como en su flora.

Angostura ofrece varias experiencias como disfrutar del balneario arroyo grande y el salto o cascada del Mortero, lo cual tiene un recorrido de 4 horas permitiendo el baño en sus aguas frías y tranquilas.





Intervención

Acciones:

1. Selección del asesor local para trabajo de 5 semanas.
2. Realización de articulación participativa de las experiencias
3. Elaboración de 5 experiencias/productos con itinerarios/guiones
4. Creación de materiales presentables (Hojas de productos, PPT, con fotos)
5. Condicionamiento mínimo para experiencias.
6. Realización de la presentación en la comunidad/Subregión
7. Presentación de Material Digital y Mejoramiento de SNS y página.
8. Acompañamiento para creación de protocolos COVID-19
9. Entrega de insumos para contrarrestar COVID-19
10. Organización para creación de guión
11. Acompañamiento para estructura de experiencia.







Sonido del Yaque

Complejo ecoturístico a orillas de río Yaque que consta de 6 cabañas en la comunidad de los Calabazos, que inició en el año 1997, que poseen 14 habitaciones, ofrecen sus servicios a grupos, familias y personas particulares. También ofrecen los servicios de desayuno, comida y cena.

Este complejo comunitario está administrado por el Club de Madres La Nueva Esperanza y la Asociación de agricultores la Unidad, Las Mercedes, mujeres y hombres que con mucho esfuerzo mantiene este proyecto beneficiando a más de 30 familias, modelo de comunidad autosustentable.

Ubicación	Provincia: La Vega, Municipio: Los Calabazos, Jarabacoa
Año de fundación	2018
Período	Marzo - Septiembre 2021
Estatus legal	Cooperativo
Beneficiarios	2 asociaciones con más de 42 personas
Contactos	N/D



Ofertas:

ALOJAMIENTO EN CABAÑAS · COMIDA TÍPICA · SENDERISMO · EXPERIENCIA DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ Y CACAO ORGÁNICO

Con un ambiente natural acogedor donde prima el sonido del río Yaque y el trato amable de los comunitarios.



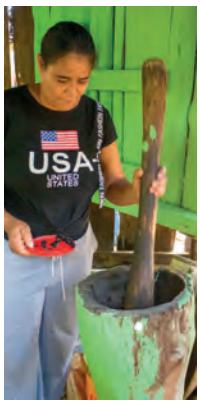





Intervención

Acciones:

1. Selección del asesor local para trabajo de 5 semanas.
2. Realización de articulación participativa de las experiencias.
3. Elaboración de experiencias/productos con itinerarios/guiones.
4. Creación de materiales presentables (hojas de productos, PPT, con fotos).
5. Condicionamiento mínimo para experiencias.
6. Señalización y presentación en letreros en madera para sus senderos y experiencia.
7. Realización de la presentación en la comunidad/subregión.
8. Presentación de material digital y mejoramiento de SNS y página.
9. Taller de manejo de negocios.
10. Taller de promoción autónoma.
11. Creación de base para experiencia.
12. Acompañamiento en organización de senderos.





Asociación de Guías Turísticos Saltos de Jima

27 jóvenes de las comunidades del Distrito Municipal de Jayaco, recibieron la capacitación impartida por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de guías o intérpretes de la naturaleza.

Se formaliza el grupo con el nombre de Asociación de guías ecoturísticos Saltos de Jima, Bonao, R.D. –ASOGUESAJI- desde fecha 30 de agosto del año 2017, un mes después de finalizar una segunda capacitación impartida por INFOTEP y aprobada por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, como guías intérpretes de la naturaleza.

Ubicación	Municipio Bonao, Provincia Monseñor Nouel
Año de fundación	2017
Nivel de producto	Nivel 2
Estatus legal	Cooperativo
Miembros	1 Organización 30 Miembros
Contactos	(809) 460-7412

Oferta:

SENDERISMO A LOS SALTOS · DISFRUTE DE BALNEARIOS





En Charco Prieto está, el Monumento Natural los Saltos de Jima, ofrece un servicio de interpretación de la naturaleza por medio de las guianzas, dentro del sendero de los Saltos de Jima, que posee más 12 saltos y más de 60 charcos, aunque hasta el momento sólo están habilitados dos saltos, por lo que su sendero aún no ha sido terminado.

Algunos vienen atraídos por sus charcos y saltos de aguas cristalinas, para darse un rico baño, en cambio otros por la vegetación, las aves, los reptiles y anfibios propios de la zona.





Intervención

Acciones:

1. Selección del asesor local para trabajo de 5 semanas.
2. Realización de articulación participativa de las experiencias.
3. Elaboración de experiencias/productos con itinerarios/guiones.
4. Creación de materiales presentables (Hojas de productos, PPT, con fotos).
5. Realización de la presentación en la comunidad/Subregión.
6. Presentación de Material Digital y Mejoramiento de SNS y página.
7. Equipamiento básico para actividades acuáticas
8. Fortalecimiento de guión de su experiencia.
9. Acompañamiento en creación de guión.
10. Sensibilización de Turismo Comunitario.
11. Organización de sus actividades para mejor estructura de tour.



Gaia Ecotrip

Gaia Ecotrip es un grupo comunitario de Hatillo en Sánchez Ramírez, que ofrece un tour a las cuevas taínas del Parque Nacional Aniana Vargas. Nace en el 2019 con la idea de un trabajo asignado en un curso de Turismo Comunitario Sostenible, con la colaboración de Coopmaimón, el Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y la Agencia Cooperación Japonesa Internacional (JICA).

La ruta de las cuevas busca poner en práctica el turismo comunitario sostenible, dando a conocer el potencial de esta localidad y el aprovechamiento de la importancia histórico-ecológica de la zona, para buscar dinamizar la economía comunitaria.

Ubicación	Municipio Cotuí, Provincia Sánchez Ramírez
Año de fundación	2019
Nivel de producto	Nivel 1 (Recurso Turístico con Potencial)
Estatus legal	Sin formalizar
Miembros	1 Organización, 20 Familias, 15 Miembros
Contactos	(829) 707-9824

Oferta:

SENDERISMO

Gaia Ecotrip ofrece una experiencia de aventura, para el disfrute de los visitantes y el cuidado del medio ambiente, resaltando nuestra historia y cultura en el Parque Nacional Aniana Vargas.

La exploración de cuevas taínas, paseo en bote por el lago de Hatillo, conocer senderos cercanos y aprender de la historia del parque Aniana Vargas y presa de Hatillo con un el almuerzo típico de tilapias y truchas de la zona.

Gaia Ecotrip ha unido sus servicios con las asociaciones de pescadores de la zona y la asociación de mujeres de Hatillo que construyen y venden manualidades para ofrecer a los visitantes una experiencia completa y educativa del poblado de Hatillo.

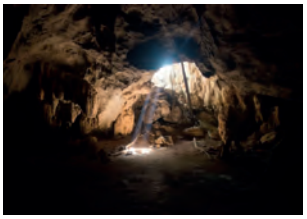


Intervención

Acciones:

1. Entrega de informe final.
2. Materiales de promoción, brochure y catálogos.
3. Guión de la experiencia actualizado y funcional.
4. Organización de rutas para la experiencia.











Cluster Ecoturistico Constanza

Organización incorporada conforme a la Ley 40-08 del 16 de enero del 2008, de Promoción y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro.

Lo componen de 38 miembros de la cadena de valor, que cumplen con los estándares de calidad. Tienen como objetivo desarrollar y promover el atractivo del municipio de Constanza como destino único de montaña para turismo ecológico, cultural y de aventura de clase mundial de la República Dominicana, cuidando el medioambiente.

Ubicación: Municipio Constanza, Provincia La Vega

Instituciones miembros:
- Vienchy Rodríguez – Presidente Representante de la Esquina Gastrobar
- Rafael Collado A – Vicepresidente
- Representante de Hotel Constanza

(Continuación lista de miembros):
- Milena Delgado Durán – Secretaria General, Asesora turística
- Yamilka Rodríguez- Tesorera Representante de La Terraza de Yamilka
- Nilson Peralta - Vocal en representanción de Odalis Grill
- Nelson Durán - Vocal, Asesor turístico
- Carlos Ferná ndez – Vocal en representacion de Frida Bar

Estatus jurídico: Empresarial

Años en operación: 2008

Gobierno local involucrado: Alcaldía Municipal de Constanza

Plan Anual: Si

Nivel de alcance: Nivel 2 (Municipal)

Contactos: (809) 478-3823

Acciones realizadas:

1. Capacitación en diseño y señalización de letreros interpretativos.
2. Jornada de limpieza y reforestación en la Presa Pinalito.
3. Festival de primavera.
4. Fly in de la amistad para promover el turismo aéreo.
5. Ruta agroturistica.
6. Ruta de la fe.
7. Capacitación en construcción de senderos a residentes de la zona El Convento.
8. Construcción del sendero ecológico Aguas Blancas.
9. Capacitación de guía turístico.
10. Participación en Feria AVENTURATE.
11. Master class.

Atractivos turísticos

SENDERO RESERVA CIENTÍFICA ÉBANO VERDE	PRESA PINALITO
RUTA DE LA PEREGRINACIÓN	MONUMENTO AL 14 DE JUNIO
PARQUE ANACAONA	IGLESIA NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES
MONUMENTO AL DIVINO NIÑO	LAS PIEDRAS LETRADAS
SALTO AGUAS BLANCAS	SENDERO ECOLÓGICO AGUAS BLANCAS
LA PIRÁMIDE	PARQUE NACIONAL VALLE NUEVO
MONUMENTO A CAMAÑO	SENDERO DE LA VIRGEN

Comentarios de líder

Ha sido muy satisfactoria, el hecho de poder conectar las ofertas de valor de las comunidades y que estas acciones ayuden a generar una contribución importante en términos de desarrollo económico y social en ellas es motivo de mucha alegría para mí.

Vienchy Rodríguez.
Líder de Mapa Sub Región Cibao Sur Constanza











CONSEJO DE DESARROLLO ECOTURISTICO
PROVINCIA SÁNCHEZ RAMÍREZ

Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Sánchez Ramírez

Es una organización sin fines de lucro, incorporada conforme a la Ley 4008, fecha del 16 de enero del 2008, de Promoción y Fomento de las Asociaciones Sin Fines de Lucro.

El objetivo principal es promover el ecoturismo, la preservación del medio ambiente y lograr el desarrollo sostenible de la provincia Sánchez Ramírez, República Dominicana. El consejo lo componen 18 miembros, los cuales representan diferentes instituciones de la provincia.

Ubicación: Municipio Cotuí, Provincia Sánchez Ramírez

Instituciones miembros:
- El presidente de la Cámara de Comercio

(Continuación lista de miembros):
- Representante del Ministerio de Cultura
- Ministerio de Turismo
- Organizaciones ecológicas
- Proyectos turísticos y ecoturísticos
- Iglesia católica
- Iglesias protestantes
- Colegio de Ingenieros y Agrimensores (CODIA)
- Alcaldías Municipales
- Legisladores de la Provincia (Asesores)

Estatus jurídico:

Años en operación: 2014

Gobierno local involucrado: Alcaldía Municipal de Cotuí

Plan Anual: Si

Nivel de alcance: Nivel 3 (Provincial)

Contactos: (809) 370-2288

Acciones realizadas:

1. Jornada de limpieza en la Presa de Hatillo.
2. Jornada de limpieza en la comunidad de Hatillo.
3. Torneo de pesca, pes bass.
4. Apoyo a la gobernación para la reforestación en el Parque Ecológico el Peñón del Lago de Hatillo.
5. Aporte a la cofradía del Espíritu Santo.
6. Salvavidas a la Asociación de Pescadores de la zona.
7. Capacitación a estudiantes de centros educativos para que conozcan los atractivos ecoturísticos mediante audiovisual.
8. Taller de artesanía hechas con higuero.
9. Capacitación de guías turísticos.
10. Participación en Feria de la Piña.
11. Taller de redescubrimiento de recursos locales.
12. Producción de banco de fotos.
13. Actividad para la puesta en circulación de Mapa Cibao Sur.
14. Apoyo en acondicionamiento de senderos para fortalecimiento de experiencia Hoyo de Sanabe y Parque Nacional Ariana Vargas.
15. Entrega de insumos para contrarrestar COVID-19.
16. Acompañamiento en actividades Mesa Técnica Cibao Sur proyecto TCS.
17. Lanzamiento de Mapa Cibao Sur con entidades loca les.
18. Taller de marketing digital.

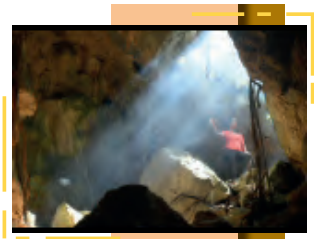
Atractivos turísticos

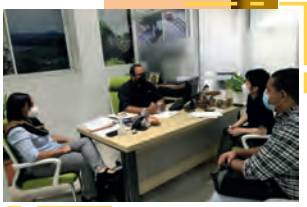
SENDERO HOYO DE SANABE	COFRADIA DEL ESPÍRITU SANTO
RUTA DEL ARROZ	PESCA DEPORTIVA DE BASS
PASEO POR PRESA DE HATILLO	RUTA DEL MAJARETE
SENDERO LA CHICHARRA	

Comentarios de líder:

Muy buena experiencia, ya que este proyecto está muy interesado en desarrollar el Turismo Comunitario Sostenible, a nosotros como institución nos a beneficiado bastante el apoyo de TCS, hemos trabajados en las capacitaciones de las comunidades, el desarrollo de las comunidades depende de las capacitaciones, también trabajamos en la elaboración del mapa turístico de la región cibao sur, gracias a este proyecto pudimos realizarlos. Este proyecto TCS, debería durar más tiempo, ya que todavía en la provincia hay muchos atractivos comunitarios que con su ayuda necesitamos seguir explotando. Excelente trabajo está realizando Timoteo Estévez, quien es un excelente coordinador, siempre preocupado por el desarrollo comunitario.

Emilia Gil Líder de Desarrollo Ecoturístico de la provincia Sánchez Ramírez







CODEPRO NOUEL
Consejo de Desarrollo Ecoturístico de la Provincia Monseñor Nouel

Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Monseñor Nouel

Organismo rector de la planificación y gestión de actividades ecoturísticas en Monseñor Nouel, que promueve la conservación, el aprovechamiento de los recursos naturales, culturales y deportivos, en pro de mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, impulsando el desarrollo sostenible con un enfoque holístico en la conservación ambiental, crecimiento económico y equidad social.

Ubicación: Municipio Bonao, Provincia Monseñor Nouel

Instituciones miembros: 1 organización local, 20 miembros

Estatus jurídico: Ejecutivo

Años de operación: 2010

Gobierno local involucrado: Alcaldía Municipal de Bonao

Plan Anual: Si

Nivel de alcance: Nivel 2 (Provincial)

Contactos: (809) 296-0221

Acciones realizadas:

1. Taller plan de acción para el desarrollo de los diferentes distritos municipales y las comunidades.
2. Taller modelo para fomentar el ecoturismo en el distrito bejucal
3. Señalización para los atractivos turísticos y ecoturísticos de las zonas Los Arroces, Arroyo Toro y Masipedro.
4. Talleres realizados en el distrito municipal de Juma- Bejucal y el municipio de Maimón
5. Taller de redescubrimiento de recursos Locales
6. Actividad para la puesta en circulación de mapa Cibao Sur
7. Actividad de Lanzamiento Mapa Cibao Sur.
8. Sesión de sensibilización sobre Turismo Comunitario Sostenible.
9. Apoyo en equipamiento y seguimiento con los guías Saltos de Jima
10. Apoyo en mesa técnica Cibao Sur para el proyecto TCS.

Atractivos turísticos

SALTO EL CANDOGO O EL BERRO	SALTOS DE JIMA
RÍO FULA Y MASIPEDRO	MUSEO CANDIDO BIDÓ
LA VOZ DEL YUNA	SALTO RODEO
CASCADAS DE BLANCO	EL ANZUELO
SENDERO DE LA VIRGEN	

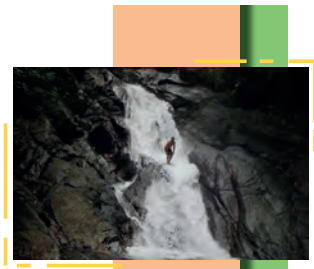
Comentarios de líder:

Hemos hecho un análisis sobre el turismo comunitario sostenible, y realmente no puede haber turismo si no nos integramos a la comunidad.

El desarrollo del país y el empalme económico de nuestra provincia, entendemos que está de la mano con la comunidad para ser sostenible, para que no se vean en la necesidad de dañar los recursos naturales y realizar otras actividades que van en contra del ecoturismo.

Por eso entendemos que el trabajo que hemos venido desarrollando de manera provincial en nuestro plan estratégico, es cuidar el medio ambiente para promover el turismo sostenible, integrando a la comunidad.

Juan Ramón Rosario.
Líder del Consejo de Desarrollo Monseñor Nouel







添付資料11

持続可能なコミュニティツーリズム
起業家のためのマニュアル
（要約：和語／本文：西語）

持続可能なコミュニティツーリズム（TCS）アントレプレナーマニュアル

（西題：Manual para el EMPRENDEDOR DE TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE (TCS)）

当マニュアルの目的（本マニュアル手順を適用後に望まれる能力）

- TCS に関連する重要な概念を理解した
- 観光商品を開発する能力がある
- 簡易的ビジネス管理の基本的な能力を持っている
- プロモーションの基礎知識を理解している

当マニュアルの内容：

1.観光商品開発

1）TCS の目的と TCS アントレプレナーシップについて
2）ターゲットとなる市場を意識し、マーケティングの基礎知識を確認する
3）開発中製品の背景を把握し、市場レベルでの強化につなげる
4）観光体験の質を標準化するために、観光商品のエクスペリエンスの“台本”を作成する。
5）観光商品開発のためのアクションプランの作成。

2.ビジネスマネジメント

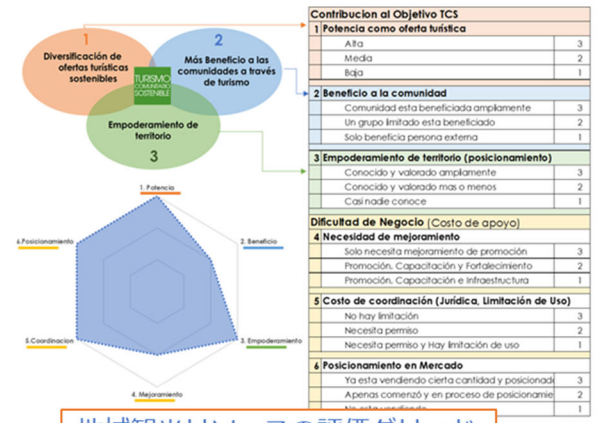
1）製品やビジネスの運営に関する内部規則の要素を特定する。
2）意思決定のための製品またはビジネス管理フォーマットの使用。
3）小口現金の支払いとその払い戻しを手順に沿って処理する。
4）見積もり、予約、注文、請求書、その他の商業文書を手順に従って処理する。
5）ビジネスの定期的なモニタリングと評価し改善と意思決定に役立てる。

3. 自立的プロモーション

1）観光商品の向上のためのプロモーションの基本を知る。

2）ソーシャルネットワークである Facebook や Instagram を、技術的な表示に従って利用・管理する。

マニュアル内容の例



地域観光リソースの評価グリッド



ビジネスマネジメントのフォーマット類



観光エクスペリエンスの“台本化”例

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

Manual para el Emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible

Febrero de 2022

Manual para para el Emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible

Elaborado por:

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

Ministerio de Turismo (MITUR)

Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)

Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

República Dominicana

Febrero de 2022

Manual para el emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible (TCS)
INFOTEP-MITUR-JICA

TABLA DE CONTENIDO

1. DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO 0

1.1. El Objetivo del TCS y del Emprendimiento TCS. 0
1.1.1. Tres Principios de TCS 0
1-1-2 Hoja de evaluación para productos TCS 1

1.2. Identificar los fundamentos del marketing para valorar su mercado meta. 2
1-2-1 Definición de marketing 2
1-2-2 Introducción básica a la mezcla del marketing 2

1-3. Identificar los antecedentes del producto en desarrollo, para potenciarlo a nivel de mercado. ... 7
1-3-1 Definición de producto. 7
1-3-2 Identificación del producto. 8
1-3-3 Análisis 3C+2C (Customer, Competitor, Company. – Canal de venta y Colaboradores) 8

1-4. Elaborar guion base del producto turístico para estandarizar la calidad de la experiencia turística. 9
1-4-1 Definición de guion. 9
1-4-2 Identificación de guion existente, si corresponde. 10
1-4-3 Interpretación y mejora del guion existente, si corresponde. 10
1-4-4 Elaboración de guion. 10
1-4-5 Ensayo de guion. 13

1-5. Elaborar plan de acción acompañado de un técnico, para el desarrollo de productos turísticos. 13
1-5-1 Identificación de necesidades para el desarrollo de productos. 13
1-5-2 Definición de responsables. 13
1-5-3 Elaboración del plan de acción. 14
1-5-4 Mejoramiento de productos. 14
1-5-5 Mejoramiento de Promoción. 14
1-5-6 Ejecución de viajes de familiarización 15
1-5-7 Ciclo de mejoramiento. 15

2 MANEJO DEL NEGOCIO 16

2-1. Identificar los elementos del reglamento interno de operación del producto o negocio, para su desarrollo y estabilidad en el mercado turístico. 16
2-1-1 Reglamento interno de operación, concepto. 16
2-1-2 Propósito del reglamento: reglas y logística de operación. 16
2-1-3 Alcance: entidades gestoras e integrantes de unidades productivas. 16
2-1-4 Responsables de la implementación, mantenimiento y cumplimiento. 16
2-1-5 Documentos: guion, registro de visitantes, reporte de ventas y distribución de ingresos. 16
2-1-6 Logística de operación. 17
2-1-7 Reservaciones y cancelaciones. 17
2-1-8 Descripción de actividades y responsables en formato de tabla. 17

2-2. Manejar formatos de gestión de producto o negocio, para la toma de decisiones asertivas y efectivas. 18
2-2-1 Definición del formato contable. 18
2-2-2 Identificación de cada uno y su uso. 18

2-2-3 Formato de control de ingresos y gastos. 19
2-2-4 Formatos de control de diarios: margen neto. 19
2-2-5 Control de reservas y cancelaciones. 20
2-2-6 Control de actividades diarias. 20
2-2-7 Costo y márgenes de beneficios por actividad 21
2-2-8 Formato de monitoreo y análisis de visitantes, consolidado según forma de llegada. 21

2-3. Manejar los pagos por caja chica y su reembolso, según procedimientos. 22
2-3-1 Manejo de caja chica: 22
2-3-2 Definición de caja chica 22
2-3-3 Gastos menores. 22
2-3-4 Establecimiento del fondo fijo. 22
2-3-5 Formatos necesarios para el control de caja chica. 23
2-3-6 Uso de los fondos de caja chica. 23
2-3-7 Reembolso de la caja chica. 24
2-3-8 Arqueo de la caja chica. 24
2-3-9 Sobrantes y faltante de caja chica. 24

2-4. Manejar cotizaciones, reservas, órdenes, facturas y otros documentos comerciales, según procedimientos. 24
2-4-1 Concepto de documentos comerciales. 24
2-4-2 Tipos de documentos: 25
2-4-3 Cotizaciones. 25
2-4-4 Reservas 26
2-4-5 Facturas y comprobantes de pago. 26
2-4-6 Boucher de tarjetas de crédito, si aplica. 27
2-4-7 Descuento. 27

2-5. Monitoreo y evaluación periódica de negocio para mejoramiento y toma de decisiones. 27
2-5-1 Monitoreo, análisis y mejoramiento, decisión del negocio 27
2-5-2 Tipo y utilidad de datos para monitoreo/análisis/mejoramiento/decisión 28
2-5-3 28
Cantidad de visitantes en medios digitales 28

3 PROMOCIÓN AUTÓNOMA 29

3-1. Identificar los fundamentos de promoción para la mejora de su producto turístico. 29
3-1-1 Definición de promoción 29
3-1-2 Identificación del encargado de promoción. 30
3-1-3 Concepto de Estrategia 30
3-1-4 Identificación de la estrategia de promoción (TIC u otras). 30
3-1-5 Ejemplos de la aplicación de las TIC al marketing-mix: 31

3-2. Utilizar y manejar las redes sociales Facebook e Instagram, según indicaciones técnicas. 31
3-2-1 Identificación de los paquetes de redes sociales 31
3-2-2 Redes sociales y público a fines 32

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES 34

ÍNDICE DE TABLAS 34

1. DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO

1.1. El Objetivo del TCS y del Emprendimiento TCS.

1.1.1. Tres Principios de TCS

El turismo comunitario sostenible (TCS) en la República Dominicana tiene 3 objetivos principales.

1. **Diversificación de las ofertas turísticas sostenibles:** desde 1960 el turismo en el país se ha enfocado en "Sol y Playa" siendo líder en el caribe. Sin embargo, han aparecido destinos prometedores de tipo Resort en la región en las últimas décadas, razón por la cual se debería desarrollar un mercado turístico más variado para posicionarse de nuevo.

2. **Mas beneficios a las comunidades a través de turismo**: El turismo a gran escala ofrece una cantidad significativa de empleos a las comunidades dominicanas, sin embargo, las áreas de Resort se concentran en Punta Cana, Bávaro, dejando al resto de la república sin oportunidad de aprovechar el turismo como beneficio directo a la comunidad.

3. **Empoderamiento de territorio**: La mayoría de los territorios dominicanos (excepto las áreas de Resort) no han tenido experiencia en el manejo de negocios turísticos, sumado a esto, muchos hoteles grandes son de cadena extranjera. Por tanto, falta apropiación y empoderamiento en estos asuntos por parte de los habitantes del territorio, lo cual es garantía de desarrollo autónomo y sostenibilidad comunitaria.

A luz del marketing y el negocio, los asuntos expuestos se podrían abarcar desde la perspectiva de:

1. Fortalecimiento de la competitividad.
2. Distribución justa de utilidad.
3. Fortalecimiento de cuerpo de negocio.



Ilustración 1. Objetivos del TCS

1-1-2 Hoja de evaluación para productos TCS

A parte de los 3 objetivos principales, los emprendedores necesitan considerar la facilidad (inversión y/o costo inicial) para comenzar el negocio o actividad, por ello se suman 3 criterios:

1. Necesidad de mejoramiento.
2. Costo de coordinación (permisos y asuntos legales entre otros.).
3. Posicionamiento actual de recurso turístico.

La siguiente imagen es la tabla que utiliza el Proyecto TCS (MITUR-JICA) para evaluar la intervención de los recursos con enfoque TCS.

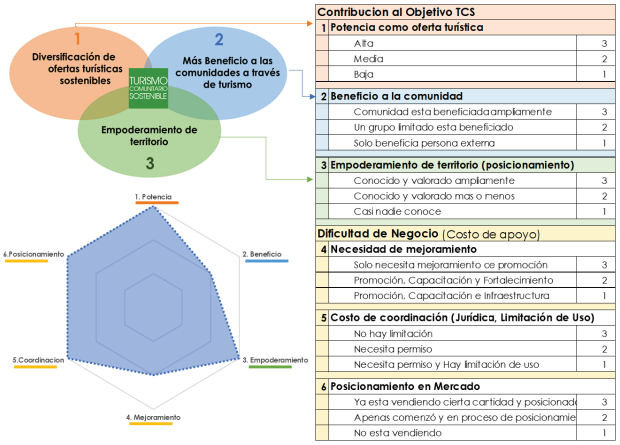


Ilustración 2. Formato de evaluación de la intervención TCS

1.2. Identificar los fundamentos del marketing para valorar su mercado meta.

1-2-1 Definición de marketing

El Marketing (Mercadotecnia) es un concepto que integra las actividades del negocio como un ciclo y guarda similitud con el PDCA (Plan – Do – Check – Action) trabajado en los proyectos. A continuación, se exponen en la gráfica las cuatro fases requeridas.



Ilustración 3. Ciclo del marketing

1-2-2 Introducción básica a la mezcla del marketing

Hablar de *marketing mix* o mezcla de mercadotecnia hace alusión a las estrategias o métodos prácticos para la implementación del ciclo del marketing, esta se basa en cuatro elementos clásicos, conocidos también como **Cuatro P** (Producto, Precio, Punto de venta (distribución) y Promoción) los cuales fueron propuestos por E. Jerome McCarthy en 1960. Partiendo de ellos se analizan dos elementos adicionales:

- Punto de vista del vendedor
- Punto de vista de consumidor es 4C[1].

[1] Los "4C" representan las cuatro perspectivas ponderadas desde la posición del consumidor, los cuales son: Consumidor, Costo del Cliente, Comunicación y Comodidad. Son herramientas muy efectivas, sin embargo, sería difícil de comprender el significado real de cada enfoque sin tener experiencia práctica de gestión empresarial.

En el siguiente cuadro, se muestran las variables que se deben analizar con relación a cada elemento del *marketing mix*.

Tabla 1. Ejemplo representativo de las Cuatro "P"

Producto	Producto, servicio, calidad, diseño, marca comercial, entre otros.
Precio	Precio, descuento, condición de pago, crédito, entre otros.
Promoción	Publicidad y propaganda, entre otros.
Punto de Venta	Canal de distribución, transporte, cobertura de distribución, localización, surtido de productos, inventario, entre otros.



Ilustración 4 Relación de 4P y 4C de Marketing

En vista de que, a través de las fases de R-STP, ya se han definido las estrategias sobre ¿Qué vender?, ¿A quién venderle? y ¿En qué manera hacerlo?, se aprovecharán estas herramientas de 4P, para analizar el procedimiento y métodos concretos y así llevar todo a la práctica. A continuación, se destacan algunas reglas de las 4P para aplicar en la actualidad con los avances de internet.

Capacidad del Producto x 2 + Ventajas en Precios x 2 + Capacidad de Promoción + Capacidad de Distribución = Capacidad Total (Global)

Hoy por hoy, los mercados tienen gran influencia de las ICT (información, comunicaciones y tecnología), lo cual hace que el atractivo del producto y su precio sean factores determinantes. Hace unos años, los medios de publicidad y propaganda eran limitados, actualmente se amplía el abanico de posibilidades con el uso de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, entre otras.

Un tema adicional es el manejo de la reputación, puesto que gracias a las herramientas digitales las opiniones o rumores se difunden instantáneamente entre los consumidores. Por ejemplo, Trip Advisor es un espacio global donde los usuarios o consumidores opinan con total sinceridad sobre la calidad de productos y servicios basados en su propia experiencia. Otra variable es el precio, dado que a través de sitios para reservaciones Expedia.com y Hotels.com, se pueden hacer comparaciones entre hoteles de igual categoría, en una misma región basados en el costo para el turista. Al estar en frente de consumidores más informados se debe trabajar una comunicación más efectiva y así conseguir que estos sean promotores innatos del destino.

Ante este panorama se han establecido métodos para promoción digital. Sin embargo, cuesta controlar los impactos generados, contando con que no se tiene la capacidad financiera y de respuesta de las grandes empresas, por ello ante un episodio de difamación, promoción negativa o incidentes (intoxicación alimentaria, accidentes, corrupciones) se ve afectada la marca o el destino, porque la información que circula en la web no se puede controlar.

¿Qué hacer para aprovechar la visibilidad de las redes sociales? Dar garantía de buenos productos, vender a precios razonables, prestar un servicio al cliente de cinco estrellas, socializar la historia y contexto de los productos para generar empatía y destacar el empeño de los fabricantes locales. Todo se resume en, trabajar para elevar el potencial del producto.

A continuación, se expone cómo elevar estos potenciales en cada una de las fases del ciclo del marketing:

1. Productos

En lo concerniente al turismo comunitario o regional, los atributos para generar buenos productos se clasifican en dos clases:

- Producto principal / Servicio atractivo como, por ejemplo, cascada, manatí, merengue, tour – excursión, evento.
- Entorno, referente a los servicios periféricos (baños y comedores con alta higiene, gastronomía sabrosa, pueblo limpio, actitud de servicio al cliente, sonrisa de la gente y otros valores agregados)

El producto o servicio principal es exactamente el **atractivo del pueblo** del cual se espera que los clientes disfruten, mientras que los servicios periféricos son condiciones ingeniadas para aumentar el goce de estos, teniendo en cuenta algunos de sus requerimientos como segmento de mercado. Es de resaltar que el atractivo del producto o servicio no se determina a partir de los atributos individuales, sino, evaluando la experiencia integrada.

Un ejemplo para ilustrar esta cuestión es i-Phone, que vende más que un buen celular, ellos crean una experiencia en torno a su caja de lujo y sus tiendas con diseño minimalista. A esta experiencia se le conoce como **Potencia de Producto** (Valor para clientes).

2. Precios

Hay 2 formas para definir el precio:

- Por parte del productor.
- Por la tendencia del mercado.

Cuando lo define el productor se costea sumando los precios unitarios y agregando un 25% a 35% de ganancia para las organizaciones. Es importante verificar los siguientes aspectos para el cálculo del precio de coste:

- ✓ ¿Están incluidos todos los costos directos sin falta? (materias primas, combustible para los generadores eléctricos)
- ✓ ¿Están incluidos todos los gastos personales, teniendo en cuenta las horas de trabajo, precio unitario por hora?
- ✓ ¿Se tomó en cuenta la recuperación de costos de la inversión de capitales, por ejemplo, para la construcción de pasos de madera, adquisición de equipos, entre otros??
- ✓ ¿Están incluidos los costos operativos tales como alquileres, cargo del uso de facilidad, salarios del personal administrativo??
- ✓ ¿Se tomaron en cuenta los gastos que se generarán en el futuro? (mantenimiento de facilidades, costo del registro como zona turística, costo por pérdida de facilidades, costo de contratación de un contable.)
- ✓ ¿Están incluidos (cobrados) los impuestos y primas de seguro?
- ✓ ¿Están incluidos los gastos de promoción? (gastos de publicidad y propaganda para afiches, volantes, gastos de promotores.)

Lo más importante para el cálculo de los precios de coste es considerar de antemano, los recursos necesarios para mantener actividades económicas durante los próximos diez o veinte años y asegurar un mecanismo para disponer de dichos recursos.

Lo que se mostró aquí es basado en un escenario de venta directa donde los clientes llegan a las comunidades por sí solos. Pero, si se utilizan los intermediarios o se promueven los productos y servicios a través de tiendas satélites y otras facilidades de promoción instaladas en las ciudades, se generan costos de distribución adicionales. Por supuesto, a estos precios al por mayor, los distribuidores agregarán los costos necesarios para mantener sus negocios, lo que aumentará el precio de venta a razón del 50% a 100%, por ello se deben tomar consideraciones especiales en estas situaciones para que la diferencia entre el precio de venta directa y el precio de venta al consumidor final no sea tan marcada.

En caso de que los precios establecidos por costeo no sean aceptados (porque los consumidores juzgan que los precios son altos y no compran los productos), se sugiere aplicar las siguientes medidas, en el orden descrito, para reducir el precio de venta.

- ✓ Reducir esfuerzos por recortar costos
- ✓ Revisar el proceso de distribución de productos
- ✓ Verificar la calidad de productos (si es necesario, cambiar el segmento objeto)
- ✓ Si todavía hay dificultad para vender, se debe tomar una de las siguientes medidas:
  - Reemplazar por otros productos y servicios (que podrían brindar la misma experiencia a sus clientes)

- Retirar los productos en cuestión completamente del mercado o disminuir la producción (operación)

3. Plaza - Distribución y Ventas

Con relación a la distribución y ventas, debe ser definido acorde al público meta (STP) generando conveniencia o comodidad. Procurar que los traslados sean justos y en el caso de que se extiendan más de lo normal generar experiencias significativas en el trayecto.

Si el lugar de venta es lejano puede cumplir la función de tienda satélite para hacer promoción y analizar penetración en nuevos mercados. Hay que resaltar que el costo de logística también debe ser considerado en el costeo.

4. Promoción

Para llevar a cabo la promoción se requiere analizar

- Producto/servicio de base que se va a promocionar, para definir el mejor enfoque.
- Objetivo ¿Para qué se hace la promoción?
- Medios, canales y branding ¿Cuál es el medio más eficaz para lograr el objetivo? ¿En qué canal puedo conectar más fácil con mi público meta? y ¿Cuáles son los diseños y colores más apropiados transmitir el mensaje esperado?

Para facilitar la aplicación de estrategias de promoción, se recomienda usar el formato de publicidad y diseño adjunto. Donde se define el objetivo de la promoción y el segmento principal al que se dirige, además, se pide explicar cuál es el resultado esperado. Por ejemplo, ¿qué se quiere que el segmento sienta al estar en contacto con el material? ¿qué acciones se espera que tome? Esto le marca una ruta de trabajo más clara al diseñador. Posterior a la ejecución de la estrategia es necesario verificar el cumplimiento del objetivo ¿el material consiguió la reacción o acción esperada?

Así mismo, definiendo los niveles de AIDMA (cuya descripción aparece más adelante) se puede conseguir de forma más acertada la meta de los mensajes publicitarios, que pueden ser vender más, ser reconocidos o recomendados. Estos protocolos le permiten al diseñador elegir qué formato (poster, flyer, video) es el adecuado para transmitir lo deseado así como el branding (colores, estilos y diseños) del mismo. Importante, los diseños varian según la etapa de AIDMA.

Referencia: Reglas de AIDMA

AIDMA es el acrónimo que describe los eventos secuenciales que ocurren desde que una persona (cliente) recibe o hace contacto con una información, hasta tomar la decisión de compra.

- Atención: Llamar la atención
- Interés: Suscitar el interés
- Deseo: Provocar el deseo
- Motivo: Motivar
- Acción: Comprar

FORMATO para PUBLICIDAD y DISEÑO		
Nombre de Responsable:		Fecha:
Nombre de PUBLICIDAD o DISEÑO:		
1	Objetivo	(Objetivo general), (Resultados y Efectos Esperados) por esta publicacion.
2	Blanco Meta	(Blanco especifico de esta publicidad) Especificar más detalladamente
4	Grado de AIDMA	(en que grado de efecto esperas con esta publicacion?) A I D M A
5	Caracter de Blanco	(Cómo analisa Ud. sobre caracter de Grupo meta o Blanco meta)
6	Lugar de Distribución	(Lugares de Distribución o Donde Colocar etc.)
7	Datos generales	Tipo de Publicidad: Poster, Flyer, Libro o Revista, Banner, otro ( ) Formato o Tamaño: Cantidad a publicar: Color de Imprenta: Blanco y Negro, Full Color, Otro ( )

Ilustración 5. Formato para Publicidad con el Uso de AIDMA

1-3. Identificar los antecedentes del producto en desarrollo, para potenciarlo a nivel de mercado.

1-3-1 Definición de producto.

El producto que va a desarrollar debe contribuir a los objetivos del TCS, algunos ejemplos de contribuciones podrían ser:

1. **Beneficiar la comunidad**: Aumentos de empleos locales, de compras locales, de flujo de consumidores hacia el territorio, de inversión a la comunidad.
2. **Diversificación de las Ofertas Turísticos**: Aumento de puntos turísticos atractivos, reconocimiento de la comunidad (valor comercial), incremento de las conveniencias para los turistas (ej. parador turístico).
3. **Empoderamiento de la comunidad**: Aumento de amor hacia su propia comunidad, de orgullo hacia ella, de hospitalidad de los habitantes, de consciencia común de su comunidad (ej. limpieza, ambiente agradable, medio ambiente).

Ejemplo TCS: Jamao Eco Tours

1. Beneficiar la comunidad: Compra de verduras de agricultores locales para preparación de almuerzos, capacitación y empleabilidad de los jóvenes locales como guías turísticos, contrato con señoras de la comunidad para preparación de las comidas, promoción de galletas locales tradicionales a los turistas.

2. Diversificación de ofertas turísticas: Utilizar los cañones de la comunidad para nueva oferta turística, activar fincas locales para hospedajes y/o camping para turistas.

3. Empoderamiento de la comunidad: Mantenimiento y limpieza de áreas naturales con participación de jóvenes comunitarios, monitoreo y protección de recursos naturales, señalización de la comunidad, promoción de Jamao al Norte a través de WEB, eventos y premios.

1-3-2 Identificación del producto.

Para aumentar la competitividad en el mercado turístico, es necesario encontrar el punto atractivo, la característica única de la comunidad anfitriona del producto. Se recomienda, por tanto, mapear los diferenciales de lugares que sean competencia directa para hallar el punto de partida, teniendo siempre claro que no es ¿qué se puede llegar a hacer? Sino ¿con qué se cuenta? Para ello se puede empezar definiendo con qué se identifica la región, por ejemplo, Guananico es el merengue típico, Dajabón es la frontera, Sosúa es la playa, Monción es casabe. Ahora bien, partiendo de esa característica el ejercicio es profundizar al detalle, por ejemplo:

- ✓ Característica: ¡Tenemos un rio precioso!
- ✓ Preguntarse: ¿sería mejor que en "x"? ¿es tan atractivo como en "x"? ¿qué es lo diferente que tiene y que actualmente no se está ofreciendo en "x"?

1-3-3 Análisis 3C+2C (Customer, Competitor, Company. – Canal de venta y Colaboradores)

El factor de éxito de un negocio se alcanza al estudiar y analizar su propia empresa, analizando situaciones del contexto, competidores y clientes. Un análisis de 3S consiste en estudiar estos tres elementos Empresa-Competidores-Clientes (Company-Competitor-Customer), además se sugiere incluir: Canal de venta y Colaboradores. El objetivo de este análisis es encontrar los KSF (Key Success Factor = factores claves del éxito) para ganar posicionamiento dentro del mercado.



Pistas para analizar 3C:

Cliente	Quienes son segmento de Cliente?
	Cuales son Necesidad de Cliente?
Competidor	Quienes son Competidores?, Como son ocupaciones en el mercado?
	Fortalezas de competidor? Debilidad de competidor?
	Que tipo de diferenciacion tiene competidor?
Empresa (Company)	Fortaleza de propia Empresa? Debilidad de propia Empresa?
	Fama o reconocimiento de su Empresa?

Ilustración 6. Resumen de Análisis 3C

1-4. Elaborar guion base del producto turístico para estandarizar la calidad de la experiencia turística.

1-4-1 Definición de guion.

El guion turístico es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar la información a las características de los diferentes segmentos de turistas con la finalidad de hacerla accesible y digerible. El guía debe poseer un banco de información acerca de cada uno de los destinos o recorridos en los que opere, para ello debe aprovechar las diversas fuentes de información.

El guion de la visita no debe ser algo metódico, por el contrario, debe ser libre y responder a cada perfil de visitante, lo que sí debe hacer es, transmitir un mensaje atractivo adaptado al tipo de público, evitar la monotonía expositiva y, siempre que sea posible, enriquecer el discurso del guía con ejemplos, anécdotas y comentarios, un discurso participativo que fomente una visita dinámica, que permita el estímulo de las capacidades creativas de cada visitante.

La utilización de preguntas estimula y motiva al visitante, lo que redunda en un enriquecimiento de la visita, siempre y cuando no se haga un uso abusivo de las mismas (Peña, 2009). Por otra parte, hay tres objetivos

específicos fundamentales que debe conseguir un guion:

- ✓ Objetivos educativos (qué queremos que los visitantes sepan).
- ✓ Objetivos emocionales (qué queremos que los visitantes sientan).
- ✓ Objetivos actitudinales (qué queremos que los visitantes hagan).

Por lo tanto, debe influir en el receptor tanto en sus conocimientos, como en sus sentimientos y su conducta (Peña, 2009).

1-4-2 Identificación de guion existente, si corresponde.

Permite examinar el estado actual del producto y de la actividad de guiaje en el mismo a través de múltiples indicadores. Para el estudio del producto se realiza su descripción teniendo en cuenta su nombre comercial, objetivos, modalidad y condiciones de accesibilidad y acondicionamiento para desarrollar el recorrido. Además, se define su tipología y la etapa en que se encuentra según su ciclo de vida, aspectos que permiten determinar el grado de complejidad del producto.

1-4-3 Interpretación y mejora del guion existente, si corresponde.

Para diagnosticar el estado actual de la actividad de guiaje dentro del producto se presenta el estudio de dos indicadores: el itinerario y la forma de conducción del guía en la ejecución del producto, este último indicador propone la utilización de una lista de chequeo que debe ser completada por el investigador.

La lista de chequeo permite evaluar el desempeño del guía midiendo el uso de las técnicas operativas, comunicativas, de interpretación patrimonial y otros elementos que determinan el éxito de la actividad de guiaje turístico. Además, se propone la aplicación de otros instrumentos como encuestas a guías de turismo para contrastar resultados.

1-4-4 Elaboración de guion.



Ilustración 7. Elaboración de guion

Se sugiere contemplar y definir los siguientes momentos de la experiencia turística:

- ✓ **Definir el nombre de la experiencia:** de manera participativa, los anfitriones pueden elegir un nombre que guarde relación con el tema, preferiblemente que sea fácil de traducir a otros idiomas, especialmente al idioma inglés y que sea contagioso.
- ✓ **Resumen de la experiencia:** es necesario que en esta parte sea explicado brevemente en que consiste el tour experiencial (podemos considerarlo una breve introducción al tour)
- ✓ **Definir el tiempo de la experiencia:** Es una parte muy importante del guion por tanto es necesario considerar los tiempos en cada parada para que el tour no resulte aburrido, y sea adecuado para el disfrute del visitante, la fijación del tiempo depende mucho de las actividades pensadas para cada estación y/o paradas que se realizan durante el tour, por tanto es importante evitar paradas innecesarias, y si no son muy atractivas pero necesarias entonces hacerlas lo más corto posible pero sin que se vea afectada la comodidad del cliente, por ejemplo pueden resultar incomodo hacer muchas paradas rápidas donde tienes que subir y bajar de un autobús.
- ✓ **Definir lugar donde se desarrolla la experiencia:** El lugar donde se desarrolla la experiencia debe estar definido para evitar variaciones bruscas después de tener el producto posicionado en el mercado, en este caso puede ser un lugar específico o varios lugares en un mismo trayecto.
- ✓ **Definir la llegada del turista:** Es necesario definir un punto de encuentro y horario de llegada de los turistas, esto permite que los anfitriones del tour experiencial estén listos para recibir los grupos de visitantes.
- ✓ **Actividades:** dentro del tour experiencial se pueden desarrollar diferentes actividades relacionadas con el tema, para que la experiencia sea más participativa; por ejemplo en la experiencia de música dominicana los anfitriones presentan los orígenes de los instrumentos y los turistas pueden aprender a tocar (güira, tambora y acordeón), identificar ritmos, bailar, aprender a majar cacao, plantar matas de cacao, recolectar mazorcas de cacao, cantar los cantos de labor, aprender a majar cacao en pilón entre otras actividades.
- ✓ **Definir lugar de almuerzo:** Si por el tiempo de duración del tour experiencial, se considera necesario incluir almuerzo para cada cliente, entonces se debe definir un lugar para estos fines.
- ✓ **Definir costo de experiencia:** La fijación de precio de estas experiencias se hace con base a los costos para poder establecer un margen de beneficio para los actores. Usualmente, mediante una reunión o taller se identifican los costos y se fija el precio de venta final.



Ilustración 8. Ejemplo de guion

1-4-5 Ensayo de guion



Se establecen fechas específicas para los ensayos del guion, donde se pueden identificar puntos de mejora, como: necesidad de talleres en técnica de guiado, manejo inocuo de alimentos, idiomas, servicio al cliente.

1-5. Elaborar plan de acción acompañado de un técnico, para el desarrollo de productos turísticos.

1-5-1 Identificación de necesidades para el desarrollo de productos.



Para que los turistas puedan disfrutar de los recursos, servicios y actividades es necesario que los actores que interactúan en la cadena de valor puedan identificar las necesidades mínimas para recibir turistas: capacitaciones, herramientas, infraestructura, equipamiento, señalización, publicidad, uniformes, instrumentos, paneles, entre otros. Este resultado se puede obtener mediante un ejercicio donde los participantes puedan enlistar dichas necesidades mínimas para recibir turistas y es muy importante que reciban acompañamiento técnico para estos fines.

1-5-2 Definición de responsables.

Durante una sesión del taller se identifica una persona como responsable de negocio, algunos coordinadores y actores en sitio que interactúan dentro de la cadena de valor. Por ejemplo, en la experiencia de música dominicana están; los músicos, Hacienda Cufa, jóvenes guías y el Museo Taino. Durante esta sesión también se puede elegir un responsable de promoción.

1-5-3 Elaboración del plan de acción.

Después de elegir un encargado de negocio y una persona encargada de promoción, y luego de identificar las necesidades, se puede elaborar un plan de acción de 3 a 6 meses para realizar las mejoras necesarias, dicho plan puede ser elaborado bajo dos ejes:

1. Mejoramiento de infraestructura y/o manejo de negocio.
2. Mejoramiento de promoción.

Estos se pueden realizar de manera simultánea y tanto el encargado de negocios como el de promoción, son elegidos por la unidad productiva en un taller o reunión.

1-5-4 Mejoramiento de productos.



Los productos turísticos se verán acompañados por instalaciones, servicios y actividades de recreación. Por tanto, antes de poner el producto a la disposición del usuario turístico se requiere suplir las necesidades plasmadas en el plan, estas pueden variar de acuerdo con cada sitio, pero dentro de las más comunes se encuentran: capacitación en gestión de negocios, equipamientos básicos para realizar el tour experiencial, innovación de producto, mejoramiento de infraestructura ecoturística.

1-5-5 Mejoramiento de Promoción.

Con relación al eje de promoción son varias las acciones que se pueden realizar para activar y difundir los productos de las unidades productivas, por tanto dentro de las actividades puntuales de promoción podemos mencionar: Capacitación de jóvenes encargados de promoción de cada UP en: manejo de herramientas digitales, creación de paquetes TIC, creación de perfiles en redes sociales (Facebook e Instagram, Inscripción en Google My Business y Tripavisor) creación de contenidos para digital, promoción impresa, publicidad exterior y actividades puntuales promocionales (reunión y colocación de publicidad para nicho mono-sectorial [taxistas])

1-5-6 Ejecución de viajes de familiarización

Los viajes de familiarización (en inglés *fam trips* o *fam tours*) son viajes de cortesía que se ofrecen a operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona. El objetivo de estos viajes es lograr un mejor conocimiento del producto y una relación más cercana, mejorando la comercialización a futuro. Existen dos clasificaciones de viajes de familiarización:

- ✓ Los que, son ofrecidos a operadores turísticos o agencias de viajes, para que logren familiarizarse con el destino que luego venderán y lo conozcan en su totalidad.
- ✓ Los que, ofrecidos a la prensa, con el fin de que reproduzcan las experiencias en su viaje en forma directa y detallada.

Para dar a conocer los productos turísticos, realizar negociaciones que garanticen la llegada de turistas es importante que se realicen este tipo de actividades que al mismo tiempo sirven de evaluación y como fuente de recomendaciones de parte de quienes conocen el mercado.

Estas actividades pueden llevarse a cabo por parte del Ministerio de turismo, invitando a tours operadores, agencias de viajes, influencers de turismo; también las Unidades productivas pueden coordinar las visitas directamente.

1-5-7 Ciclo de mejoramiento.

El ciclo de mejoramiento aplicado a las unidades incluye:

- Elaboración de Plan de Unidades productivas.
- Mejoramiento de Producto(experiencia).
- Actividades de Promoción.
- Recepción de turistas.
- Evaluación de resultados y plan de mejoramiento (3 meses).
- Elaboración de nuevo plan de negocios.

De todo esto solo nos falta hablar sobre los resultados y nuevos planes de negocio, pues a la medida que comenzamos a recibir turistas vamos recopilando información importante para la toma de decisiones con respecto al producto, pues por este medio podemos consultar la reacción del mercado ante nuestras ofertas, es por esto que debemos recoger informaciones relevantes como; fecha de visita, lugar de procedencia, cantidad de personas, forma de llegada (independiente, intermediación), actividad realizada, precio de venta, medio por el cual se enteraron del producto, comentarios de retroalimentación.

Estas informaciones nos pueden ayudar a entender mejor dónde debemos mejorar, qué cosas se pueden seguir potenciando y en general entender mejor el negocio, por tanto, partiendo de esto podemos armar un nuevo plan de acción por un nuevo periodo de tiempo, esto se debería estar repitiendo periódicamente, pues las mejoras deben ser continuas.

2 MANEJO DEL NEGOCIO

2-1. Identificar los elementos del reglamento interno de operación del producto o negocio, para su desarrollo y estabilidad en el mercado turístico.

2-1-1 Reglamento interno de operación, concepto.

El éxito de un negocio depende de varios factores, los que pueden ser internos y externos. Por tanto, es importante establecer las herramientas necesarias para su buen funcionamiento, ahí radica la importancia de establecer un reglamento interno y los formatos de manejo de negocio, una vez identificado el producto.

2-1-2 Propósito del reglamento: reglas y logística de operación.

- **Reglamento interno:** Este reglamento define las reglas del negocio, por tanto, cada actor debe estar de acuerdo con lo establecido y cumplirlo. Para definir este reglamento se lleva a cabo una sesión con los participantes para que puedan presentar las condiciones que exige cada uno para prestar servicios y llegar a un acuerdo colectivo.
- **Propósito:** en este caso hay dos propósitos; 1) Establecer las reglas, 2) establecer la logística de operación.

2-1-3 Alcance: entidades gestoras e integrantes de unidades productivas.

- **Alcance:** en este punto se debe definir para quienes aplica el reglamento, por ejemplo, grupo territorial, unidad productiva, actores que interactúan en el producto.

2-1-4 Responsables de la implementación, mantenimiento y cumplimiento.

- **Responsables**: especifica la organización responsable de definir el reglamento, los encargados de implementarlo, mantener y velar por su cumplimiento y los responsables de cumplir con lo establecido.

2-1-5 Documentos: guion, registro de visitantes, reporte de ventas y distribución de ingresos.

- **Documentos:** se deben especificar los documentos que serán utilizados para el buen funcionamiento de la unidad productiva con el tour experiencial, ejemplo: guion, registro de visitante, reporte de venta y distribución de ingresos.

2-1-6 Logística de operación.

Se debe describir la manera en que se estarán ejecutando las cosas para el buen funcionamiento del tour experiencial; cómo se manejarán las reservas, quienes son los responsables, cómo se hace la coordinación con los actores, costo por cada servicio, tiempos de antelación con el que deben estar los actores en el sitio para recibir a los turistas, cómo se transfiere el tour de una parada a otra, indicar la cantidad mínima de personas para iniciar un tour.

Además, se deben especificar las cosas que están incluidas por el precio del tour, por ejemplo: entradas, actividades, shows, brindis, almuerzo, así mismo se debe describir la forma en que se realizaran los pagos, por ejemplo: los pagos se realizan a cada proveedor mediante recibo, después de realizado el tour. También debe ser descrita la forma en que se deben realizar las observaciones.

2-1-7 Reservaciones y cancelaciones.

- **Reservación:** debe quedar descrita la forma en que se manejarán las reservaciones de los clientes, el porcentaje de pago que debe ser depositado por el cliente antes de realizar la excursión, ejemplo: 25% del pago total y por supuesto, el tiempo mínimo para reservar y forma de manejo de reembolso en caso de ser necesario.
- **Cancelación:** se debe determinar qué hacer en caso de que el cliente cancele el tour experiencial, por ejemplo: en algunas unidades productivas se ha establecido que en caso de que el cliente cancele la actividad no recibirá un reembolso y el dinero se destina a un fondo común.

2-1-8 Descripción de actividades y responsables en formato de tabla.

Es importante especificar brevemente las actividades y los responsables de cada una, tal como en el ejemplo

Tabla 2. Ejemplo descripción de actividades y responsables

Responsables	Actividad
Cliente	Solicita la experiencia de Música Dominicana
Encargada de Negocios	Hace la venta de la experiencia
	Recibe las reservaciones
	Informa a los actores involucrados
	Cobra a los clientes por la experiencia
	Realiza los pagos
Representante de UMPC	Avisa a los músicos y Bailarines
	Garantiza que estén media hora antes de la experiencia en sus puestos correspondientes
	Colabora con la ejecución de los pagos (recibos y deposito a la cuenta)

2-2. Manejar formatos de gestión de producto o negocio, para la toma de decisiones asertivas y efectivas.

2-2-1 Definición del formato contable.

La contabilidad es un sistema de información basado en el registro, clasificación, medición y resumen de cifras significativas que, expresadas básicamente en términos monetarios, muestra el estado de las transacciones realizadas por un ente económico contable.

Para llevar control de las actividades de la unidad productiva se deben implementar algunos sistemas que ayudarán a la hora de manejar el negocio de manera correcta, como, por ejemplo, formatos contables que permitan llevar control del total de clientes recibidos, ingresos, gastos, libro diario. También deben llevarse los registros de visitantes, taxistas y guías turísticos. (Ver formatos anexos)

2-2-2 Identificación de cada uno y su uso.

Un ingreso es la remuneración total percibida por un trabajador durante un periodo de tiempo, como compensación a los servicios prestados o al trabajo realizado y se ve así: comisión, horas extras, entre otros.

Para el manejo de los ingresos de las unidades productivas es recomendable el uso de un formulario que permita llevar un control de dichos ingresos, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 3. Formulario de ingresos de las unidades productivas

Nombre de la Unidad Productiva _____				
Suplidor	Cantidad de clientes	Total de clientes Gratis	Precio	Total
				$0.00
				$0.00
Total				$0.00

El pago por los servicios puede ser recibido de diferentes formas, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 4. Formas de pago

Forma de pago	Lo que necesita la UP
Transferencia	Cuenta bancaria y Boucher de la transacción
Efectivo	Recibo o factura
Cheque	Proveer nombre del beneficiario
Depósitos	Cuenta bancaria y Boucher de transacción

2-2-3 Formato de control de ingresos y gastos.

Al final de cada actividad de debe hacer la actividad de restar el total de gastos con el total de ingresos.

Tabla 5. Control de ingresos

Ingresos	Gastos	Balance
RD$10,000.00	RD$6,000.00	RD$4,000.00

20 clientes x RD$500.00

2-2-4 Formatos de control de diarios: margen neto.

El margen neto es un indicador de rentabilidad que se define como la utilidad neta sobre las ventas netas. La utilidad neta es igual a las ventas netas menos el costo de ventas, menos los gastos operacionales, menos la provisión para impuesto de renta, más otros ingresos menos otros gastos. Esta razón por sí sola no refleja la rentabilidad del negocio.

La siguiente tabla es un ejemplo para hacer cálculo de ingresos menos gastos de operación:

Ingresos por venta	$0.00

Tabla 6. Control de gastos

Gastos	Total	
Pagos por servicio de guiado		$0.00
	$0.00	
	$0.00	
Pagos por servicio de almuerzo		$0.00
	$0.00	

	$0.00	
Total, de gastos por servicios de transporte.		$0.00
	$0.00	
Total, gastos en Combustible		$0.00
	$0.00	
	$0.00	
Total, gastos en Refrigerio		$0.00
	$0.00	
	$0.00	
Total, otros gastos		$0.00
Total:		
Balance neto:		

2-2-5 Control de reservas y cancelaciones.

Es necesario llevar un estricto control de reservas para evitar sobreventa, dar seguimiento a los clientes, entender los requerimientos adicionales, entender la procedencia de los visitantes, para estos fines es necesario contar con un formulario de reservas, como se muestra a continuación:

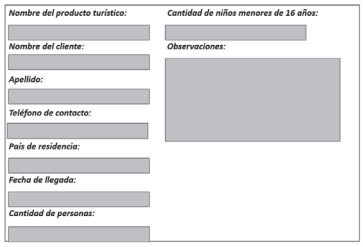


Ilustración 9. Formulario de reservas

2-2-6 Control de actividades diarias.

En contabilidad, el libro diario es aquel donde se registran todas las operaciones económicas que ocurren en una empresa en su día a día, siguiendo siempre un orden cronológico.

La función principal del libro diario es la de llevar un control de todas las operaciones económicas que se producen en la empresa, ordenándolas de manera cronológica.

Cada registro del libro diario se denomina asiento contable y, cada asiento contable, implicará una modificación en las cuentas de la empresa, ya sea en sus cuentas de ingresos, gastos o patrimonio, por ejemplo.

Tabla 7. Formato del libro diario

0 Caja Chica
4,000 Banco del Reserva

Fecha	Concepto	Detalle	Debito	Credito	Saldo	Recibo	Observacion
					4,000.00		
19/2/2020	Retiro	Compra de remo		2,000.00	2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		
					2,000.00		

2-2-7 Costo y márgenes de beneficios por actividad.

- **Definición de estrategia de precios**: El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.

Para definir el precio de productos de las unidades productivas, se analizan los costos que conlleva realizar la actividad, con base a esos costos se establece un porcentaje de utilidad necesaria para los actores involucrados, por tanto, la suma de los costos más el margen de beneficios nos arroja el precio final de venta.

2-2-8 Formato de monitoreo y análisis de visitantes, consolidado según forma de llegada.

Los datos de los visitantes a las unidades productivas deben ser recopilados cada día de tour experiencial, estos datos son tabulados mensualmente en una matriz para estos fines, cada 3 meses son analizados para la toma de decisiones con relación al producto turístico ofrecido a los turistas.

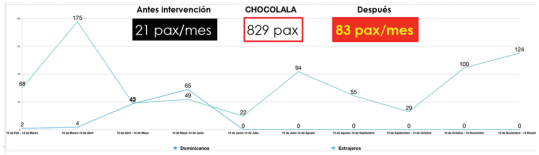


Ilustración 10. Matriz de monitoreo y análisis de visitantes

2-3. Manejar los pagos por caja chica y su reembolso, según procedimientos.

2-3-1 Manejo de caja chica:

- ✓ El custodio de caja chica será el encargado de negocios de la unidad productiva.
- ✓ El plazo para la formalización de los desembolsos provisionales es de tres (3) días laborables.
- ✓ Debe prohibirse el cambio de cheques a través del fondo de caja chica.
- ✓ Los cambios de custodio de caja chica deben ser autorizados por la máxima autoridad de la Unidad productiva o grupo territorial mediante una comunicación formal.
- ✓ Las políticas para el manejo adecuado de caja chica deben ser entregadas por escrito al responsable del manejo de esta.

2-3-2 Definición de caja chica

Constituye un fondo fijo asignado para atender pagos en efectivo por gastos menores, exclusivamente para fines institucionales; que por su naturaleza no ameritan la elaboración de una orden de compra u orden de servicio.

2-3-3 Gastos menores.

Los desembolsos de caja chica solo deben hacerse para cubrir el pago de gastos menores que no sean gastos personales. Tales como, cubrir gasto de combustibles, materiales gastables e insumos, reparaciones menores y labores realizadas en un periodo establecido.

Los montos de cada desembolso no pueden exceder el 20% del monto total del fondo aprobado para la caja chica. Si lo excede, el monto debe salir de la cuenta bancaria para realizar el pago en efectivo o por transferencia bancaria.

2-3-4 Establecimiento del fondo fijo.

A través de la Junta Directiva de la Unidad productiva o grupo territorial se podrá autorizar la creación de un fondo de caja chica, una vez que se haya realizado un análisis de las necesidades de esta. El monto del fondo de caja chica se establece de acuerdo con las necesidades de la Unidad productiva o grupo territorial con previa autorización del presidente de la organización.

Este monto fijo es asignado para adquirir bienes, materiales y/o servicios en forma ágil y libre, los cuales reúnen como características especiales lo siguiente:

- ✓ Son de carácter urgente.
- ✓ Son por bajo monto (gastos menores)
- ✓ Son por conceptos contemplados en las partidas presupuestarias autorizadas a ejecutar a través de fondos de caja chica.

2-3-5 Formatos necesarios para el control de caja chica.

Para los desembolsos provisionales de caja chica se debe completar el formulario Desembolso Provisional de Caja Chica (Formulario de desembolso), firmado por el custodio de caja chica y la persona solicitante y su número de cedula.

Para los desembolsos definitivos se debe completar el formulario pre-numerado Desembolso de Caja Chica, el cual deberá ser firmado por el custodio de caja chica y la persona que recibe el desembolso y su número de cedula.

Cada desembolso debe estar avalado por las facturas o documento que avale el descargo (recibo de pago y copia de documento de identificación) correspondientes.

Tabla 8. Formato de desembolso

DESEMBOLSO PROVISIONAL DE CAJA CHICA
Unidad productiva_____

Fecha _____

Páguese a_____

La suma de _____

_____RD$_____

Por concepto de _____

Entregado por: _____

Recibido por: _____ Cedula No._____

2-3-6 Uso de los fondos de caja chica.

El custodio de caja chica:

1. Recibe petición de desembolso de caja chica.
2. Analiza la solicitud para validar que procede según las políticas establecidas. Identifica el tipo de desembolso, si es:
   a) Un desembolso provisional, continúa al paso #3.
   b) Un desembolso definitivo, continúa al paso #5
3. Completa Formulario de desembolso provisional de caja chica (formulario de desembolso), informa que en tres (3) días laborables debe entregar factura que avale el desembolso, y entrega monto.
4. Recibe factura, completa formulario de comprobante de desembolso de caja chica, requiere firma de la persona correspondiente, y elimina comprobante provisional.
5. Recibe factura, completa formulario de comprobante de desembolso de caja chica, requiere firma de la persona correspondiente y entrega monto.
6. Archiva comprobante en secuencia numérica, con su factura.

2-3-7 Reembolso de la caja chica.

Se debe solicitar la reposición del fondo de caja chica cuando el importe gastado alcance o exceda el 70% del monto total del fondo aprobado para la caja chica. Ejemplo: si la caja chica es de 5,000 pesos cuando se gasten 3,500 este monto debe ser repuesto para volver a completar los 5,000.

2-3-8 Arqueo de la caja chica.

El arqueo es un conteo que se realiza en un momento determinado tanto del efectivo como de las facturas y/o recibos originales existentes en el fondo, debiendo ser la sumatoria de los mismos coincidente con el monto asignado al fondo de caja chica.

El fondo de caja chica debe ser arqueado periódica y sorpresivamente por el auditor interno o por cualquier otro departamento u organismo que sirva de control financiero.

Es responsabilidad del presidente y el tesorero de la Unidad Administrativa velar por el cumplimiento de estos controles.

2-3-9 Sobrantes y faltante de caja chica.

Para los casos en que el monto definitivo del gasto sea mayor al avance provisional se procede a entregar el monto excedente y cuando el monto definitivo del gasto sea menor recibe devolución y completa comprobante definitivo de desembolso de caja chica por el valor real gastado.

Debe seguirse fielmente la secuencia numérica de los comprobantes. Los comprobantes anulados deben dejarse como constancia de la secuencia y escribirles "NULO".

Las facturas no deben ser fraccionadas cuando excedan el monto límite por desembolso, en caso de facturas que excedan, deberán ser pagadas vía solicitud de pago por cheque.

2-4. Manejar cotizaciones, reservas, órdenes, facturas y otros documentos comerciales, según procedimientos.

2-4-1 Concepto de documentos comerciales.

Los documentos comerciales son las constancias escritas de cada una de las operaciones por la empresa. En la primera etapa del sistema de información contable, el soporte de entrada es un comprobante. La misma comprueba que de acuerdo con la transacción realizada la empresa existe y respalda el registro efectuado en los libros del comercio.

Los documentos se presentan generalmente en talonario, numerados, con duplicados, en textos impresos con desterminados datos y espacios en blanco para completar de acuerdo con cada circunstancia. Se confeccionan por duplicado o triplicado, para que cada una de las personas que intervienen en la operación tenga un ejemplar. Están numerados para evitar la desaparición de alguno de ellos.

2-4-2 Tipos de documentos:

La documentación es de vital importancia en la vida comercial ya que es utilizada especialmente para:

- ✓ Comprobar la operación realizada.
- ✓ Control de la empresa.
- ✓ Servir de base para el registro contable al que respondan.
- ✓ Ser utilizados como medio de prueba en juicios y en inspecciones fiales.

Dada su importancia los documentos comerciales deben ser conservados por la empresa durante 10 años, contados a partir de la fecha de su emisión (confección). Se conservan en archivos ordenados por fecha u otros criterios.

2-4-3 Cotizaciones.

Una cotización es un documento contable en donde se detalla el precio de un bien o servicio para el proceso de compra o negociación. A este proceso también se le conoce como presupuesto y es cuando un cliente pide a cierta empresa que le indique el valor de un pedido de mercancía.

Una cotización puede contener los siguientes elementos: logo, número de registro nacional de contribuyente (RNC), dirección, teléfono, correo electrónico de la Unidad productiva o grupo territorial , fecha, número secuencial de cotización, nombre y contacto del cliente, cantidad, descripción del producto o servicio ofrecido por la Unidad productiva o grupo territorial , precio, descuento aplicable, total y firma autorizada de la persona que autorizada para expedir la cotización más el sello de la empresa.

En la cotización también se puede especificar la forma de pago al momento de la compra y el tiempo por el cual es válida dicha cotización.

A continuación, un ejemplo de cotización:



Ilustración 11. Ejemplo cotización

2-4-4 Reservas

La reserva es el acuerdo entre cliente y proveedor según el cual el primero se compromete a pagar un precio determinado por un producto o servicio al segundo.

Estas reservas pueden ser respaldadas por un porcentaje del pago total ejemplo; un 30% del pago final.

2-4-5 Facturas y comprobantes de pago.

Una factura es un documento donde se fija el precio de la mercancía o servicio entregado al cliente. En algunos casos sirve, además, como propio contrato de venta. Sobre ellas deben señalarse claramente las partes compradoras y vendedoras, con sus direcciones, teléfonos y correos electrónicos y la descripción de los productos de acuerdo con la descripción exacta sobre la que convengan las partes.

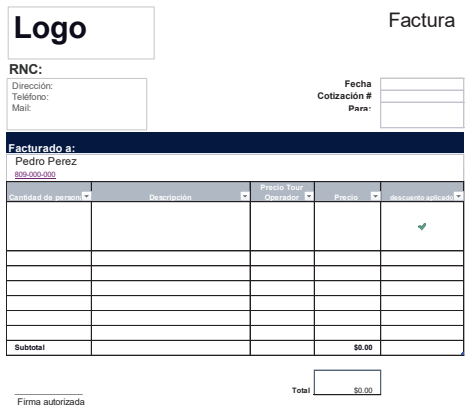


Ilustración 12. Formato de factura

2-4-6 Boucher de tarjetas de crédito, si aplica.

Para recibir pagos con tarjeta de crédito o débito es necesario estar vinculado a una compañía de transacciones y pagos electrónicos como son los casos de cardnet y azul, las cuales ofrecen soluciones para que puedas recibir tus pagos con tarjetas y pagos móviles en tu negocio.

Regularmente los pasos para recibir un pago usando la terminal para estos fines son los siguientes:

1. Presionar la opción venta.
2. Ingresa el monto total a cobrar, luego presiona *enter*.
3. Desliza la banda magnética de la tarjeta, presiona los últimos 4 dígitos de la numeración de la tarjeta. Si es una tarjeta con chip solo se inserta el chip y se descarta el uso la banda magnética.
4. Si la transacción es aprobada se imprime el *boucher*, luego se imprime una copia para entregarla al cliente. El *boucher* debe ser firmado por el cliente se así se requiere.

Cada cierto tiempo la unidad productiva o grupo territorial debe realizar un cierre de terminal el cual se hace buscando la segunda pantalla del equipo y presionando la opción cierre, la terminal imprime el cierre con el monto total, es necesario verificar que el monto impreso es el mismo que aparece en pantalla y luego presionar la techa *enter*, finalmente se imprime el comprobante indicando que el cierre fue satisfactorio.

2-4-7 Descuento.

El descuento es una reducción o disminución en el precio de un objeto o de un servicio. De este modo, el descuento es presentado como un beneficio para el comprador, pero para esto no es necesario que el vendedor pierda dinero, es necesario asegurarse que la unidad productiva o grupo territorial no están perdiendo dinero a la hora de realizarlo.

Regularmente los descuentos se hacen a intermediarios formales (Agencias de viajes, tour operadores) que mueven grandes volúmenes de clientes, el porcentaje puede ir desde un 12% a 25%. También los descuentos pueden ser ofrecidos a determinados clientes, generalmente como recompensa por su fidelidad.

2-5. Monitoreo y evaluación periódica de negocio para mejoramiento y toma de decisiones.

2-5-1 Monitoreo, análisis y mejoramiento, decisión del negocio

En un negocio el sistema de monitoreo y evaluación determina si la organización usa sus recursos y su estrategia de promoción de manera eficiente y efectiva. El sistema recolecta la información, evalúa el desempeño y lo compara con lo planificado.

Mientras mejor sea el sistema de monitoreo y evaluación, más efectiva y competitiva será la organización. Tener un buen sistema de monitoreo y evaluación empieza con desarrollar el sistema que sea más adecuado para tu organización.

2-5-2 Tipo y utilidad de datos para monitoreo/análisis/mejoramiento/decisión

Para llevar a cabo este monitoreo necesitamos recolectar una serie de datos que serán generados por visitas tantos a las redes sociales como a nuestro negocio y las ventas. Nos apoyaremos de un cuadro de monitoreo que recabará la información diariamente por cada visita realizada.

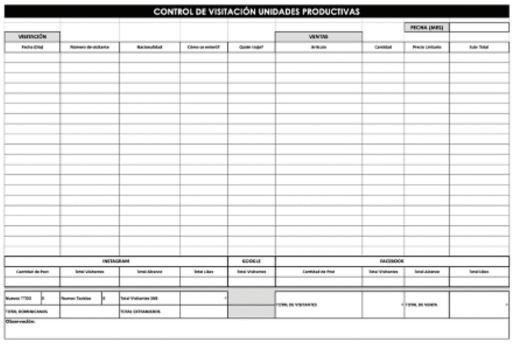

CONTROL DE VISITACIÓN UNIDADES PRODUCTIVAS

Ilustración 13. Control de visitación unidades productivas

2-5-3 Cantidad de visitantes en medios digitales

Uno de los principales objetivos cuando creamos las redes sociales para nuestro negocio es incrementar los seguidores, me gustas o fans. Estos visitantes pueden convertirse en futuros fieles compradores de nuestros productos. Las visitas a tus redes sociales es uno de los parámetros más importantes a medir cuando lanzas una campaña de marketing digital. Algunos ítems a considerar:

- **Alcance**: Se trata del número de personas físicas a las que les aparece la publicación. Para medir el alcance en las redes sociales se debe tener en cuenta que, este incluye tanto a aquellas que interactúan con las publicaciones como aquellas que no lo hacen.

  El número de personas a las que les aparece una publicación o página de manera natural se conoce como alcance orgánico, y en él se incluyen los seguidores propios de la marca y los seguidores de estos que interactúan con el contenido. Al invertir dinero es pauta para aparecer a un público mayor o más específico (mediante promociones), se aumenta el alcance y este se conoce como alcance de pago.

- **Cantidad de post:** Un post se traduce en español como publicación, su objetivo es transmitir una idea o información con palabras, imágenes o videos esperando una respuesta de parte del público que la visualice.
- **Ventas**: Se trata de todas las actividades que llevan al intercambio de un bien o servicio por dinero.
- **Cantidad de visitantes a Unidades Productivas:** Un visitante en este caso es una persona que llega a nuestro negocio con la finalidad de obtener los servicios que ofrece.
- **Visitante a través de nuevos TTOO y/o TAXISTAS:** Este visitante en este caso es una persona que llega a nuestro negocio a través de intermediarios ya sea tour operadores y/o taxistas.



3 PROMOCIÓN AUTÓNOMA

3-1. Identificar los fundamentos de promoción para la mejora de su producto turístico.

3-1-1 Definición de promoción

La promoción dentro del marketing tiene como objetivo: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

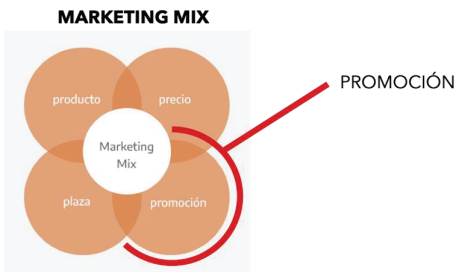


Ilustración . Marketing mix

3-1-2 Identificación del encargado de promoción.

Para el desarrollo de este proceso se identificará un candidato dentro del negocio que cumpla mínimamente con las competencias exigidas para el puesto de encargado de promoción, el cual estará encargado de realizar las actividades de este índole bajo la supervisión del encargado de negocios. Dentro de las competencias exigidas para su puesto están: manejo del computador, conocimiento de excel, manejo de teléfonos inteligentes.

3-1-3 Concepto de Estrategia

La estrategia de marketing debe estar encaminada a que cada unidad de negocios cumpla con sus objetivos, para ellos es necesario:

1) La selección del mercado meta al que desea llegar.
2) La definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta.
3) La elección de la combinación o mezcla de marketing (producto, plaza, precio y promoción) con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta.
4) La determinación de los niveles de gastos en marketing.

3-1-4 Identificación de la estrategia de promoción (TIC u otras).

Cuando hablamos de estrategias dentro de un plan de marketing, nos referimos a un conjunto de decisiones sobre acciones y recursos a utilizar que nos permitirán alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización de la forma más efectiva.

El desarrollo de las TIC, Tecnologías de la Información y Comunicación, está modificando la forma en que las empresas aplican las diferentes estrategias de marketing, tanto desde el punto de vista de la

venta como de la gestión de la empresa antes y después del proceso de venta, de la relación de la empresa con sus clientes y de su relación con otros agentes del entorno, así como de los propios elementos que componen la empresa.

El desarrollo de las TIC ha generalizado el comercio electrónico (compra-venta de bienes y servicios por medios electrónicos) y hoy por hoy existen 3 tipos de comercio electrónico:

- **El Comercio de empresa a empresa**: También conocido como B2B (business to business) se realiza íntegramente en internet, entre dos empresas diferentes. Ej: intercambio de materias primas o de mercancías, relación empresa proveedora – empresa cliente.
- **El Comercio de empresa a consumidor**: También conocido como B2C (business to customer) es el más común, en el que el consumidor compra un determinado producto o contrata un servicio a una empresa. Ej: Amazon, AliExpress, entre otros.
- **El Comercio de consumidor a consumidor:** También conocido como C2C (customer to customer), un usuario ofrece y vende un producto que ya no utiliza. Ej: eBay, Vibbo, Wallapop, entre otros.

3-1-5 Ejemplos de la aplicación de las TIC al marketing-mix:

La comunicación y las formas de hacer publicidad han cambiado significativamente. Si deseamos llegar al conjunto de la población, deberemos realizar publicidad a través de internet, de diferentes medios de comunicación online, a través de nuestra propia página web, a través de las redes sociales: facebook, instagram, twitter, entre otros. Para ello, en muchas empresas ha surgido la figura del Community manager.

Actualmente, se puede ver como las TIC complementan cada una de las fases del marketing mix:

- ✓ TIC e investigación de mercados.
- ✓ TIC y política de producto.
- ✓ TIC y política de promoción.
- ✓ TIC y política distribución.
- ✓ TIC y política de precios.

3-2. Utilizar y manejar las redes sociales Facebook e Instagram, según indicaciones técnicas.

3-2-1 Identificación de los paquetes de redes sociales

Identificar cuál es el conjunto de herramientas digitales que sirven para la ejecución de campañas de promoción y como canal de comunicación en las unidades productivas. Este paquete está compuesto por los siguientes elementos:

- ✓ Página de Facebook
- ✓ Página de Instagram
- ✓ Perfil en Tripavisor
- ✓ Página en Google MyBusiness (Google Map)

3-2-2 Redes sociales y público a fines

Tradicionalmente, una red social se ha definido como un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí, sea por temas comerciales, amistad, trabajo, parentesco, entre otros. Las redes sociales como nosotros las conocemos, permitieron que esos conjuntos de personas se encontraran en un entorno virtual, convirtiéndose en sitios digitales conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común.

Y es que, en sus comienzos, los sitios web solo permitían una comunicación unidireccional y muy poca interacción. Hoy, las redes sociales le dan el protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos conforman. Estos sitios facilitan la comunicación entre las personas, el intercambio de información (como fotos, videos y más) y les permiten conocer gente nueva, ampliando aún más su red.

Piensa en los grupos de amigos que tienes, sean de la universidad, del trabajo o tu familia. Cada uno de esos grupos es una red social que tienes. Parece poco cercano a como vemos las redes sociales actualmente ¿No es así? Aunque esta premisa continúa viva dentro de ellas. Al final, la principal función de una red social es **conectar personas dentro del mundo virtual,** sea para construir nuevas conexiones sociales o solo para mantener las existentes.

Es innegable el éxito alcanzado por las redes sociales que conocemos, como Facebook y WhatsApp. Difícilmente logramos imaginar nuestras interacciones sociales sin su presencia y eso muestra la fuerza de estas plataformas.

Dentro de ellas podemos destacar:

1. Facebook: La red social más utilizada tanto por hombres como mujeres de todas las edades, aunque es cierto que la actividad en ella es llevada a cabo por población más bien adulta. Las posibilidades que nos aporta Facebook ads a la hora de segmentar por edad, género, zona, aportan gran potencial de difusión para las campañas. Asimismo, su poder para crear eventos, grupos y por supuesto páginas, son el mayor atractivo de esta red.

2. Instagram: La App de moda. Allí se puede sacar partido en temas de relaciones y comunidad pues es el reino de influencers o instagramers y conlleva una carga visual significativa. Su público es más joven y desenfadado, por lo que no estaría muy indicado para públicos con perfiles muy serios. Las marcas de moda o artículos de belleza, joyería, productos personalizados son amigos de esta plataforma.

3. Tripavisor: Se define como la plataforma de viajes más grande del mundo con 490 millones de viajeros mensuales, que les ayuda a realizar su viaje gracias a los más

de 760 millones de comentarios y opiniones que pueden consultar sobre alojamientos, restaurantes, experiencias, vuelos y cruceros.

4. Google My business: En cada ficha de Google My Business podrás ver un mapa que localiza tu negocio en una dirección determinada. Este mapa incluye varios botones que funcionan como call to action (llamados a la acción) para que tus clientes se contacten con la marca o visiten sus instalaciones. El hecho de tener una ficha en Google My Business con los detalles de tu negocio puede hacer que tu empresa destaque y convierta esas búsquedas en clientes. En Google se realizan 3,8 millones de búsquedas cada minuto

Para información más detallada sobre promoción digital, véase el manual de promoción digital para negocios comunitarios.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Objetivos del TCS 0
Ilustración 2. Formato de evaluación de la intervención TCS 1
Ilustración 3. Ciclo del marketing 2
Ilustración 4 Relación de 4P y 4C de Marketing 3
Ilustración 5. Formato para Publicidad con el Uso de AIDMA 7
Ilustración 6. Resumen de Análisis 3C 9
Ilustración 7. Elaboración de guion 10
Ilustración 8. Ejemplo de guion 12
Ilustración 9. Formulario de reservas 20
Ilustración 10. Matriz de monitoreo y análisis de visitantes 21
Ilustración 11. Ejemplo cotización 25
Ilustración 12. Formato de factura 26
Ilustración 13. Control de visitación unidades productivas 28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ejemplo representativo de las Cuatro "P" 3
Tabla 2. Ejemplo descripción de actividades y responsables 17
Tabla 3. Formulario de ingresos de las unidades productivas 18
Tabla 4. Formas de pago 19
Tabla 5. Control de ingresos 19
Tabla 6. Control de gastos 19
Tabla 7. Formato del libro diario 21
Tabla 8. Formato de desembolso 23

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

Ministerio de Turismo República Dominicana · INFOTEP · JICA

添付資料12

テリトリアル・グループの形成と強化に関するマニュアル
（要約：和語／本文：西語）

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales

con base en la experiencia del Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible.

Febrero de 2022

Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales con base en la experiencia del Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible

Elaborado por:
Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible basado en la Comunidad en la Región Norte

Ministerio de Turismo (MITUR)
Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)
Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

República Dominicana

Febrero de 2022

Manual para la conformación y el fortalecimiento de Grupos Territoriales con base en la experiencia del Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible

Tabla de contenido

Acrónimos *6*
INTRODUCCIÓN *1*
Parte I. Organización de Gestión Territorial. Concepto general *3*
Capítulo 1. Organización de Gestión de Destino (OGD) 3
1.1 Definición de Organización Gestión de Destino (OGD) 3
1.2 Funciones de las Organizaciones de Gestión de Destino 5
1.3 Puntualizaciones en torno al concepto de OGD 5
Capítulo 2. Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana 7
2.1 Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana 7
2.2 Evolución histórica de las organizaciones de desarrollo turístico de destinos 8
Parte II. Grupos Territoriales (GT) *13*
Capítulo 1: Definición y función de Grupo Territorial 13
1.1 Definición del Grupo Territorial 13
1.2 Funciones del Grupo Territorial 14
1.3 Etapas de evolución 14
1.4 Componentes y roles 15
1.5 Alcance territorial de los grupos territoriales 16
1.6 Grupo territorial y cadena de valor 18
Capítulo 2. Claves para la conformación y fortalecimiento de un grupo territorial 19
Capítulo 3. Metodologías para la conformación de los grupos territoriales 34
3.1 Proceso de creación de un grupo territorial 34
3.2 Explicación de los procesos 34
Capítulo 4. Rutas y circuitos: una forma de encadenamiento en el territorio 45
4.1 Grupos territoriales y encadenamiento a través de rutas y circuitos 45
4.2 Rutas temáticas 45
4.3 Circuitos temáticos 46
4.4 Hacia la sostenibilidad de estos encadenamientos territoriales 48
4.5 Otros beneficios del encadenamiento productivo 49
Parte III. Entidades gubernamentales aliadas *50*
Capítulo 1: Importancia de las entidades gubernamentales 50
Capítulo 2: Ministerio de Turismo (MITUR) 50
2.1 Funciones del MITUR en los destinos turísticos 50
2.2 Oficina de Gestión de Destino 51
Capítulo 3. Otras entidades aliadas 52
3.1 Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) 52
3.2 Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD) 53
3.3 Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Mimarena) 54
3.4 Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) 54

3.5 Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC) 55
Índice de tablas *57*
Índice de ilustraciones *57*
Referencias *58*

Acrónimos

Adepe	Asociación para el Desarrollo de la Provincia Espaillat, INC
Adelva	Agencia de Desarrollo Económico Local de Valverde
Adetda	Agencia de Desarrollo Económico Territorial de Dajabón
Amamiel	Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel
AHRB	Asociación de Hoteles Romana-Bayahibe
BID	Banco Internacional de Desarrollo
CNC	Consejo Nacional de Competitividad
CNOE	Cibao Noroeste
CDES	Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago
Codejan	Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte
DMO / OMD	Destination Marketing Organization / Organización de Marketing de Destino
DMO / OMD	Destination Management Organization / Organización de Manejo de Destino
EE.UU.	Estados Unidos de América
END	Estrategia Nacional de Desarrollo
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
GT	Grupo Territorial
Infotep	Instituto de Formación Técnico Profesional
ISO	Organización Internacional de Normalización
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
MAC	Mapeo de Actores
MITUR	Ministerio de Turismo
Mepyd	Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo
Mipyme	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
MICM	Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes
Mimarena	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
OGD	Organización de Gestión de Destino
OMT	Organización Mundial del Turismo
OPT	Oficina de Promoción Turística
ONG	Organización No Gubernamental
POT	Plan de Ordenamiento Territorial
TCS	Turismo Comunitario Sostenible
RD	República Dominicana
Turissopp	Proyecto Turismo Sostenible Basado en la Participación Público-Privada para la Provincia de Puerto Plata
UP	Unidad Productiva
UMPC	Unidad Municipal para Patrimonio Comunitario

INTRODUCCIÓN

Desde el 2016, el Ministerio de Turismo (MITUR), el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD), junto a la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) han implementado el **Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Desarrollo del Turismo Sostenible basado en la Comunidad en la Región Norte (de ahora en adelante, Proyecto Turismo Comunitario Sostenible - TCS)**. El objetivo fundamental es fomentar la diversificación económica rural y la oferta turística en la República Dominicana.

Para estos fines se desarrolló la *Estrategia de fomento de Turismo Comunitario Sostenible (TCS) de la Región Norte de la República Dominicana* compuesta por seis estrategias.

Estrategia 1	Desarrollar diversos productos turísticos y fortalecer los negocios turísticos utilizando los recursos locales.
Estrategia 2	Desarrollar las marcas territoriales para aumentar el valor de las comunidades locales.
Estrategia 3	Fortalecer la promoción para mejorar el posicionamiento de TCS en mercados estratégicos aprovechando las ventajas de las TIC.
Estrategia 4	Fortalecer el desarrollo de los recursos humanos para promover TCS en varios niveles.
Estrategia 5	Mejorar el mecanismo de apoyo y fortalecer la gobernanza.
Estrategia 6	Crear un ambiente seguro y mejorar la resiliencia del turismo.

Este manual corresponde a la estrategia 2: «Desarrollar las marcas territoriales para aumentar el valor de las comunidades locales», recoge la sistematización de las experiencias del Proyecto de TCS durante su implementación en la región del Cibao, impulsando el desarrollo turístico en el territorio por parte de la propia comunidad.

Es por tanto una guía, cuya intención es apoyar la continuidad de los esfuerzos realizados. Explicando y sistematizando los procesos seguidos para la articulación de los destinos turísticos y su desarrollo, potenciados por la participación de los actores locales y la conformación de los llamados **Grupos Territoriales (GT)**.

Va dirigido fundamentalmente a los técnicos y facilitadores en turismo, en planificación y gestión en desarrollo comunitario y otros, para que sean de su conocimiento las experiencias que, desde hace varios años, se están desarrollando en materia de gestión de espacios turísticos o destinos, junto al sector privado y las comunidades. Es una herramienta de orientación para el Ministerio de Turismo y sus funcionarios, en todo lo relativo a la articulación de los actores locales en los destinos a fin de integrarlos en los procesos de gestión. Puede, además, ser utilizado por la academia o el sector privado, para que, desde otro ámbito o posición, se entiendan los alcances y aproximaciones a la gestión del territorio y se conviertan en los catalizadores de la Organización de Gestión de Destino (OGD) en la República Dominicana.

Este texto busca ser de utilidad para que técnicos en turismo y otros interesados pueden impulsar la gestión de destinos desde una óptica abierta, participativa y horizontal en respuesta a las tendencias sociales del presente siglo y en respuesta a los mandatos institucionales del marco legal de la República Dominicana (Ley Orgánica 1-12 de Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 END 2030; Ley 176-07 del

Distrito Nacional y los Municipios).

Una primera parte de este documento, titulada «Organización de Gestión de Destinos», recoge los aspectos conceptuales internacionales relacionados a la gestión de destinos turísticos y las experiencias que en esta materia se han desarrollado en la República Dominicana. La segunda parte referida a los «Grupos Territoriales», presenta el grupo territorial como un modelo de organización local de gestión del territorio turístico, que se ha aplicado en áreas en proceso de desarrollo turístico y donde se comienza con la creación del valor territorial y de sus recursos. Un modelo introducido por el Proyecto TCS en las 14 provincias del Cibao. La tercera y última parte se refiere a las «Alianzas estratégicas» que plantea los lineamientos para la continuación de estas iniciativas promoviendo alianzas entre las diversas entidades del gobierno dominicano, así como con otras entidades del sector privado o de la cooperación internacional.

Parte I. Organización de Gestión Territorial. Concepto general

Capítulo 1. Organización de Gestión de Destino (OGD)

1.1 Definición de Organización Gestión de Destino (OGD)

(1) Destino Turístico

Para entender lo que es una Organización de Gestión de Destino (OGD) debe partirse del concepto de **destino turístico** definido como:

«un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.» (Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2019, p.15)

Por su parte, el Instituto de Estudios Turísticos de España lo define como «el ámbito donde se realizan la mayor parte de las actividades de producción y consumo y donde se producen la mayoría de los efectos geográficos, económicos y culturales del turismo». (Barrado, 2004, p.45)

Existen interpretaciones del concepto y de acuerdo con el «Teoría de los Clústeres» de Michael Porter, lo cual consideran como un sistema, de gran complejidad porque sus eslabones pueden localizarse en cualquier lugar del planeta. Un clúster, desde la teoría de Porter, en cualquier sector productivo implica la existencia de empresas y de instituciones, pero también del «conjunto de relaciones y de cadenas de valor» que se establecen entre los agentes existentes (*Ibid*, p.53). Por tanto, de acuerdo con esta teoría un destino sería una relación sistémica entre una multitud de componentes, tanto de tipo sectorial como territorial.

- ✓ Los servicios prestados por empresas y negocios turísticos;
- ✓ Las relaciones entre esas empresas;
- ✓ La experiencia vacacional del turista;
- ✓ Las infraestructuras de acceso;
- ✓ Transporte junto al resto de los servicios e infraestructuras complementarias;
- ✓ Servicios de apoyo;
- ✓ Los recursos naturales y culturales;
- ✓ Las políticas institucionales, entre otras.

(2) ¿Qué es la Gestión de Destinos Turísticos?

La Gestión de un Destino Turístico debe partir de una visión holística e integral que va desde lo geográfico (el espacio); pasando por elementos de coordinación entre los actores vinculados a la cadena de valor; así como a elementos relacionados con la satisfacción y disfrute del turista en el destino; desarrollo de productos; monitoreo de indicadores de desarrollo sostenible; promoción, entre otros. Considerando además actividades que, siendo parte de la experiencia no se desarrollan propiamente en el espacio turístico (ejemplo: los procesos de comercialización que, en el siglo XXI, se están realizando, incluso vía aplicaciones de celular, en los más recónditos rincones del mundo).

La OGD es un sistema de coordinación público-privado, que posee la capacidad de decisión, con fundamento técnico y gestión ejecutiva de poder impulsar programas, proyectos y estrategias para el desarrollo de un territorio específico, con el objetivo de lograr una estructura formal de gestión y planificación de un destino turístico (Swisscontact, 2014, en: Larrea, 2020).

Este proceso de gestión puede ser desarrollado desde múltiples ámbitos, lo privado, lo público, lo público – privado – comunitario, contando cada modalidad con las características y funciones propias de cada sector.

El modelo de organización más utilizado, en la actualidad y a nivel mundial, en el ámbito de la gestión de destinos es la Organización de Gestión de Destino (OGD) que funge como ente articulador, coordinador, diseñador e implementador de estrategias y planificador del desarrollo del destino. Este esquema organizacional puede ser público, privado o mixto, siendo la fórmula adaptable a la realidad y necesidad socioeconómica – cultural de cada territorio.

Una estructura de OGD puede convertirse, en mediano o largo plazo, en la respuesta para el fomento del proceso de diversificación del turismo y sobre todo al desarrollo sostenible de la actividad turística en el país. Este modelo permite la participación amplia de los actores locales siguiendo procesos de planificación, articulación, y participación sistemática, visualizando el territorio como un todo.

Según la UWWTO una OGD es la principal entidad organizativa pudiendo formar parte de ella diversas autoridades, agentes y profesionales, y facilita las alianzas dentro del sector turístico con miras a un proyecto colectivo para el destino (2019, p.17)

Entre las características principales de las OGD podemos enunciar las siguientes:

- Liderazgo organizacional en un grupo público - privado a través de la participación de organismos gubernamentales, gremios del sector privado y empresarial y de la comunidad local.
- Utilización de herramientas e instrumentos de planificación desarrolladas de manera conjunta y con financiamiento a través de la coordinación de aportes del sector público y privado.
- Conformación de una estructura de gestión profesionalizada y orientada al cumplimiento de objetivos estratégicos, cooperación internacional, con aporte al desarrollo e investigación del territorio (Larrea, 2020).

(3) Beneficios de las OGD en los territorios turísticos.

Entre los beneficios territoriales de la implementación o desarrollo de una OGD se pueden considerar los siguientes:

- Crecimiento en la competitividad del destino y la zona.
- Apoyo al desarrollo de medianos y pequeños emprendimientos turísticos locales.
- Generación de sostenibilidad en el territorio turístico.
- Integración y participación de los actores locales en el manejo del desarrollo turístico del territorio en general.

1.2 Funciones de las Organizaciones de Gestión de Destino

Entre las funciones principales de las OGD dentro de un determinado territorio según la Organización Mundial del Turismo (2019), se incluyen las siguientes:

- La planificación estratégica.
- La formulación (o participación en el proceso de formulación) y aplicación de la política turística del destino.
- La inteligencia de mercados (recopilación y análisis de datos, estudios de mercado, entre otras.).
- El desarrollo de productos y negocios turísticos.
- La digitalización y la innovación.
- La supervisión.
- La gestión de crisis.
- La formación y el fortalecimiento de las capacidades (no solo de sus recursos humanos, sino también respecto a la prestación de actividades formativas y de fortalecimiento de las capacidades para los profesionales locales del turismo).
- La promoción, el marketing y la creación de marca.
- La financiación y el fomento de las inversiones.

Las OGD en la actualidad se han constituido como un instrumento eficaz para desarrollar un modelo de turismo responsable, generador de fuentes de empleo y divisas en un determinado territorio, su adecuado manejo dependerá de la capacidad de gestión por parte de los actores y sectores involucrados (Larrea, 2020).

1.3 Puntualizaciones en torno al concepto de OGD

Las Organizaciones de Gestión de Destinos (OGD) se traducen en inglés como *Destination Marketing/Management Organization (DMO).* Aunque en español aún solo existe una denominación debido a que es un término relativamente nuevo, en inglés se podría diferenciar en dos tipos según su carácter de la organización.

A. Destination MARKETING Organization (Organización de Marketing de Destinos): enfocadas en el diseño y promoción de los productos turísticos y del territorio mismo.

B. Destination MANAGEMENT Organization (Organización de Manejo de Destino): cuyas siglas serían las mismas, pero cuyo alcance es mucho mayor dado que trabaja en los planes de ordenamiento, usos de suelo, reglamentaciones y políticas sectoriales, además de lo relacionado al desarrollo de productos y a la promoción.

A continuación, presentamos dos casos que sirven de ejemplo:

Tabla 1. Ejemplo de Destination Marketing Organization (DMO) enfocado en marketing

Caso de tipo A	**Desde la perspectiva de *MARKETING* del territorio: San Agustín, Florida, Estados Unidos de América**

Existe una OGD dinámica y vibrante en una pequeña ciudad histórica del siglo XVII, llamada San Agustín, que recibe más de 6.3 millones de turistas al año. San Agustín se localiza en el estado de Florida. La OGD articula todos los negocios que viven del turismo y los organiza para desplegar diversas actividades recreativas durante todo el año. Despliega importantes esfuerzos en el diseño de producto, su promoción e incluso comercialización. Un caso claro de *Destination Marketing Organization (DMO)* dedicada al *marketing* estratégico del territorio de San Agustín.

Esta ciudad colonial, además de enfocarse en los aspectos de marketing del destino, continúa siendo parte del proceso de conservación del patrimonio histórico cultural, asume procesos de salud y trabaja en el ordenamiento del espacio turístico.



En este caso se observa la unión de esfuerzos de las empresas turísticas para impulsar la promoción del destino y el desarrollo de productos. Es una iniciativa claramente impulsada por el sector privado.

Tabla 2. Ejemplo de DMO bajo el precepto de MANEJO del territorio

Caso de tipo B	**Desde la perspectiva de MANEJO del territorio: La Rioja, España**

«Una empresa pública a través de la cual el Gobierno de La Rioja desarrolla su estrategia de promoción turística, la coordinación con los actores del sector turístico tanto públicos como privados, y el apoyo a la presencia del sector en eventos promocionales. LA RIOJA 360 GRADOS AVANZA, SOCIEDAD DE PROMOCIÓN DE LA RIOJA. S.A.U. tiene encomendada la realización de acciones de promoción y comercialización tendentes a la consolidación de la imagen de La Rioja como destino turístico, a fomentar el crecimiento de la demanda y a prestar apoyo al sector turístico empresarial».

Es el Gobierno de La Rioja quien diseña el plan estratégico de desarrollo del territorio, teniendo brazos ejecutores que pueden dedicarse al marketing de destinos. Por el alcance de la intervención, este es un ejemplo claro de DMO bajo el precepto de MANEJO del territorio.



LA RIOJA TURISMO

Gobierno de La Rioja

lariojaturismo.com

En este segundo caso se observa que el impulsor de la gestión de destinos es el gobierno, quien además tiene las funciones regulatorias y de mejora de las infraestructuras públicas del territorio (accesos y otros).

Capítulo 2. Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana

2.1 Organizaciones de desarrollo turístico de la República Dominicana

En la experiencia dominicana, se ha visto el surgimiento de grupos locales que promueven el desarrollo turístico, con acciones similares a la de una OGD, pero no con sus mismos alcances.

La mayoría de estas organizaciones locales son entidades de carácter voluntario y no necesariamente con capacidades regulatorias ni técnicas como las OGD, pero pueden apoyar procesos en el diseño de productos turísticos e impulsar acciones de diversa índole como soporte al proceso de desarrollo de un destino.

Entre estas organizaciones podemos citar a los clústeres turísticos, consejos de desarrollo, agencias de desarrollo y grupos territoriales. En este capítulo, se introducen los clústeres turísticos, consejos y agencias de desarrollo, y en la Parte II, se presenta el Grupo Territorial, enfoque del presente manual.

Es menester señalar que los párrafos subsiguientes reflejan un proceso histórico, de maduración y aprendizaje, con luces y sombras, pero con importantes aportes al desarrollo de destinos turísticos emergentes en el país. Así este proceso histórico se inicia con los clústeres turísticos como se verá a continuación.

2.2 Evolución histórica de las organizaciones de desarrollo turístico de destinos

(1) Clústeres turísticos

Durante muchos años ha sido intuitiva la necesidad de atender los espacios y entornos turísticos en la República Dominicana, teniendo este proceso, mayor o menor éxito. Desde la construcción del complejo de Playa Dorada, en los años 70, en Puerto Plata, se adelantó un primer esfuerzo de gestión de un espacio turístico colectivo, allí se crearon espacios comunes a una serie de empresas hoteleras que funcionaban bajo la administración de la Asociación de Hoteles de Playa Dorada, aún opera, pero bajo un esquema ligeramente diferente.

Posteriormente, en la primera década de este siglo, los hoteleros de la zona de Bayahibe vieron la necesidad de ir más allá de la gestión de un complejo hotelero (como en el caso de Playa Dorada) y empezaron a considerar espacios comunitarios e incluso las áreas protegidas circundantes como parte de la zona de influencia de la actividad turística. Con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), surge el Proyecto Modelo de Gestión Turística de Bayahibe, implementado con el apoyo de la Asociación de Hoteles Romana-Bayahibe. Puede decirse que este es el primer ejemplo formal de gestión de destinos en la República Dominicana, que surge en el 2005.

Este modelo, sin embargo, no contó con el debido respaldo del sector público, produciéndose un crecimiento expansivo y descontrolado que está impactando en la actualidad el territorio. Lo cual refuerza el hecho de que las OGD mixtas, deben incluir al sector público por contar con las capacidades de control, regulación y ordenamiento en el destino turístico; de no ser así, los esfuerzos del sector privado pueden diluirse con el paso del tiempo.

Siguiendo con el repaso histórico, en la primera década del presente siglo XXI, la USAID inició la promoción del modelo clúster como mesas de diálogo, público-privadas para el desarrollo de la cadena de valor de los sectores agrícolas y turísticos, siguiendo los planteamientos de Michael Porter. Se impulsaron los conceptos de gestión de destinos con la esperanza de que los mismos fueran asumidos por estos clústeres turísticos. Sin embargo, esto no llegó a cuajar en plenitud, fundamentalmente por el desconocimiento de los alcances del concepto.

En esa primera década el concepto de OGD era novedoso y suponía conocimientos múltiples de gestión de destinos a los que aún no se llegaba. Puerto Plata logró impulsar diversas iniciativas tales como el rescate del centro histórico, atracción de nuevas inversiones turísticas (como el Puerto de Amber Cove) entre otros a través de su clúster turístico con el apoyo del Ministerio de Turismo y el gobierno dominicano. Los demás esfuerzos respondían a la necesidad de un rescate del turismo en este destino que evidenció un desplome severo de la llegada de visitantes a principio de la primera década del año 2000.

En esta primera etapa surgieron los clústeres de Romana-Bayahibe, Constanza, Puerto Plata, Jarabacoa y Barahona. En la actualidad existen numerosos clústeres turísticos por toda la geografía nacional, tal como se enlistan a continuación:

Tabla 3. Listado clústeres turísticos de la República Dominicana reconocidas por Consejo Nacional de Competitividad (CNC)

	Nombre del clúster	Carácter	Composición
	Región Cibao		
1	Clúster Turístico de Puerto Plata	Provincial	Privado
2	Clúster Turístico de Samaná	Provincial	Privado
3	Clúster Turístico de Montecristi	Provincial	Privado
4	Clúster Turístico Destino Santiago	Provincial	Privado
5	Clúster Turístico de Espaillat	Provincial	Privado
6	Clúster Turístico de Jarabacoa	Municipal	Privado
7	Clúster Turístico de Constanza	Municipal	Privado
8	Clúster Turístico de Bonao	Provincial	Privado
	Región Sur		
9	Clúster Turístico de Pedernales	Provincial	Privado
10	Clúster Turístico de Barahona	Provincial	Privado
11	Clúster Turístico de Peravia	Provincial	Privado
12	Clúster Turístico de San José de Ocoa	Provincial	Privado
	Región Sureste		
13	Clúster Turístico de Santo Domingo	Provincial	Privado
14	Clúster Turístico de Monte Plata	Provincial	Privado
15	Clúster Turístico de Romana – Bayahibe	Municipal	Privado

Hoy, en la segunda década del siglo XXI, se evidencia un creciente interés por la gestión de los destinos turísticos, surgiendo a lo largo del territorio nacional diversas iniciativas que aparecen de forma espontánea o que vienen siendo impulsadas por agentes externos de cooperación, como ya se citó previamente en el presente documento.

Los clústeres turísticos empezaron a surgir en el 2001 y aún están vigentes, con luces y sombras; avances y logros importantes (como el de Puerto Plata o Barahona) o exiguos resultados, estos no dejan de ser valiosos ejercicios de articulación social. Muchas han sido las causas de estas diferenciadas ejecuciones; una de ellas son los liderazgos viciados por agendas poco integradoras, poco participativas, casi podría decirse autocráticas y personales. Esto evidentemente afecta el clima de confianza e integración. Su aparición en el ámbito local permanece pues traducen oportunidades para impulsar sectores productivos, articulando y poniendo de acuerdo a los eslabones de la cadena de valor.

Los esfuerzos realizados hasta ahora en la conformación de clústeres en apoyo al desarrollo turístico local, son muy valiosos para la participación social en los espacios rurales del país y el empoderamiento social que van más allá de mandatos centralizados del gobierno central a lo local.

Estos procesos han permitido al país cumplir con los lineamientos de agendas locales participativas establecidos en la Estrategia Nacional de Desarrollo (END 2030. Ley 1- 12) y la Ley 176-07 de Municipios. En ambos cuerpos legales se motiva a que la ciudadanía asuma compromisos y participe en los procesos de desarrollo de sus propias comunidades.

Estas organizaciones han servido como caldo de cultivo para apoyar estos mandatos legales de integración social y, sin lugar a duda, han supuesto un aporte invaluable para la República Dominicana, al margen de los resultados. A continuación, un ejemplo de estas organizaciones y sus aportes al destino:

Tabla 4. Aportes al destino por parte de los clústeres

Buenas prácticas	**Clúster Turístico de Puerto Plata y su articulación social en beneficio del turismo**

En octubre del año 2015, la Corporación Carnival inició las operaciones del puerto Amber Cove en Puerto Plata. Esto supondría la llegada de miles de cruceristas a la costa atlántica del país que visitan este hermoso destino en busca de experiencias, actividades, compras, entre otros. El destino Puerto Plata tuvo que organizarse y organizar a los eslabones de la cadena de valor:

- ✓ **Taxistas**: pues proveen el servicio de traslados / transporte a diversos puntos del territorio.
- ✓ **Artesanos y vendedores de artesanía**: para que promuevan la venta de productos artesanales locales, siendo transparentes en sus precios.
- ✓ **Restaurantes y servicios de alimentos y bebidas**: para que redoblaran sus esfuerzos en el manejo inocuo de alimentos.
- ✓ **Guías turísticos:** para que ofrezcan excursiones con interpretación veraz y la mejor atención al cliente.
- ✓ **Puntos experienciales** (ej. Saltos de Damajagua): para que fueran rigurosos en las medidas de seguridad y la calidad del servicio.
- ✓ **Autoridades locales:** para que adecuen el ornato y limpieza pública del territorio.
- ✓ **Policía Turística**: para que garantizase mayores niveles de seguridad ciudadana y además orientar al visitante.
- ✓ **El Gobierno** impulsó mejoras de infraestructura importantes en el territorio.
- ✓ **La cooperación japonesa (JICA)** apoyó la diversificación de la oferta turística con los Proyectos TURISOOP y TCS.
- ✓ **El sector hotelero** mejoró su planta hotelera, entre otras.

Esta articulación fue liderada por el clúster turístico junto a las autoridades del Ministerio de Turismo. Esta alianza y esfuerzos dieron como resultado un repunte importante de las visitas, un incremento del gasto promedio y, sobre todo, el inicio de un florecimiento de la economía local, así como elevados niveles de satisfacción por parte de los excursionistas y de la empresa CARNIVAL.

Se observa en este ejemplo como una organización de apoyo al desarrollo turístico. El Clúster Turístico de Puerto Plata une esfuerzos con la comunidad y el sector público para impulsar acciones conjuntas que redundaron en un mejor desempeño de la actividad turística de la provincia, en beneficio de todos.

(2) Consejos para el Desarrollo

Hay una modalidad de apoyo al desarrollo local denominada Consejo de Desarrollo Ecoturístico. En el Cibao Sur, dos provincias han sido declaradas como «Provincia Ecoturística» y han sido formados estos consejos. Una es Monseñor Nouel, bajo la Ley No. 195-04 del Congreso Nacional en 2004 y la otra es Juan Sánchez Ramírez, bajo la Ley No. 40-08 del mismo.

Los dos consejos tienen función de ser entidad rectora de la promoción y regulación de las actividades ecoturísticas en la provincia y contribuir con el desarrollo de los proyectos ecoturístico existente estimulando el florecimiento de los nuevos proyectos ecoturísticos. Conformados por gobernadores, senadores, representantes del Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente, de colegios, de iglesias, entre otros, cuenta con un fondo de entidades gubernamentales, como el Ministerio de Turismo.

Otro ejemplo destacado es el Consejo de Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES). A continuación, se explican brevemente algunos detalles de interés sobre el CDES.

Tabla 5. Consejo de Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES).

Caso	**Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES)**

Son destacables y loables los esfuerzos del **Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago** que surge en la década de los 70 como un proceso de articulación social de los ciudadanos para promover el desarrollo sociocultural y ambiental de la llamada Ciudad Corazón.

Es el primer municipio en tener un plan estratégico formal a nivel nacional, que no necesariamente se enfoca en el desarrollo turístico, sino en el desarrollo local. Es una entidad y un plan político, enfocado y modélico para todo el país, que evidencia la integración de las principales fuerzas sociales y empresariales de Santiago.

Es por demás interesante citar la VISIÓN 2030 que tiene Santiago: «al 2030, que Santiago sea una metrópolis ordenada que reconquista el río Yaque con una transformación urbana protectora del agua que se adapta al cambio climático; impulsada por una ciudadanía empoderada con empleos formales y viviendas habitables, robustecida como alma cultural y chispa productiva de bienes y servicios de calidad exportable, generados con energías renovables y promotores de inclusión social y equidad de género.»

(3) Agencia de Desarrollo Económico Local

Una agencia de desarrollo económico local es una plataforma conformada de forma legal como una asociación sin fines de lucro y actúa como un mecanismo a través del cual los actores locales planifican y activan, de manera compartida, iniciativas para el desarrollo económico territorial; identifican los instrumentos más convenientes para su realización. Todo esto a través de un sistema coherente de apoyo técnico y financiero.

Promueven de forma participativa y concertada el desarrollo territorial aprovechando el potencial endógeno para mejorar la calidad de vida bajo el enfoque del desarrollo humano y sostenible. Con un enfoque empresarial gestionan (planifican, coordinan, ejecutan y evalúan) el desarrollo económico territorial. Es un mecanismo interinstitucional que promueve la articulación de los actores institucionales (público, privados y sociales).

Entre algunos ejemplos se citan:

- ✓ Agencia de Desarrollo Económico Local en la provincia de Dajabón (Adetda).
- ✓ Agencia de Desarrollo Económico Local de Valverde (Adelva).

En el Proyecto de TCS, estas agencias forman parte del grupo territorial de su provincia y apoyan las iniciativas de desarrollo turístico en sus provincias.

Parte II. Grupos Territoriales (GT)

El Proyecto Turismo Comunitario Sostenible (TCS), en aras de promover la articulación social e impulsar acciones de desarrollo turístico local en los territorios a través de sus órganos, diseña e implementa los llamados Grupos Territoriales (GT).

Capítulo 1: Definición y función de Grupo Territorial

1.1 Definición del Grupo Territorial

Un Grupo Territorial es una entidad organizacional de gestión territorial que tiene visión de desarrollo comunitario de su territorio a través de actividades del TCS. Es una organización social y comunitaria que surge, fundamentalmente, donde no hay articulación de los actores locales, ni tampoco de los eslabones del sistema turístico, pues se trata de destinos emergentes como los del Cibao Noroeste.

Para formar este grupo, se pueden utilizar como base o núcleo las organizaciones existentes y activas en el territorio con las que se puede trabajar una agenda de desarrollo turístico sostenible; estas pueden ser consejos de desarrollo, cámaras de comercio, asociaciones de productores, agencias de desarrollo local, entre otros. Se trata de fortalecerlas para que asuman la función de grupo territorial.

Este grupo está conformado por actores que representan a grupos comunitarios, gobiernos locales, oficinas regionales o municipales de las entidades gubernamentales, empresas privadas y Organización No Gubernamental (ONG) que comparten una visión de desarrollo sostenible a través de la actividad del turismo comunitario y que tienen una responsabilidad ética y moral para con el desarrollo de su comunidad. Tienen, además, carácter voluntario y funcionan sin ningún tipo de interés pecuniario.

Son grupos de personas que se organizan a distintos niveles (distrital, municipal, provincial, subregional, entre otros), para impulsar acciones de desarrollo del turismo en sus territorios.

Con los grupos territoriales se busca la integración social, la participación de los actores locales, poniendo en valor sus potencialidades, rescatando su patrimonio cultural y natural, pero, sobre todo, elevando el orgullo por su propio territorio, su cultura, sus tradiciones y su naturaleza.

Hay que destacar también los esfuerzos por promover en las distintas localidades el concepto de «Buen Vivir» y la relación armónica entre los ciudadanos. A través de la implementación de actividades turísticas se busca generar ese empoderamiento, aumentar el valor del territorio, brindar calidad de vida y felicidad a los locales con la proyección a ser parte de la Organización de Gestión de Destino en un futuro.

1.2 Funciones del Grupo Territorial

Cada Grupo Territorial tiene, entre sus alcances las siguientes funciones:

- Impulsar la **articulación** del territorio.
- Ser **enlace** entre organizaciones externas y los comunitarios.
- Identificar las **oportunidades** y los **recursos locales** (humanos, financieros, naturales, culturales, entre otros) para el desarrollo de productos y turismo.
- Identificar los problemas que afectan al desarrollo del turismo local y, así mismo, buscar soluciones (ej. accesos, seguridad, información, promoción, medioambiente, calidad de servicios, entre otras.).
- Definir una **visión común** bajo el lineamiento de turismo comunitario sostenible.
- Apoyar los procesos de **formación y fortalecimiento de las unidades productivas.**
- Implementar acciones con iniciativas propias integrando la participación social
  - Desarrollo de productos y servicios turísticos con una participación comunitaria directa
  - Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos con una participación comunitaria directa
  - Proponer rutas y excursiones, combinando varios productos y servicios turísticos
  - Proponer y desarrollar «marcas territoriales»
- **Gestionar alianzas estratégicas** y apoyos para proyectos locales.

Es menester indicar que existen funciones que un grupo territorial no puede ejecutar y son aquellas que deben ser realizadas por las entidades oficiales llamadas a regular y a establecer lineamientos de desarrollo al turismo. En este caso sería el Ministerio de Turismo el órgano llamado a establecer las normas del desarrollo turístico en el territorio.

La labor del GT sería evidenciar la necesidad de regulaciones o el incumplimiento de las mismas para que las autoridades tomen las medidas pertinentes, así como acciones para promover el desarrollo turístico.

1.3 Etapas de evolución

El grupo territorial, como se ha mencionado anteriormente, puede llegar a ser una Organización de Gestión de Destino desde la perspectiva de *MARKETING* (recordar ejemplo de San Augustín como *Destination Marketing Organization*), en su territorio, pero hay ciertas etapas por las que debe pasar. Es recomendable identificar la etapa en que se encuentra el grupo territorial y según su etapa, variarse la intervención.

A continuación, se muestra un ejemplo de la etapa que se manejó en el Proyecto de TCS.

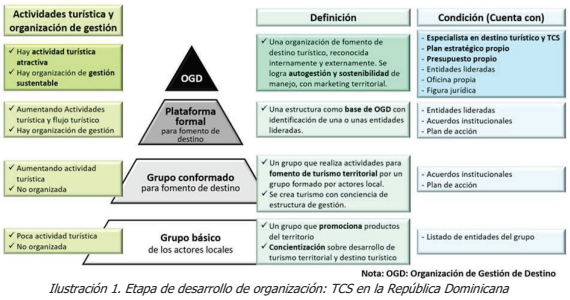


Ilustración 1. Etapa de desarrollo de organización: TCS en la República Dominicana

1.4 Componentes y roles

Se sugiere que el grupo territorial sea conformado por actores locales público — privado. Los actores locales podrían ser representantes de grupos comunitarios, gobiernos locales, oficinas regionales o municipales de los organismos gubernamentales, empresas privadas, ONG, entre otros.

A continuación, se presentan posibles actores y roles que podrían jugar según su característica organizativa.

Tabla 6. Cuadro comparativo de funciones y alcances del sector público y privado dentro de un grupo territorial

	Entes públicos	Entes privados
Actor	✓ Gobiernos locales ✓ Ministerios	✓ Unidades productivas ✓ Gremios sectoriales ✓ Asociaciones ✓ Cámaras de comercio ✓ Agencias de desarrollo
Importancia	1.Garantiza la creación de políticas públicas en apoyo a la gestión de destino. 2. Impulsa la aplicación de leyes y normativas. 3. Atracción de inversión. 4. Regularización y permisología.	1. Garantiza la sostenibilidad y continuidad. 2. Invierte en negocios turísticos. 3. Mueve la economía con el consumo de productos locales. 4. Crea empleo. 5. Promoción.

	5. Desarrollo de infraestructura pública (accesos, acueductos, entre otras.) 6. Manejo de residuos, entre otros. 7. Promoción.	
Roles	El sector público tiene el rol regulador y planificador del desarrollo turístico en un territorio. Crea la plataforma para la inversión privada.	El sector privado invierte en estructuras de negocios turístico. Mueve la dinámica económica activando la cadena de valor.

(Elaboración propia)

1.5 Alcance territorial de los grupos territoriales

Los grupos territoriales pueden estar organizados en base a diferentes parámetros, con escalas y naturalezas distintas, pudiendo estar integrados por entidades de los siguientes niveles:

1	Distrital
2	Municipal
3	Provincial
4	Subregional
5	Intermunicipal
6	Interprovincial
	Otros

En el caso del Proyecto TCS, se han reconocido 4 tipos de alcance en las 4 subregiones.

Tabla 7. Grupo territorial del Proyecto TCS (subregiones y nivel de alcance territorial)

Sub. Reg.	Subregional	Provincial	Municipal	Distrital
CNOE	• GR-Cibao Noroeste	• GT Santiago Rodríguez • GT Dajabón • GT Valverde • GT Montecristi	• GT Monción	
CN		• Mesa de Turismo Provincial Espaillat	• UMPC Guananico • Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte (Codejan) • Mesa Municipal de Río San Juan	• UMPC VYP (interdistrital)
CNE				• Consejo de Desarrollo de

				Turismo Sostenible de Las Galeras (Contugal)
CS	• Grupo técnico de Cibao Sur	• Consejo de Desarrollo Ecoturístico Sánchez Ramírez • Consejo de Desarrollo Ecoturístico Monseñor Nouel	• Clúster de Constanza	

Tabla 8. Listado de grupos territoriales y grupos sub regionales en la región Norte

	Nombre del grupo territorial	Alcance	Provincia	Municipio/ Distrito
	Grupos territoriales			
	Cibao Noroeste (CNOE)			
1	Grupo Territorial de Dajabón (Clúster Turístico de Dajabón)	Provincial	Dajabón	
2	Grupo Territorial de Santiago Rodríguez (Clúster Turístico de Santiago Rodríguez)	Provincial	Santiago Rodríguez	
3	Grupo municipal de Monción (Anfitriones de Monción)	Municipal	Santiago Rodríguez	Monción
4	Grupo Territorial de Valverde (Clúster Turístico de Valverde)	Provincial	Valverde	
5	Grupo Territorial de Montecristi (Clúster Turístico de Montecristi)	Provincial	Montecristi	
	Cibao Norte (CN)			
6	UMPC Guananico	Municipal	Puerto Plata	Guananico
7	UMPC VYP	Interdistrital	Puerto Plata, Santiago	Villa Montellano, Yásica, Pedro García
8	Consejo de Desarrollo Turístico de Jamao al Norte (Codejan)	Municipal	Espaillat	Jamao al Norte
9	Asociación para el Desarrollo de la Provincia Espaillat, Inc. (Adepe)	Provincial	Espaillat	
	Cibao Nordeste (CNE)			
10	Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de Las Galeras (ContugalL)	Distrital	Samaná	Las Galeras
11	Mesa Municipal de Río San Juan	Municipal	María Trinidad Sánchez	Rio San Juan
	Cibao Sur (CS)			
12	Consejo de desarrollo Ecoturístico Sánchez Ramírez	Provincial	Sánchez Ramírez	

13	Consejo de desarrollo Ecoturístico Monseñor Nouel	Provincial	Monseñor Nouel	
14	Clúster de Constanza	Municipal	La Vega	Constanza
	Grupos subregionales			
15	Grupo Subregional de Cibao Noroeste	Subregional	Valverde, Santiago Rodríguez, Dajabón, Montecristi	
16	Grupo de trabajo regional de Cibao Sur	Subregional	Sanchéz Ramírez, Monseñor Nouel, La Vega	

1.6 Grupo territorial y cadena de valor

El sistema turístico es complejo pues está compuesto por numerosos productos/servicios que se eslabonan para conformar la llamada cadena de valor. Para el buen desempeño de un territorio turístico debe existir, de alguna manera, una buena relación entre los actores que son parte de esta cadena de valor, pues si el turismo va bien, impacta a todos positivamente, pero si va mal, los afecta a todos por igual. Así pues debe haber un esfuerzo individual y colectivo, para impulsar un desarrollo turístico seguro, competitivo, eficiente e innovador, con la participación y representación de todos los subsectores.

Los esfuerzos del Proyecto TCS apoyaron el impulso para el surgimiento de grupos territoriales intentando enlazar a los distintos eslabones de la cadena de valor del turismo. Esto es un proceso que aún continúa y que se ha ralentizado debido fundamentalmente a que este modelo se aplica en destinos emergentes donde aún los eslabones de la cadena pueden no existir o ser muy incipientes. (Ej. El servicio de alojamiento en Dajabón es limitado y debe mejorar substancialmente la calidad del servicio).

Capítulo 2. Claves para la conformación y fortalecimiento de un grupo territorial

A través de la implementación del proyecto TCS en las 14 provincias del Cibao Norte, se han identificado siete aspectos, cada uno con diversas claves, vitales para la conformación y fortalecimiento de los grupos territoriales.

Tabla 9. Aspectos y claves para la conformación y fortalecimiento de los grupos territoriales.

	Aspecto	Clave
1	Composición del grupo	1-1: Considerar la participación mixta, público-privada 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla
2	Alcance territorial	2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio
3	Desarrollo de productos y servicios	3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que se destaca en el territorio 3-2: Crear una marca local que se identifique y fomenta el orgullo 3-3: Considerar cadena de valor
4	Liderazgo	4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria y tipo facilitador
5	Diseño de estrategia	5-1: Crear un plan estratégico, con una visión y dirección real, clara, compatible 5-2: Realizar monitoreo y evaluación
6	Capacitación	6-1: Fortalecer la capacidad local
7	Alianzas estratégicas	7-1: Identificar y crear alianzas estratégicas con diferentes entidades

A continuación, se presenta una breve explicación de cada clave.

Aspecto 1: Composición del grupo

Clave 1-1: Considerar la participación mixta, público-privada

La composición del Grupo Territorial idónea debe contar con una representación mixta de los sectores, tanto público como privado, dado que los alcances de cada uno son complementarios; esta composición mejorará sin dudas el cumplimiento de las funciones del GT.

Para poder lograr una articulación representativa y efectiva, es importante identificar bien a los actores que existen en el territorio. Una de las metodologías es el Mapeo de Actores que se presentará posteriormente.

En este ejercicio es también importante la identificación de los eslabones vinculados a la cadena de valor del turismo existentes en el territorio, para garantizar una participación horizontal de la estructura de encadenamiento turístico.

A continuación, se presenta una buena práctica de la clave.

Tabla 10. Ejemplo Clave 1-1: Considerar la participación mixta, público-privada

Buenas prácticas	**Alianza público-privada** **Clúster Turístico de Puerto Plata**
	El polo turístico de Puerto Plata fue uno de los primeros en el país en desarrollar el modelo de «*All inclusive*» y turismo de masas. Fue un modelo exitoso en los años 80 y 90, pero, a principios de la primera década del nuevo siglo, empezó un declive vertiginoso de las ocupaciones hoteleras. El destino entró en crisis. Para poder salvar la situación se hizo una alianza estratégica público-privada donde los empresarios del destino junto con el Estado iniciaron una serie de procesos de mejoras en el territorio en aras de hacerlo más competitivo. Iniciativas tales como el rescate del centro histórico, inversión en accesos viales y marítimos (Puerto de Amber Cove), diversificación de la oferta (Proyecto TURISOOP y TCS), turismo cultural, entre otros, fueron parte de los procesos de mejora y rescate. A pesar de que repuntar y rescatar la imagen de destinos es un proceso complejo y de medio a largo plazo, los resultados de esta alianza estratégica público-privada permitieron evidenciar señales de mejora progresivas. Por un lado, el sector privado invirtió en mejorar las estructuras hoteleras, nuevas inversiones, entre otros; el sector público mejoró las infraestructuras y apoyó la promoción del territorio. El clúster turístico fue el ente articulador del sector privado y la mesa de diálogo para la toma de decisiones que permitió la reingeniería del turismo en la provincia. Logro: una alianza con plan de trabajo conjunto que supuso mejoras en el territorio que supuso mejora en el clima de negocio y número de visitantes.

Se han evidenciado debilidades cuando la composición de los GT no es mixta, sino que parte exclusivamente del gobierno local y es esta entidad quien asume el control y el liderazgo completo de los procesos. Esta estructura es débil porque los gobiernos no son entes permanentes sino cambiantes debido a los procesos políticos. La falta de planes estratégicos de largo plazo y los cambios que se producen con la rotación de funcionarios, pueden afectar el buen desempeño de los procesos de desarrollo a medio — largo plazo. A continuación, un caso de estudio que refleja claramente esta realidad.

Tabla 11. Caso UMPC-Sosúa

Caso	**Cambio de gobierno afectando la continuidad del grupo** **UMPC-Sosúa**
	La Unidad Municipal de Patrimonio Comunitario (UMPC) de Sosúa estuvo liderada en sus orígenes por el ayuntamiento del territorio. El gobierno local de entonces contaba con una líder, empoderada, visionaria que asumió los procesos de integración importantes y desarrolló programas culturales locales basados en la identidad del destino. La alcaldesa evidenció características muy positivas, logrando desde su posición avances importantes para Sosúa.

Desde esta gestión se lograron importantes impulsos a la gastronomía local junto a la internacional destacando la multiculturalidad del territorio como principal característica.

Sin embargo, las alcaldías como gobiernos locales están condicionadas por procesos políticos que suponen cambios continuos. A esto se suma la debilidad institucional del país donde el seguimiento a planes de largo plazo no es muy común y, desde el presidente hasta el último funcionario del Estado, asume posiciones y deja de lado los avances previos realizados por los funcionarios anteriores.

Esto sucedió en Sosúa. La salida de la alcaldesa de su posición pública supuso la paralización de la UMPC y de sus planes de trabajo. No fue posible el traspaso de liderazgo a otra persona ni a otra entidad. El liderazgo que parte del Gobierno local debe estar preparado para la formación y fortalecimiento de relevos que permitan la continuidad de los procesos.

Resultado: se rompe y detiene el proceso de integración para el desarrollo por la imposibilidad de detectar relevos al liderazgo que pudo haberse previsto y buscado, no solo desde el ayuntamiento sino también desde el sector privado y comunitario.

Clave 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo

Una de las claves aprendidas es la necesidad de identificar a los actores que tengan una vinculación o interés por la promoción de la actividad turística y que por ende le resulte importante ser parte del GT.

- ✓ Los beneficiarios directos son las empresas turísticas tales como alojamientos, restaurantes, asociaciones productivas de productos y servicios consumibles por el turismo, paradas, entre otras.
- ✓ Los beneficiarios indirectos son aquellas entidades que se beneficiarían de la actividad turística tangencialmente: ej. productores agropecuarios que suplen productos a restaurantes y hoteles.

Si estos productores desarrollan, como parte de su actividad productiva, una adecuación o mejora para crear una experiencia turística, entonces pasan a ser beneficiarios directos: ej. productores de miel crean la Ruta Turística de la Miel.

El funcionamiento del turismo impacto a todos en su crecimiento económico. Por ende, a todos les interesa impulsar estas iniciativas locales, pero no todos los actores, directos e indirectos, tienen los mismos niveles de compromiso o entendimiento de estos procesos, pues se trata de actividades voluntarias que podrían restar tiempo a sus propios programas empresariales.

Cuando se logra una verdadera integración de los actores, beneficiarios del turismo directos e indirectos, se genera un efecto de impacto global en la comunidad que provoca un mayor impulso y cataliza el desarrollo. A continuación, se presenta una buena práctica.

Tabla 12. Ejemplo Clave 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo

Buenas prácticas	**Integración comunitaria como parte del proceso de desarrollo local**
	Consejo de Desarrollo de Jamao al Norte (CODEJAN), Espaillat

El CODEJAN es una organización sin fines de lucro, que surge a instancias de los jóvenes del territorio, con la finalidad de proteger los recursos naturales de Jamao al Norte, al darse cuenta de las potencialidades de estos recursos naturales, cuya puesta en valor adecuada los podrían convertir en atractivos turísticos con oportunidades económicas para la comunidad. Por lo anterior, surge Jamao Ecotours, como un operador receptivo del municipio que ofrece actividades y aventura, entre las que se citan, senderismo, rapell, kayak.

Esta iniciativa, al ser una empresa turística local, formada por jóvenes locales que deseaban apoyar el desarrollo de su comunidad, ha recibido el apoyo y soporte de toda la comunidad y del gobierno local. Con muy buenos niveles de organización, transparencia, liderazgo y muchas capacitaciones, esta es una empresa que ha recibido premios internacionales y locales, así como múltiples apoyos.

CODEJAN y Jamao Ecotours son entidades hermanas, una es una ONG y la otra es una empresa turística. Ambas integran a la comunidad y conforman una red de conservación a través del negocio turístico. La red de proveedores es 100% local y los beneficios del turismo se distribuyen con equidad entre todos los miembros de la comunidad.

Es una cadena de valor local que ha logrado posicionar a Jamao al Norte como un destino de experiencias en la naturaleza, un territorio que antes era desconocido para los mismos dominicanos.

El liderazgo participativo promueve la integración social y el éxito de poder demostrar que el turismo comunitario es un aliado de la conservación de los recursos naturales como uno de los principales activos de la comunidad. Otra lección aprendida es que la iniciativa parte de los jóvenes locales que crecieron juntos y se conocen desde la infancia. Estos jóvenes tuvieron la visión de formarse tanto a nivel técnico como superior.

Logro: la conformación de una cadena de valor integrada por servicios y productos 100% locales.

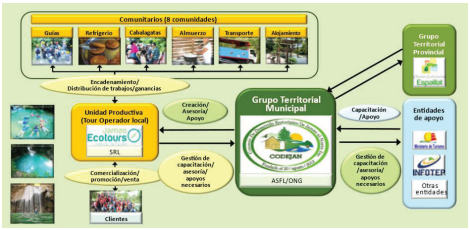


Ilustración 2. Esquema del grupo territorial e integración comunitaria de CODEJAN

Clave 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla

Cuando se forma un grupo, es recomendable identificar una organización o institución ya establecida y fortalecida, y considerarlo como clave o ancla del grupo. Al formar grupos basados en estas organizaciones clave, se puede aprovechar sus recursos humanos y presupuestos, lo que hace más eficiente la formación de grupos.

Tabla 13. Ejemplo Clave 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla

Buenas prácticas	**Grupo territorial que surge a partir de un grupo ancla**
	Grupo Territorial de Dajabón: Asociación de Apicultores La Fronteriza

Dajabón es una provincia fronteriza que no había tenido oportunidades con el turismo, hasta el momento. Gracias a los procesos de levantamiento de información se detecta que la producción de miel es una fortaleza. A raíz de este hallazgo, se inicia un proceso de diálogo con los apicultores, organizados previamente y con mucha motivación y orgullo por su producto. La organización es: la Asociación de Apicultores La Fronteriza.



Se les propuso trabajar un producto turístico que partiese de la producción de miel y que supusiera un valor agregado a la apicultura. Se inició así el proceso para el diseño e implementación de la Ruta de la Miel.

A partir de ese momento otros grupos se integran y surgen, no solo vinculados a la miel como el caso de la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (Amamiel), sino empresarios locales e incluso el gobierno local.

El grupo ancla que impulsó el proceso del Grupo del Territorio fueron los apicultores quienes exitosamente dieron el primer paso. No siempre los grupos ancla deben ser del sector turístico, sino simplemente motores que movilizan el proceso.

Logro: se crea La Ruta de la Miel con integración de otros eslabones de la cadena de valor del turismo de Dajabón que permitieron fortalecer el GT.

Aspecto 2: Áreas geográficas de influencia de los Grupos del Territorio

Clave 2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado

Un grupo territorial se podría formar a diferentes niveles/escalas geográficas. Podría ser de nivel distrital, municipal, provincial, regional o intermunicipal, de hecho, no siempre hay que considerar la división política territorial. Lo importante es identificar bien en cual nivel/escala del territorio es adecuado para que se pueda cohesionar un Grupo Territorial.

Hay dos puntos que pueden ayudar para su identificación:

1. Que los integrantes tengan aspectos comunes y que puedan reconocerse entre sí como parte del Grupo de influencia local. Cuando los integrantes del grupo sienten confianza y se sienten en un ambiente familiar, se hace más fácil la cohesión y la identificación de la visión común.
2. El área de los destinos puede impactar la cohesión social. El Proyecto de TCS ha trabajado con el nivel/escala mínimo a nivel municipal y máximo subregional. Aun así, el nivel subregional surge después de haber trabajado el nivel provincial, pues las provincias conforman regiones provinciales según lo establecen las políticas de planificación territorial de la RD.

La clave está en poder comenzar a formar un grupo pequeño y con el transcurso del tiempo, avanzar y fortalecer para ampliarse al nivel/escala de territorio.

A partir de una unidad (ej. la producción artesanal de casabe) se puede desarrollar un producto turístico que aglutina a los actores locales con un objetivo común. Por otro lado, hay que resaltar que se ha observado que a menor tamaño del territorio mayor oportunidades de cohesión local, pues hay interacción previa.

Tabla 14. Ejemplo Clave 2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado

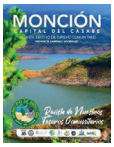
Buenas prácticas	**Grupo territorial que se trabaja de manera provincial y municipal considerando la eficiencia y comodidad**
	Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y Monción

La riqueza cultural de la provincia de Santiago Rodríguez es poco conocida a nivel nacional y mucho menos a nivel internacional. Uno de los principales productos es herencia de la cultura indígena taína: el casabe.

Como en otras provincias del Cibao Noroeste, se creó el Grupo Territorial Provincial de Santiago Rodríguez, con actores del Gobierno provincial, de los tres ayuntamientos que conforman la provincia, cámara de comercio, productores, entre otros.

Como la producción de casabe se concentra en el municipio de Monción, el proceso partió con las actividades de un grupo local, en el cual se contó con la participación del ayuntamiento municipal. En el inicio, se facilitó trabajar el nivel municipal, en el que se cuenta con una unicidad cultural con identidad, focalizado en Monción, pero contando siempre con el apoyo del grupo territorial provincial.

Esta producción focalizada del producto en Monción supone un proceso de encadenamiento productivo que va desde la siembra de la yuca, como materia prima, hasta la elaboración artesanal e industrial del casabe en sus distintas variantes.



Este aspecto cultural era la oportunidad para impulsar una iniciativa de articulación social en torno al potencial turístico del territorio. Se propuso así la creación de la Ruta del Casabe; en la misma los productores de casabe asumieron el liderazgo e impulsaron con ahínco la iniciativa. Se sumaron otros proveedores de servicios (como el de alojamientos y guías). Así se fueron viendo progresos de esta integración local comunitaria que conformó el GT.



Producto de este GT es la capacitación y conformación de un grupo de jóvenes llamados «anfitriones», que hacen las veces de guías y cuyos aportes son vitales para la interpretación de la ruta. Para ello, se hizo el guion de la ruta, los puntos de interpretación se mejoraron y se realizó una revista de Monción hablando del territorio y las potencialidades turísticas.

Al ir fortaleciendo las actividades territoriales, se van uniendo otros municipios donde se tienen otras características, Sabaneta, como «Tierra de Músicos» y Villa Los Almácigos, como «Aventura y Naturaleza». Así se va diversificando y enriqueciendo la atracción de la ruta.

Este caso demuestra que un GT nivel provincial puede ser fortalecido al unir o agrupar los GT de nivel municipal donde hay unicidad y mantener acompañamiento a los GT municipales por parte del GT provincial.

Actualmente, fue creado un clúster turístico de Santiago Rodríguez, el cual sería ideal considerarlo como grupo territorial provincial.

Logro: una ruta temática cultural en torno a la producción del casabe que fue la excusa para iniciar otros procesos de mejora de productos turísticos locales y para posicionar Monción y sus atractivos turísticos.

Así mismo, el encadenamiento del territorio potencia el producto turístico al enriquecerlo con ofertas diversificadas, organizadas y con criterio turístico. Ahora la subregión puede promoverse como un todo donde las partes mantienen su identidad y autonomía local. A continuación, se presenta un caso.

Tabla 15. Ejemplo buenas prácticas Grupo Regional de Cibao Noroeste

Buenas prácticas	**De grupos provinciales al grupo subregional** **Grupo Regional de Cibao Noroeste**

Al principio del Proyecto TCS se definió que la zona de intervención sería la región del Cibao con sus 14 provincias. En este territorio existen diferentes niveles de desarrollo turístico. Hay destinos maduros (Puerto Plata), en proceso de desarrollo (Montecristi) o incipientes (Dajabón).

En general la subregión del CNOE es una de las más desconocidas como destino turístico, pero con un bagaje histórico cultural realmente interesante. Tras hacer los levantamientos en las cuatro provincias y el proceso de identificación de oportunidades de desarrollo de productos territoriales, se empezaron a trabajar con los GT locales rutas temáticas: Ruta del Casabe de Monción; Ruta de

la Miel en Dajabón; Ruta de Aventura en Montecristi (con Kayak y bird watching) y Ruta de las margaritas en Mao (Valverde).

Estas rutas, por el desconocimiento generalizado de la zona, por sí solas no tendrían mayor impacto. Además, por la distancia la comercialización de las mismas sería compleja. Es por ello que se pensó en una propuesta que articulara todas las rutas a través de un circuito que, además, se posibilita por el trazado mismo de la red vial que conecta a las cuatro provincias.

En este proceso se dio prioridad a fortalecer a cada uno de los grupos provinciales, puesto que sin tener un grupo territorial bien formado y tener una ruta temática establecida, sería difícil tener un grupo con una escala más grande, subregional, y un circuito.

Manteniendo la idea del circuito, sensibilizando a los actores y realizando algunas actividades conjuntas. Después de casi tres años, comenzó la conformación del grupo subregional del Cibao Nordeste. Ya en ese momento, estaba más claro para cada uno de los integrantes, primero, el concepto de TCS (ya tenían idea de trabajar con el turismo), segundo estaba clara la importancia de articular diversos puntos para que sea un lugar con atractivo turístico.

De esta forma, el grupo subregional de CNOE comenzó cuando los integrantes tenían una base común, una visión y dirección de TCS. La visión regional surge cuando las visiones provinciales estaban claramente definidas. Había asimismo una conciencia de que las rutas temáticas de cada provincia estarían bajo la sombrilla del «Circuito Sabor».

Resultado: el primer circuito subregional del país formado por cuatro rutas temáticas operativas.

Clave 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio

Hay ocasiones en que las unidades productivas, que son parte de los grupos territoriales, no se sienten lo suficientemente sólidas para dedicar tiempo y esfuerzos a estructuras superiores organizacionales. Es por ello que estas deben estar estructuradas y operativas para poder elevarse a procesos de propuestas encadenadas en los territorios, ya sea a nivel provincial o regional. A continuación, una buena práctica.

Tabla 16. Ejemplo Clave 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio

Buenas prácticas	**Una unidad productiva que prefirió comenzar con un grupo de un alcance real** **Unidad productiva Chocolala, UMPC-Altamira, Puerto Plata**

El tema de gobernanza en el territorio turístico es uno de los mayores retos en la República Dominicana, por ello es necesario que los componentes de la cadena de valor están fortalecidos. Esto se ha comprobado en el caso del CNOE y en otros muchos espacios.

En Puerto Plata se intentó conformar la Red de Unidades Municipales (UMPC) con la intención de crear una oferta de TCS a nivel provincial articulada. Esto suponía esfuerzos de los grupos locales del territorio para participar en reuniones, talleres y otros eventos. La unidad productiva Chocolala, grupo de mujeres que trabajan el chocolate, decidió primero fortalecer su estructura operativa y mejorar su producto antes de ser parte de un grupo sombrilla, donde tendría que desplegar esfuerzos y recursos que mejor disponían para su propio fortalecimiento.

Chocolala se caracteriza por los niveles de participación y un liderazgo potente, claro y enfocado. La lógica de esto es que el todo no puede fortalecerse sin que las partes estén estructuradas y operativas.

Logro: Una unidad productiva exitosa y progresando en apoyo de sus miembros que han mejorado su calidad de vida produciendo chocolate y otros productos derivados del cacao.

Al enfocarse en el fortalecimiento de su grupo, logró ser un grupo autogestor que busca siempre la salida de su propio esfuerzo, sabe consultar, sabe buscar enlace, sabe trabajar por sí mismo. Además, siendo un grupo local, se está logrando más involucramiento de los habitantes locales con la producción de cacao y productos derivados.

Aspecto 3: Desarrollo de productos turísticos por parte de los grupos del territorio

Aquí se expone la necesidad de entender el concepto de recursos naturales y culturales de los territorios, su debido mapeo y categorización, para poder promover su transformación hacia un determinado producto/servicio turístico, esto es fundamental para que el GT enfoque sus esfuerzos.

Clave 3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que destaquen en el territorio

Una de las funciones importantes de un grupo territorial es articular los productos y servicios turísticos de un destino en favor de orientar y mejorar la experiencia del visitante, local o extranjero. Para ello, es bueno considerar los productos y servicios más atractivos que pudieran ser considerados como "ancla" o unicidad, para atraer a los turistas y de allí dirigirlos a otros lugares turísticos cercanos motivando el consumo de productos o servicios complementarios (hoteles, restaurantes, entre otras.) Por ejemplo: El avistamiento de Ballenas en Samaná como «ancla», permitirá al visitante ir a otros espacios de la provincia y además consumir productos y servicios en el territorio.

Es necesario seleccionar los principales productos de forma adecuada, tanto interna (a nivel local) como externamente (con apoyo nacional o internacional), para determinar si son exclusivos de la región, si hay potencial demanda para ellos y si realmente son un elemento de identidad del destino.

Tabla 17. Ejemplo Clave 3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que destaquen en el territorio

Buenas prácticas	**Un grupo territorial que ha considerado un producto para formar grupo territorial** **Grupo Territorial de Montecristi**

Montecristi es una provincia conocida fundamentalmente por el Morro, un fenómeno geomorfológico que caracteriza su geografía. Pero esta provincia tiene muchos recursos naturales y unicidades que, puestas en valor, darían extraordinarios atractivos para una oferta turística diversificada. Por ejemplo, Montecristi es un «hot spot» de aves migratorias en todo el Caribe y posee una de las bahías más bellas con los manglares mejor conservados del Caribe (Bahía de Manzanillo). Partiendo de estos dos productos surgen dos grupos locales.

Un grupo que articulaba guías en torno al avistamiento de aves y un grupo que promovía el Kayak en la Bahía. Ambos grupos trabajan con productos de gran interés para grupos amantes de la

naturaleza y la aventura. Como resultado, dos nuevas rutas operadas por dos grupos locales en la misma provincia. Y al identificar bien el producto ancla, ha sido fortalecida la ruta temática.

LOGRO: Se conforman dos grupos en el territorio: Greemont y Manzanillo Ecoaventura, cada uno enfocado en el desarrollo de su propio producto que son complementarios para una propuesta turística provincial.

Clave 3-2: Crear una marca local que identifique y fomente el orgullo

Un ejercicio que se evidencia como clave para elevar los niveles de cohesión y orgullo del GT es la identificación y el uso adecuado de los principales productos, así nace la marca local que identifica el producto del sitio. Tras determinar el recurso, se transforma en producto turístico y es este producto el que, con una imagen/marca determinada, podrá lanzarse a los mercados formalmente. Cuando se logra identificar y posicionar un producto local, la comunidad eleva su orgullo y valora más sus propias potencialidades.

Tabla 18. Ejemplo Clave 3-2: Crear una marca local que identifique y fomente el orgullo

Buenas prácticas	**Creación de marca local de ruta de miel por GT** **Grupo Territorial de Dajabón**

Los productos requieren de una identidad por diversos motivos:
- ✓ Para ser identificado desde su cultura empresarial (valores, calidades, entre otras.)
- ✓ Para aumentar el orgullo por la marca local.

Así surgió la marca de la Ruta de la Miel. Un proceso de ideas y de socialización donde se logró una propuesta de aceptación grupal.

Un hecho interesante es que la marca de la ruta de la miel se convirtió a la vez en una sombrilla para subproductos generados a base de miel como los jabones creados por un grupo afín al de los apicultores.

Este proceso supuso la participación de los actores en el diseño de la marca que fue debidamente interpretado por un diseñador gráfico. La marca principal sirvió posteriormente al diseño de submarcas de productos derivados de la miel y que hoy son parte de la ruta.

Cabe mencionar que bajo la marca de la ruta se pueden desarrollar productos con submarcas asociadas.

Logro: mejora del posicionamiento del producto turístico y reconocimiento a través de marca atractiva.

Clave 3-3: Considerar la cadena del valor

Como se ha presentado anteriormente, encadenar los productos y servicios es importante y necesario para ser un destino. Un turista requiere consumir diversos productos y servicios durante su estadía. Aquí un ejemplo:

Tabla 19. Clave 3-3: Considerar la cadena del valor

Buenas prácticas	**Encadenamiento de los productos relacionados a la miel a través de la ruta temática** **Grupo Territorial de Dajabón**

Dajabón es una provincia que no destaca por ser turística, localizada en zona fronteriza, es donde se encuentra el principal mercado binacional de la isla. Dajabón, a su vez, cuenta con interesantes aspectos culturales y naturales. Había un interés local en potenciar estos recursos, pues se veían en el espejo de otros territorios cercanos que se iniciaron con la diversificación económica agrícola integrando la actividad turística.

Con apoyo del TCS se empiezan los primeros ejercicios para la conformación de un GT siendo los principales impulsores los apicultores de la zona. Y es que, en Dajabón se produce una exquisita miel, tanto de bosque húmedo como de bosque seco.

De este recurso cultural (la apicultura es un recurso puramente cultural) se logró armar la primera ruta de la miel a nivel nacional, promoviendo además el darle valor agregado a la miel y a los productos derivados del apiario.

Hoy cuentan con la participación plena de las mujeres de la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (Amamiel), quienes producen en la actualidad más de 10 productos adicionales como jabones, cremas, vinagre, dulces, entre otros.

Aspecto 4: Liderazgo

Para el turismo comunitario sostenible, sería ideal un liderazgo:

- ✓ Participativo.
- ✓ Facilitador.
- ✓ Emprendedor.
- ✓ Escucha activa con la gente.
- ✓ Respeto por las opiniones opuestas.
- ✓ Abierto y transparente.
- ✓ Con capacidad de comunicación efectiva.

Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario

Para el buen manejo de un grupo, es indispensable contar con un liderazgo comunitario adecuado. Y para ello, es importante tener un buen criterio para identificar personas.

Este líder/lideresa debería tener una visión comunitaria y democrática, que no busque sus propios beneficios. Debe ser seleccionado por acuerdo entre los integrantes. El líder debe tener una visión clara de la dirección y el rumbo del proyecto y la capacidad de ejecutarlo motivando al grupo.

A continuación, una buena práctica de líder propositivo, participativo y capaz que cuenta con el apoyo de los miembros del grupo.

Tabla 20. Ejemplo Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario

Buenas prácticas	**Un líder facilitador que ayuda a catalizar y a agilizar para alcanzar resultados positivos** **Grupo Territorial de Santiago Rodríguez y Monción**

La elección de un líder facilitador de procesos en el caso de Monción permitió conseguir un promotor de su municipio desde antes de integrarse al grupo territorial, al utilizar los medios de comunicación que estaba a su alcance, así como YouTube, redes sociales, entre otros. El facilitador ha tenido siempre una visión de desarrollo comunitario/municipal, aprovechar bien su capacidad para fin del desarrollo comunitario y ayudar y apoyar a los demás. Este facilitador logró motivar a otros actores quienes se sumaron al impulso de la Ruta del Casabe.

Esta persona luego se convirtió en líder del grupo de anfitriones, el cual juega un rol importante en la ruta. Aunque el joven no tenga un cargo directivo en el GT es, simbólicamente, un líder.

Logro: un perfil de facilitador proactivo y comprometido con resultados importantes y aportes a la articulación social. Un líder facilitador puede empoderar a otros integrantes.

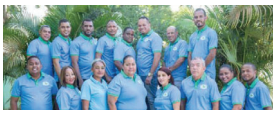
Así mismo, la rotación del líder podría ser otra clave que se ha observado para la creación del clima de confianza y apertura a la participación de todos. Un equipo donde todos asumen posiciones de liderazgo, en otras palabras, un liderazgo compartido dentro de un equipo de trabajo.

Tabla 21. Ejemplo 2 Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario

Buenas prácticas	**Un equipo donde todos asumen posiciones de liderazgo** **Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte (Codejan)**

Este es el caso de una ONG conformada por jóvenes comprometidos con el territorio. Dentro de estos jóvenes existen muchos con habilidades de liderazgo. Esa condición permitió que varios de ellos asumieran posiciones de liderazgo en diferentes momentos en beneficio del colectivo. Es un ejemplo interesante y poco común, pues ellos siempre están dispuestos a trabajar y a asumir compromisos en favor del desarrollo.

Logro: capacidad de cubrir mayor número de compromisos pues hay delegación de funciones y distribución de responsabilidades; más democráticamente, se toma en cuenta a todos los miembros, se enriquece el proceso, es eliminada la vulnerabilidad de tener solo un líder. Siempre hay reemplazo. Esta política del Codejan mantiene unidos y comprometidos a los miembros.



Aspecto 5: Diseño de estrategia de desarrollo turística local

Clave 5-1: Crear un plan estratégico: con una visión y dirección real, clara, compatible

La planificación estratégica debe ser un proceso abierto y participativo. Un grupo debe tener una visión y dirección para un determinado tiempo y estos deben ser compartidos entre todos los integrantes para que puedan seguir un mismo camino. Esta visión y dirección debe ser real y clara.

Definir una visión colectiva de hacia dónde se quiere llegar como GT es fundamental para determinar cómo llegar, cuándo, con qué, dónde, con quiénes y con cuánto llegar. Es decir, lo que comúnmente se conoce como estrategia.

En el caso de los TCS el nivel de desarrollo de estrategia es una tarea pendiente que deberá impulsarse desde el MITUR. El Proyecto TCS desplegó grandes esfuerzos en crear las bases para la creación de los GT y los diagnósticos de los territorios, así como el desarrollo de productos a modo de programas piloto. Sin embargo, este proceso debe continuar, ahora de manos del MITUR quien deberá impulsar el diseño de las estrategias de desarrollo de cada GT, siempre de forma participativa, abierta y transparente.

Este aspecto es clave para avanzar en la promoción y difusión del modelo TCS.

Clave 5-2: Realizar monitoreo y evaluación

Así mismo, el destino bajo gestión debe contar con un plan de monitoreo y evaluación de sostenibilidad que debe basarse en una batería de indicadores que responda a los cuatro pilares de la Sostenibilidad como indica el Consejo Global de Turismo Sostenible: gestión, ambiental, social y económico. La OGD junto al grupo territorial deben velar por el cumplimiento de:

a. La implementación de la estrategia.
b. El respeto a los indicadores de sostenibilidad debidamente diseñado en respuesta de las características del territorio

Aspecto 6: Capacitación

Clave 6-1: Fortalecer la capacidad local

Para lograr todas las claves anteriores, es importante fortalecer la capacidad de los actores locales. Hay que identificar sus debilidades para así establecer las capacidades a fortalecer. En la implementación del modelo TCS se determinó que los temas más acuciantes para ser considerados como temas de capacitación son: turismo como actividad económica global, liderazgo, administración, entre otras. Es importante entender que sin formación no hay calidad turística.

Tabla 22. Ejemplo Clave 6-1: Fortalecer la capacidad local

Buenas prácticas	**Formación integral para un servicio turístico de calidad** **Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Jamao al Norte (Codejan)**

Esta organización de la que ya se ha hecho mención varias veces, inició su proceso de desarrollo local entendiendo las necesidades de sus miembros de capacitarse en diversos ámbitos. De ahí que, con el apoyo del Clúster Turístico de Espaillat y del Infotep inició en un primer ejercicio de segmentación del grupo para entender sus habilidades y sus preferencias en temas de especialización.

De esta forma se impartieron cursos de manejo inocuo de alimentos a las personas que realizan los trabajos de A&B dentro de la propuesta turística; se formaron en contabilidad y en administración aquellos que asumirán estos controles en el grupo; atención al cliente e idiomas, seguridad y primeros auxilios para los guías, entre otros.

Resultado: un grupo multidisciplinario, debidamente capacitado y entrenado para funcionar como equipo y dar un servicio de calidad al turista.

Aspecto 7: Alianzas estratégicas

Clave 7-1: Identificar y crear alianzas estratégicas con diferentes entidades

Para ejecutar las claves, es importante identificar las necesidades del territorio y del grupo territorial e identificar las entidades que pudieran ser aliadas, tanto a nivel local, como nacional e internacional. Las alianzas tienen distintos niveles de apoyo y a continuación se presentan algunas:

a. **Alianzas locales con el gobierno local:** el ayuntamiento puede apoyar con permisos, ornato, mejora de la limpieza del territorio o simplemente apoyo en mejora de accesos viales.

b. **Alianzas provinciales**: las organizaciones provinciales público-privadas apoyan las iniciativas turísticas. Ej. MITUR – Valverde apoyo al GT en el diseño de la Ruta de las Margaritas, con asistencia logística.

c. **Alianzas nacionales:** Los Proyectos TCS firman acuerdo con la Asociación Nacional de Prensa Turística para apoyo promocional a través de medios digitales (redes) y tradicionales (TV, prensa, radio).

d. **Alianzas internacionales:** La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) apoya a los TCS de RD con asistencia financiera y técnica.

Capítulo 3. Metodologías para la conformación de los grupos territoriales

3.1 Proceso de creación de un grupo territorial

La iniciativa de los grupos territoriales busca provocar que la sociedad civil asuma compromisos y responsabilidades con el desarrollo de su propio territorio, más allá de esperar propuestas políticas. Se trata de empoderar a las personas y a las organizaciones para que lideren acciones que generen una mejor calidad de vida. Para ello se siguen una serie de procesos, detallados a continuación:

1. **Diagnóstico del territorio desde la perspectiva turística**
   - **A)** Identificación de actores locales.
   - **B)** Levantamiento de los recursos locales.
   - **C)** Caracterización de la actividad turística local.

2. **Validación de los resultados del diagnóstico**
   - **A)** Taller participativo para la identificación de los recursos locales.
   - **B)** Visita a puntos de interés turístico identificados para validación *in situ* y creación de ficha de sitio.
   - **C)** Priorización de sitios para ser adecuados como productos turísticos locales.

3. **Creación del GT** con base al proceso anterior y la identificación consensuada de procesos a impulsar como colectivo en favor del desarrollo turístico local.
   - **A)** Establecimiento de los integrantes
   - **B)** Planificación estratégica
   - **C)** Monitoreo y evaluación

3.2 Explicación de los procesos

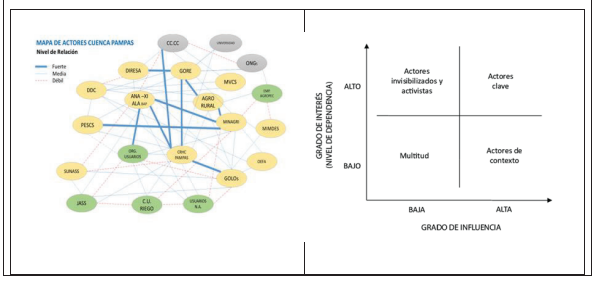
1. Diagnóstico del territorio desde la perspectiva turística

(1) Identificación de los actores locales

La identificación de los actores locales es una de las claves citadas del proceso de creación de un GT. Entender la composición de los sectores público y privado y entender las posibilidades de alianzas locales es parte de los objetivos de este ejercicio. Para ello existen múltiples metodologías para identificar los actores.

Hay diferentes metodologías. Una de ellas es Mapeo de actores (MAC)

Tabla 23. Mapeo de actores

Método	Mapeo de actores (MAC)
	El Mapeo de Actores (MAC), también conocido como sociograma supone el uso de esquemas para representar la realidad social en la que se está inmerso. No solo consiste en obtener un listado de posibles actores en un territorio, sino sus acciones, objetivos y la situación por la que se encuentran en el mismo. El MAC es una metodología ampliamente extendida y se basa en el hecho de que la realidad social se puede ver esquematizando las relaciones sociales donde participan actores sociales e instituciones de diversa índole. Se parte de que se puede pensar en las redes sociales como estructuras conformadas por la relación entre actores. Los conjuntos de vínculos o relaciones sociales forman redes y según sea la posición que ocupan los distintos actores, se van a definir valores, creencias y comportamientos. Esta técnica consiste en representar gráficamente las relaciones interpersonales en un grupo de individuos mediante un conjunto de puntos (los individuos) conectados por una o varias líneas de diverso tipo (las relaciones interindividuales) que indican diferentes modos de relación. Se encuentra diversos tipos y métodos de mapa y se puede consultar en páginas de web. A continuación, se presentan algunos ejemplos. 

(2) Levantamiento de los recursos locales

Conocer las riquezas naturales y culturales de un territorio es lo que permite proyectar sus potencialidades. Es por ello que, a la hora de querer impulsar un territorio desde la perspectiva turística, hay que hacer un levantamiento de estas oportunidades para evaluar su posible puesta en valor como atractivo turístico.

Criterios para levantamiento de los recursos locales: Entender los recursos del territorio es

un ejercicio técnico, pues son múltiples los criterios a considerar para poder visualizar la transformación del mismo como producto turístico. Entre los criterios a considerar están:

- Accesibilidad.
- Interés
- Unicidad.
- Oportunidades de gestión local del recurso para su adecuado mantenimiento.
- Existencia de servicios o necesidad de instalarlos (baños, información, seguridad, manejo de residuos, entre otras).

Tipo de recursos locales: Los territorios cuentan con recursos cuya puesta en valor son claramente oportunidades para su desarrollo. Existen recursos naturales y culturales.

- Los recursos naturales: Son todos aquellos producto de la madre tierra: ríos, montañas, playas, plantas, animales, volcanes, arrecifes, cuevas, entre otras.

- Los recursos culturales: Son todos aquellos que han tenido o tienen la intervención del ser humano: el arte, la artesanía, la arquitectura, la agricultura, el folklore, la historia, la literatura, el comercio, entre otras. Estos recursos culturales pueden dividirse en tangibles e intangibles.

  - Los recursos culturales tangibles o materiales son aquellos que conforman todo lo que puede ser visto o tocado, por ejemplo: muebles, objetos arqueológicos, artesanía, monumentos, edificios, libros, entre otras.

  - Los recursos culturales intangibles o inmateriales son los que engloban las costumbres de una sociedad, las creencias, su folklore, la música, sus historias, en fin, todo lo que no puede ser tocado, pero si puede ser visto (carnaval), escuchado (música típica).

Estos recursos, naturales y culturales, deben ser debidamente inventariados por las comunidades para conocer lo que tienen y sus oportunidades de puesta en valor para el desarrollo, siempre siguiendo los preceptos de la sostenibilidad.

Es importante recordar que la sostenibilidad se basa en el equilibrio perfecto entre la conservación del recurso, su aprovechamiento social y su puesta en valor como objeto económico, bajo un esquema de gestión integral.

Tabla 24. Ejemplo levantamiento de listado de los recursos locales

Ejemplo **Resumen de levantamiento de listado de los recursos locales**

Un ejemplo de resumen de levantamiento de los recursos potenciales de TCS en Cibao Norte

RESUMEN DE LEVANTAMIENTO DE TBC Y POTENCIALES EN CIBAO NORTE (EJEMPLO)

	Region	Provincia	Municipio	DNI / Pareja	Propuesta	Status	Unicidad	Tipología	Actividad	Organizacion	Contacto	Posicion
1	Cibao Sur	Monsenor Noael	Bonao	Jayaco	Cigar Family: Proyecto Carlos Fuentes	F2	D	Agroturismo	Visita a plantación y escuela	Fundación Carlos Fuentes	Rosanna Sirí	Coordinadora
2	Cibao Sur	Monsenor Noael	Bonao	Jayaco	Palos de Bonao	F1	A	Turismo Cultural	Museo y artesanía	Asociación de Palos de Bonao	Dairi Reyes	Presidente
3	Cibao Sur	Monsenor Noael	Bonao	Jayaco	Saltos de Jima	P	D	Ecoturismo	Senderismo y balneario	Media Ambiente y comunidades	Raul Espinal	Guia
4	Cibao Sur	Monsenor Noael	Bonao	Blanco	Complejo Ecoturistico Rio Blanco	F2	D	Ecovillage	Alojamiento y senderismo	Complejo Ecoturistico Rio Blanco (COOPTURB)	Estevan Polanco	Presidente
5	Cibao Sur	Monsenor Noael	Bonao	Bonao	Artesanos de la Autopista Duarte	P	D	Turismo Cultural	Venta de artesanía	Asoc. De Artesanos?	Jose Rodriguez	vendedor y artesano
6	Cibao Sur	Sanchéz Ramirez	Cotui	Cevicos	Producción de pina	P	C	Agroturismo	Visita a plantaciones, empacadora de pina y presa de Hatillo	Asoc. De Productores de Pina	Wilcsides Madera	Presidente
7	Cibao Sur	La Vega	Constanza	El Convento	Saltos de Aguas Blancas	F1	B	Ecoturismo	Senderismo	Grupo comunitario El Convento	Jose Luis Castillo	Guia
8	Cibao Sur	La Vega	Constanza	La Cabaña de los Hermanos	Piedra Letrada	P	A	Turismo Cultural	Senderismo y Arqueologia			
9	Cibao Sur	La Vega	Constanza		Reserva Cientifica de Ebano Verde	P	A	Ecoturismo				
10	Cibao Sur	La Vega	Jima Abajo		Jama Miranda	P						
11	Cibao Sur	La Vega	Jarabacoa	El Salto	Salto de Amarosa I	F1	D	Turismo de Naturaleza	Senderismo y balneario	Asoc. Para el desarrollo sostenible del salto de Amarosa (ADESOSAM)	Jose Antonio Romero/ Margarita Duran (Fifa)	Presidente/ administradora
12	Cibao Sur	La Vega	Jarabacoa	Angostura	Ecovillage La Angostura	F2	D	Ecovillage	Alojamiento y senderismo	Asociacion de Medico Nuevo	Inocencia Hernandez	Presidenta
13	Cibao Sur	La Vega	Jarabacoa	Los Calabazas	Ecovillage Santo del Yaque	F2	D	Ecovillage	Alojamiento y senderismo	Asociacion de Medico Nuevo Esperanza	Ivelisse Batista Marte	Presidenta
14	Cibao Sur	La Vega	Jarabacoa	Jarabacoa	Artesanía de Jarabacoa	P	C	Turismo Cultural	Artesanía	Asoc. De Artesanos de Jarabacoa	Patricia Peralta	Inventor
15	Cibao Sur	La Vega	Jarabacoa		MAYA	P	C	Turismo Cultural	Arte Terapia	Movimiento de	Valentin Acosta	Director
16	Cibao Sur	La Vega	Jarabacoa		Zona Arapaca	P	D	Turismo Cultural	gastronomia a base de harina de maiz	no hay organizacion	n/a	n/a
17	Cibao Sur	La Vega	Jarabacoa	Los Higos	Cacaotero	P	D	Turismo Cultural	Elaboracion de cacalae artesanal	Asociacion de Cacaoteros?	Nando Ramirez	?
18	Cibao Noreste	Valverde	Laguna Salada	Duquecamino	El paso de Los Hidalgos	P	A	Turismo Cultural	Circuito Histórico de Colon	Datos locales	Alberto Pelanco	Alcalde
19	Cibao Noreste	Valverde	Laguna Salada		Museo del Profesor Chichi	P	D	Turismo Cultural	Museo de geologia e historia		Jean de Jesus Trenicli	Profesor y propietario
20	Cibao Noreste	Valverde	Laguna Salada	Ranchito	Comedor de la Cordillera Septentrional	P	B	Turismo Cultural y agro	alojamiento, senderos		Mario Gonzalez	Propietario
21	Cibao Noreste	Valverde	Mao		Ruta del Banano Organico	F1	D	Agroturismo	Sendero interpretativo de produccion	Banelino	Gustavo Gandini	Enc. Mkt y Biodiversidad
22	Cibao Noreste	Santiago Rodriguez	Monción	El Aguacatico	Ecovillage El Cotel	F1		Turismo de Naturaleza+ ecovillage	Alojamiento y balneario	Coop.Agroecologica Rio Mao	Rafaela Espinal	Administradora
23	Cibao Noreste	Santiago Rodriguez	Monción		Cacaotero	P		Turismo Cultural	Aprender sobre tecnica ancestral de cacao	Cacao Sabroso	Paco	Miembro de la empresa
24	Cibao Noreste	Santiago Rodriguez	Monción	Meseta Alaja	Trinchera de guarra	P		Turismo Cultural	Aprender como se teje el guarra	Casa de una Tejedora	Rafaela	Independiente
25	Cibao Noreste	Santiago Rodriguez	Monción		Refugio de Vida Silvestre el Canon del Río Guadio	P	A	Ecoturismo	Ver en temporada a las palomas locicales	Ministerio de MA	Teofilo Aquino	guardaparques
26	Cibao Noreste	Dajabon		El Pinar	Asociación productoras de mani	P	D	Turismo Cultural	producion y sabr agregado al mani	Asoc. De Mujeres	Teresa	Lider
27	Cibao Noreste	Dajabon			Pana hilligeno Checney	P	D	Turismo Cultural	Aprender a hacer pana	n/a	n/a	n/a
28	Cibao Noreste	Dajabon	Dajabon	Guayabal	Asociacion de Apicultores	P	D	Agroturismo	Visita a campo apicola y panito amaki	Asoc. De Apicultores La Frontera	Jose Santiago de la Rosa	Vice presidente
29	Cibao Noreste	Dajabon	Restauración		Parque Tomistal	P	D	Ecoturismo-ecovillage	Celebracion de actividades al natural		Frank Gomez	Sitio local
30	Cibao Noreste	Montecristi	Montecristi		Sendero de la Sal	P	A	Turismo Cultural y Ambiental	Recorrido por salinas	L'Oustar de Montecristi	Jose Luis Bourrigal	Presidente
31	Cibao Noreste	Montecristi	Montecristi	Montecristi	Museo Arqueológico Sumarina	P	B	Turismo Cultural	Aprender a hacerar en galapagos	Guilliem Divers	Robinson	Director
32	Cibao Noreste	Montecristi	Villa Elisa	Villa Elisa	Reserva Científica Villa Elisa	P	A	Ecoturismo	Visita para ver una cegualdra unica	Ministerio de MA	Plinio	guardaparques
33	Cibao Noreste	Montecristi	Manzanillo		Manglares de Estero Balsa	P	D	Ecoturismo	Visitar la zona de manglar		Chin Bejaran	
34	Cibao Noreste	Montecristi	Villa Elisa		Asociacion de Almejeras de Buen Hombre	P	B	Turismo Cultural	Gastronomia local y artesania	Asoc. De Mujeres almejeras	Jaqueline Reyes	miembro

A	Único en mundo
B	Único en Caribe
C	Único RD
D	Único en Region

(Fuente: Proyecto TCS, 2017)

(3) Caracterización de la actividad turística local

Es importante entender la oferta turística del territorio, desde cada uno de los eslabones propios de la actividad. La importancia radica en entender cuál es la oferta de productos y servicios de un territorio, entender sus cualidades y falencias pues de esa manera la OGD mixta y el MITUR pueden accionar políticas que apoyen nuevas inversiones que busquen mejorar o completar la oferta del territorio, por ejemplo. Algunos de los eslabones que deben tomarse en cuenta en una caracterización de un destino turístico son:

- Alojamiento (hoteles, aparta hoteles, hostales, entre otras.), capacidades, calidades.
- Alimentos y bebidas (restaurantes, cafeterías, bares, entre otras.), especialidades.
- Excursiones, tipologías.
- Servicios vinculados (guías, transporte, entre otras.)
- Servicios complementarios (farmacias, clínicas, policía, entre otras.)

Para ello debe visitarse el territorio y hacer el levantamiento físico, aunque previamente se puede levantar data a través de los medios digitales.

Tabla 25. Método de levantamiento de oferta del territorio

Método **Levantamiento de oferta del territorio**

Para el levantamiento de la oferta del territorio pueden realizarse varios pasos:

1. Búsqueda de la oferta online de los productos/servicios turísticos directos.
2. Acudir a las guías turísticas.
3. Con las referencias anteriores se visita el territorio y los establecimientos previamente localizados vía internet o consultando otras fuentes. La visita *in situ*, permitirá conocer la realidad de la oferta, la calidad de la misma y las oportunidades de encadenamiento.
4. En el mismo territorio se pueden pedir referencias de otros servicios / productos turísticos no registrados.

2. Validación del diagnóstico por parte de los actores locales

La validación es un proceso vital pues supone el empoderamiento y el reconocimiento por parte de la comunidad de sus propios valores locales, esto despierta el orgullo por el territorio.

Para el Proyecto TCS, esta etapa es fundamental, es el detonante para que los actores locales sean protagonistas de su propio desarrollo y no simples espectadores. A partir de este momento, se asumen roles y responsabilidades.

Es en este punto de inflexión donde radica la diferencia entre el turismo tradicional, donde la inversión decide unilateralmente los lineamientos de desarrollo, y el turismo comunitario, que es fundamentalmente participativo y toma en cuenta la opinión y consideraciones de la gente.

A) Taller participativo para identificación de los recursos locales

Un encuentro inicial y ampliado con los actores locales es fundamental para poder presentar, socializar, compartir y sobre todo validar los recursos locales encontrados y, al mismo tiempo, que los actores locales reconozcan los tesoros que existen en su territorio, probablemente no reconocidos como tal hasta dicho momento. Esta falta de reconocimiento de las potencialidades locales suele ocurrir porque la cotidianidad causa que muchos recursos pasen desapercibidos a los ojos de los actores locales.

Considerando lo anterior, se recomienda realizar un taller participativo en el que los actores locales por sí mismos identifican o re identifican los recursos locales que existen en su territorio. En este contexto, actores con diferentes perspectivas y experiencias se reúnen para discutir y "redescubrir" los recursos de su territorio y comparten entre sí los conocimientos sobre ellos.

El objetivo principal de este taller radica, más que en la identificación de los recursos en sí, en que los actores locales validen y asuman los tesoros que se encuentran en su territorio, despertando orgullo y amor por su localidad. La protagonista del turismo comunitario sostenible es la comunidad. Por tanto, este taller participativo es un proceso clave y crucial para el trabajo de turismo comunitario sostenible.

Tabla 26. Método de Identificación de los recursos locales participativa

Método **Identificación de los recursos locales participativa**

Para la identificación de los recursos locales:

1) Listado de los recursos locales
   1.1. Anotar en una tarjeta el nombre del recurso local clasificado según el tipo: natural, cultural e histórico y productivo. Se recomienda utilizar diferentes colores para uno a otro.
      - Natural: verde
      - Cultural e histórico: amarillo
      - Productivo: rosa

   1.2. Colocar todas las tarjetas en un lugar según el tipo.

   1.3. Poner un número a cada recurso.

2) Mapa de los recursos locales
   2.1. Anotar en la etiqueta los números. Se recomienda utilizar la etiqueta con el mismo color de la tarjeta.
   2.2. De acuerdo con el número de cada recurso, colocar la etiqueta en sitio adecuado del mapa.



Ilustración 3. Ejemplo Listado de los recursos locales

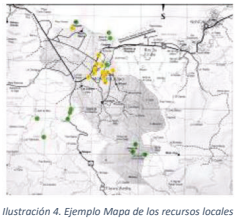


Ilustración 4. Ejemplo Mapa de los recursos locales

Claves:
- ✓ Visualizar lo que está discutiendo.
- ✓ Facilitar la discusión: no explicar ni presentar cuáles son los recursos locales, sino permitir que los locales los reconozcan de forma natural. En caso de que se les dificulte, entonces, generar vías para que puedan identificar y valorar.





B) Visita a puntos de interés turístico identificados para validación *in situ*

El equipo técnico, junto a un grupo de actores locales, deben visitar cada uno de los puntos con potencial turístico surgidos en los levantamientos previos, para constatar la situación real de adaptabilidad de cada uno hasta convertirse en un producto turístico. Pero además estas visitas permiten construir las historias de cada punto que serán parte de su interpretación futura.

Tabla 27. Ejemplo Fichas de recursos locales

Ejemplo **Fichas de recursos locales**

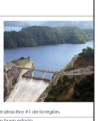
A continuación, se presentan ejemplos de formato de la ficha

Proyecto para el Fortalecimiento del Mecanismo de Gestión del Turismo Sostenible Basada en la Comunidad en la Región Norte

Ficha de los Recursos Locales

1. Provincia	2. Código de la ficha
3. Municipio	
4. Nombre del recurso	
5. Tipo del recurso	6. Código del tipo de recurso
7. Localización	
8. Propietario	Tel./Cel. E-mail
9. Estación o periodo	
10. Características	Imagen Imagen
11. Observación	Acceso: Costo: Condición: Alojamiento:
12. Responsable de llenado	

Ejemplo de Ficha de recursos locales municipio Monción

1. Provincia	Santiago Rodriguez 2. Código de la ficha MN002
3. Municipio	Monción
4. Nombre del recurso	La presa de Monción
5. Tipo del recurso	Cultural e Histórico 6. Código del tipo de recurso C-001
7. Localización	Municipio de Monción parte sur
8. Propietario	El estado Dominicano Tel. /Cel. E-mail
9. Estación o periodo	Todo el año
10. Características	Esta presa está ubicada en el municipio de Monción, provincia Santiago Rodriguez, a 70 kilometros al oeste de la ciudad de Santiago de los Caballeros. Es una acumulación de agua de la cuenca del río Mao dedicada para la producción de energía eléctrica; agua potable, en el distrito nº 1 de la región. 
11. Observación	Acceso: Tiene caminos en buen estado Costo: Gratis Condición: Es muy seguro y excelente para ecoturismo Alojamiento: el hay variedad de hoteles en el municipio de Monción
12. Responsable de llenado	Johany Gómez

C) Priorización de sitios para ser adecuados como productos turísticos locales

Las necesidades de adaptabilidad del recurso para ser producto pueden ser muchas en un destino. Pero los recursos económicos pueden ser muy limitados, por lo que se requiere priorizar aquellos que:

- ✓ Tengan un **fuerte atractivo** para los turistas por ser único o extremadamente bello (ej. Bahía de Manzanillo).
- ✓ Tengan **fácil acceso**. La intervención en la mejora de los accesos suele ser costosa, por lo que una forma de priorizar las intervenciones es considerando los sitios donde ya existe accesibilidad.
- ✓ Tengan **capacidad local de gestión**. La posibilidad de que existan actores comunitarios locales interesados en ser parte de un proceso de gestión del sitio es fundamental. Se generan empleos y se garantiza la conservación de las infraestructuras de apoyo que se instalen en el lugar.

3. Creación de la estructura operativa del grupo territorial

A) Establecimiento de directrices y estatutos

Basados en el proceso anterior se hace necesario consolidar una estructura operativa que ejecute las acciones dispuestas. El paso a paso sería:

- Nombrar una directiva y crear un organigrama funcional.
- Identificar y nombrar el / la líder.
- Establecer los protocolos de funcionamiento.
- Diseñar los estatutos organizacionales.

B) Planificación estratégica

Para ello es necesario diseñar un plan de acción con el objetivo de alcanzar una meta definida. Un plan estratégico ayuda a enfocar los esfuerzos, el tiempo y los recursos que serán utilizados.

Para que la planificación comunitaria sea exitosa, debe ser lo más participativa posible. Debe estar enfocada en la visión compartida, es decir, la situación deseada o sueño que haya sido creado por la comunidad, como resultado también de un proceso participativo.

Este modo de planificación es abierta, democrática, dinámica y más aproximada a la realidad de la vida de las personas. Este proceso permite el intercambio y la creación de comités de trabajo con participación local, dirigidos todos al logro del mismo objetivo. Los pasos de la planificación son:

I. Creación de visión
II. Análisis de situación actual
III. Definición de objetivos
IV. Determinación de indicadores
V. Determinación de actividades

A continuación, se expone cada uno en detalle:

I. Creación de la visión compartida de destino: La visión ofrece el panorama a donde se

quiere llegar en un plazo determinado y para ello hay que establecer una planificación estratégica. Se fija un período de entre 5 y 10 años para alcanzar aquella visión, ahora, en estos tiempos donde todo cambia rápidamente. La visión debe ser:

- ✓ **Visualizable**: es decir que las personas de la comunidad puedan tener una imagen mental de cómo será el futuro.
- ✓ **Deseable**: genera la motivación e interés en las personas que van a participar de ella.
- ✓ **Alcanzable**: abarca objetivos realistas y aplicables.
- ✓ **Enfocada**: tan clara y explícita como para servir de guía a los líderes en la toma de decisiones.
- ✓ **Flexible**: que permita la existencia de alternativas y el uso del criterio e iniciativa de los líderes.
- ✓ **Comunicable**: que sea fácil de transmitir y explicar a las personas que estén vinculadas en el proceso.

Por ejemplo, la visión de Montecristi

> «Montecristi, destino turístico próspero y seguro, sustentado en la capacidad de integración de sus instituciones y en la generación de oportunidades, que impulsa un turismo inclusivo y de calidad internacional en un territorio ordenado y eficiente, distinguido por su historia, su cultura y su gente hospitalaria.»

II. Análisis de la situación actual

Para poder alcanzar la visión compartida, debemos analizar la condición actual de la organización y el territorio, sus fortalezas y sus debilidades, así como los retos y las oportunidades externas. El resultado del análisis del diagnóstico permite identificar cuáles serán los lineamientos estratégicos a utilizar.

Por ejemplo, si se identifica como una debilidad «la mala calidad del servicio turístico local», un lineamiento estratégico debería ser «alcanzar niveles de excelencia en la calidad de la oferta turística». De este lineamiento se pueden desprender acciones tales como:

- ✓ Programas de formación para empleados del sector en temas de calidad integral.
- ✓ Programas de certificaciones de calidad (como la ISO 9001).
- ✓ Supervisión continua para medir indicadores de calidad.
- ✓ Monitoreo de satisfacción del cliente.

Para esto hay múltiples metodologías de aproximación, una de ellas es el llamado FODA.

Tabla 28. Ejemplo FODA

Método	**FODA**

FODA es **F**ortalezas, **O**portunidad, **D**ebilidad, **A**menaza.

Este análisis es una herramienta que permite conformar un cuadro de situación actual de la comunidad, que permite visualizar sus puntos positivos y negativos, destacando las fortalezas y debilidades internas, y las amenazas y oportunidades externas permitiendo obtener un diagnóstico.

	Internas	Externas
Positivos	**Fortalezas**: las capacidades con las que cuenta la comunidad: recursos existentes, actividades que se desarrollan positivamente, unicidades, entre otros.	**Oportunidades**: los factores que resultan positivos, favorables, y que pueden ponerse en valor en beneficio de la comunidad, y que serán identificados en el territorio en cuestión.
Negativos	**Debilidades**: aquellos factores que provocan una situación desfavorable para la comunidad: limitaciones en accesos, debilidades institucionales, entre otras.	**Amenazas**: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden atentar incluso contra la misma estabilidad de la comunidad. No pueden ser controladas.

III. Definición de objetivos generales y específicos

Para alcanzar una visión hay que definir distintos tipos de objetivos, los generales y los específicos.

- ✓ El objetivo general es un enunciado que recoge la idea central y la finalidad del proyecto comunitario que se está desarrollando.
- ✓ Los objetivos específicos se refieren a aquellos que se persiguen en los distintos procesos y aspectos que se desarrollan para alcanzar la meta o visión deseada.

Los objetivos deben ser claros y concisos, realizables, enfocados en logros y no en procesos. Por ejemplo:

> Periodo del proyecto: 2025-2030
>
> **Objetivo:** alcanzar al mayor nivel de sostenibilidad en el desarrollo del turismo local.

IV. Determinación de indicadores

Los indicadores son valoraciones cuantitativas producto de las acciones realizadas para alcanzar los objetivos. Estos nos permitirán ver cuán cerca o lejos estamos de la meta y hacer los correctivos necesarios en el plan de actividades para cumplir con la visión. Por ejemplo:

> Periodo del proyecto: 2025-2030
>
> Objetivo: alcanzar al mayor nivel de sostenibilidad en el desarrollo del turismo local
>
> **Indicador: el porcentaje de los hoteles de la localidad con alguna certificación de sostenibilidad turística**
>
> Meta: 50% (actual 10%)

V. Determinación de actividades

Un plan de actividades es un documento que recoge las tareas que se deben ejecutar para alcanzar un objetivo concreto. Para realizar un plan de actividades deben seguirse los siguientes pasos:

Paso 1: ¿Qué objetivo específico queremos alcanzar?
Paso 2: ¿Cuánto tiempo tenemos para alcanzarlo?
Paso 3: ¿Con qué presupuesto contamos?
Paso 4: Listar las actividades que se requieren para alcanzar el objetivo y establecer prioridades.
Paso 5: Establecer un cronograma de ejecución de actividades.
Paso 6: Asignar recursos humanos, financieros, entre otros, para ejecutar las actividades.
Paso 7: Seguimiento al cumplimiento de la ejecución del plan de acción y correctivos.

C) Monitoreo y evaluación

Basados en los indicadores se podrán hacer los procesos de monitoreo regulares (anuales, por ejemplo) y de evaluación que suelen ser al final del periodo fijado para verificar si se alcanzó o no la meta y las razones de este desempeño.

El monitoreo busca dar seguimiento al plan de trabajo producto de la planificación estratégica, evaluando sistemáticamente los avances y progresos para determinar si hay que introducir correctivos y ajustes en base a los objetivos planteados.

Existen evaluaciones intermedias y lo que se conoce como evaluación final. Las evaluaciones intermedias son herramientas que permiten medir los progresos e impactos que el proyecto va teniendo. El número de evaluaciones intermedias dependerá del gestor y del ciclo de vida del proyecto. Si es un proyecto corto probablemente no amerite evaluación intermedia. Si es un proyecto a 5 años, las evaluaciones podrían ser cada 2 o 3 años.

A la hora de realizar una evaluación se debe elegir bien a los actores que participaran en ella. Podrán ser técnicos, beneficiarios, comunitarios, entre otras. Esto permitirá una evaluación mixta, más rica y objetiva. La evaluación final es una sola y tiene lugar al cierre del proyecto. Los objetivos de ésta son:

(1) Medir el grado de eficacia y eficiencia del proyecto. Eficacia en lo relativo a la capacidad de las actividades desarrolladas para alcanzar los objetivos y eficiencia en relación con el uso de los recursos necesarios para alcanzarlos.
(2) Valorar la conveniencia de replicar el proyecto en el futuro.
(3) Determinar las razones de los éxitos y fracasos.
(4) Establecer otros efectos o consecuencias no previstos inicialmente.

Capítulo 4. Rutas y circuitos: una forma de encadenamiento en el territorio

4.1 Grupos territoriales y encadenamiento a través de rutas y circuitos

Los grupos territoriales pueden impulsar encadenamientos en el territorio como forma de potenciar la visitación, mejorar las experiencias de los turistas; diversificar la oferta, fomentar el gasto turístico local, así como promover redes de apoyo empresarial con base al concepto.

Las rutas y circuitos son estrategias de este tipo lo que potencia la movilidad del visitante, promoviendo tanto el gasto como la acumulación de experiencias en el recorrido, ambos son oportunidades, no sólo de las experiencias temáticas sino de servicios conexos al viaje tales como hoteles, restaurantes, paradas, bombas de combustible, lugares de venta de artesanía, entre otros. Es decir, que de estos productos del territorio se beneficia toda la cadena de valor del turismo local.

Son cada vez más frecuentes las rutas temáticas y circuitos en los destinos turísticos a nivel global. Son como propuesta de orientación al turista que permiten ordenar el territorio y la oferta. Y cabe mencionar que un circuito puede contener rutas temáticas.

Dentro del Proyecto TCS se han generado exitosas experiencias de encadenamientos que han supuesto impactos positivos para el desarrollo local.

4.2 Rutas temáticas

Las rutas temáticas son las que se crean en torno a un tema, el cual puede ser cultural, histórico, natural, entre otros. En el mundo, solo por mencionar algunos, se encuentran la Ruta del Vino, la Ruta del Tequila, la Ruta del Inca, la Ruta Maya, entre otros. Lo importantes es que el tema asegure la coherencia y el contenido del itinerario que funciona como una red al conectar distintos puntos, atractivos y servicios.

Tabla 29. Ejemplo Ruta de Miel en la provincia de Dajabón

Ejemplo	**Ruta de Miel en la provincia de Dajabón**
En varios encuentros con los actores locales se ponían sobre la mesa diversos recursos naturales y culturales que ellos entendían como prioritarios para hacer las intervenciones y ser incluidos en el circuito. Uno de ellos era el Mercado Binacional. El equipo técnico visitó el mercado que se celebra dos días a la semana (lunes y viernes), es un lugar de encuentro de dominicanos y haitianos para ofrecer todo tipo de productos. Sin embargo, a	

pesar de que la experiencia puede resultar interesante, las condiciones de salubridad y seguridad no eran aptas para sumar a Dajabón en un circuito turístico.

Por esta razón se visitó y mapearon todos los recursos naturales y culturales del territorio, evidenciando que la miel era el tema óptimo para el diseño de una ruta. Para esto había múltiples razones:

- ✓ Dajabón producía miel de excelente calidad.
- ✓ Ya tenía un grupo organizado en una asociación de apicultores.
- ✓ Había algunos productos de valor agregado.
- ✓ La localización de algunos apiarios permitía una fácil accesibilidad.
- ✓ La ruta pasaría por casi todo el territorio, ampliando las oportunidades de encadenamiento para beneficiar a más emprendimientos locales.
- ✓ Las tendencias en torno a la salud y la buena nutrición por parte de varios segmentos de turistas potenciales abrían oportunidades para la visita.

Se siguieron los siguientes procesos:

a. Levantamiento y georreferenciación de apiarios.
b. Verificación de elementos «únicos» en cada apiario.
c. Definición de temas en cada apiario, según su localización y características.
d. Creación de guiones de ruta, para el todo y para cada apiario.
e. Diseño de sendero en cada apiario.
f. Adecuación de cada apiario.
g. Señalización en cada apiario.
h. Capacitación de los apicultores para que pudiesen guiar a los visitantes dentro de cada apiario.
i. Verificación de potencialidades de subproductos de la miel con valor agregado (polen, propóleo, jalea real, cera, otros).
j. Creación de logo de ruta.
k. Creación o mejora de envases y empaques para productos.
l. Inclusión de la mujer en el diseño de subproductos.
m. Creación de la Asociación de Mujeres Artesanas de la Miel (Amamiel).
n. Capacitaciones a las miembros de Amamiel.
o. Diseño de 10 nuevos productos a base de miel con la marca DA – JABÓN.
p. Creación de logo DA – JABÓN para los productos de valor agregado (jabones, vinagre, vino de miel o aguamiel, entre otros).
q. Promoción.
r. Coordinación de primeros grupos de visitantes piloto.
s. Coordinación de viajes de prensa.
t. Coordinación de viajes de familiarización de profesionales del sector turístico con el apoyo de la Dirección de Turismo Nacional del MITUR.

4.3 Circuitos temáticos

Por su parte el circuito turístico articula diferentes destinos, lo que permite al visitante tener la experiencia diversificada de atractivos culturales y naturales en un área geográfica definida. Los circuitos inician y acaban en el mismo punto, pero no pueden pasar por el mismo lugar. Así como se

ha mencionado anteriormente, un circuito puede contener rutas temáticas, senderos, entre otros. A continuación, se presenta un ejemplo de buenas prácticas de la subregión Cibao Noroeste (CNOE).

Tabla 30. Ejemplo Circuito «Esencia de Sabor» y 4 rutas temáticas

Buenas prácticas	**Circuito temático formado por rutas temáticas** **Circuito «Esencia de Sabor» y 4 rutas temáticas**
El Cibao Noroeste es una zona del Cibao poco conocida incluso por los mismos dominicanos. Sin embargo, cuenta con muchas riquezas y, sobre todo, ha logrado mantener en el tiempo muchas tradiciones dominicanas de antaño. Cuenta con un bagaje histórico interesante y múltiples recursos naturales. En esta subregión se creó el circuito turístico «Esencia de Sabor». Para su creación, se dieron los siguientes pasos: **1.** Taller ampliado, con actores de toda la región (y sus 4 provincias) para explicarles los alcances del proyecto. **2.** Se crearon las primeras células de acción en cada provincia: Valverde, Santiago Rodríguez, Dajabón y Montecristi. **3.** Estas células de acción no eran más que un grupo pequeño de personas que estuvieron dispuestos a impulsar y empujar conjuntamente con los técnicos de TCS los procesos de creación de los grupos comunitarios. **4.** Posteriormente se desplegaron talleres provinciales para ir definiendo los recursos locales existentes. **5.** Se crearon las rutas y estas se articularon al circuito «Sabor» **6.** El nombre de «Sabor» fue el producto de dinámicas grupales, dirigidas y facilitadas, que perseguían buscar una denominación que reflejase la riqueza conjunta de toda la región. **7.** Hoy existen cuatro rutas y cuatro grupos del territorio en CNOE. ¿Por qué se llamó al circuito «Sabor»? Cada uno de los territorios cuenta con elementos propios afines a este término que abarca varias connotaciones. Sabor, como sentido del gusto vinculado al disfrute de la gastronomía; el "sabor" de sus ritmos musicales que complacen al oído; el "sabor" de su gente, alegre, entusiasta, trabajadora y cariñosa que agrada al visitante con un cálido abrazo (tacto); el "sabor" de sus paisajes, verdes, azules que impactan la vista; los olores de la naturaleza, del mar, de los ríos y los bosques mezclados con los aromas del casabe recién horneado o del chivo liniero con efluvios de orégano. Dentro del circuito «Esencia de Sabor» se pueden visitar cuatro rutas cuya secuencia lógica se define por el propio trazado de la red vial de la región. Las rutas son, empezando por Valverde: · La **Ruta de las Margaritas**: consiste en subirse a un vehículo típico, una motoneta cuyo rasgo identitario es que han sido pintadas a mano por artistas locales inspirados en paisajes y temas de la provincia. En esta ruta se visitan diversos puntos de interés histórico – cultural de Mao, Valverde. · La **Ruta del Casabe**: localizada en la provincia de Santiago Rodríguez, supone un recorrido por fábricas de casabe, herencia o legado indígena, así como las plantaciones de yuca amarga que es la utilizada para hacer este producto.	

· La **Ruta de la Miel**: localizada en Dajabón. La ruta supone visitar varios apiarios, cada uno con una connotación distinta; unos producen miel de bosque seco, otros producen miel de bosque húmedo. Algunos apiarios producen productos de valor agregado como hidromiel, polen, propóleos, jalea real, entre otros.
· La **Ruta de la Aventura**: permite tener experiencias en avistamiento de aves o kayak en la hermosa Bahía de Manzanillo en Montecristi.

Se suman a estas cuatro rutas encadenadas entre sí, otros productos de la región del CNOE como son: visita a la zona del "Chivo Liniero" (propuesta gastronómica local en base a carne de chivo sazonada con orégano); visitas a plantaciones de banano orgánico, entre otros puntos de interés.



4.4 Hacia la sostenibilidad de estos encadenamientos territoriales

Los grupos territoriales para poder ser sostenibles en el tiempo tienen que cumplir con las siguientes condiciones:

- ✓ Respeto a sus estatutos y rotación de liderazgo en cada uno de los GT que conforman el circuito para mantener la coherencia del todo.
- ✓ Contar con una estrategia de desarrollo a implementar y seguir a nivel de circuito.
- ✓ Hacer alianzas estratégicas fuertes, en favor del circuito y sus rutas provinciales.
- ✓ Buscar fondos de financiamiento propios (ya sea por aportes del sector público y privado), en apoyo al circuito y a las rutas provinciales.
- ✓ Buscar fondos externos (a través de ventanillas de financiamiento de proyectos), en apoyo al circuito y a las rutas provinciales.
- ✓ Velar por que se cumplan estrictos criterios de seguridad (Ej. Se implementaron criterios

de Bioseguridad a causa de la pandemia en los distintos territorios TCS). En todos los niveles: circuito, rutas, unidades productivas y empresas de servicios turísticos.

4.5 Otros beneficios del encadenamiento productivo

El encadenamiento, a través de circuitos y rutas temáticas, permite la inclusión continua de nuevos productos y servicios, tanto directos del turismo (ej. un hotel) como indirectos (ej. una farmacia). Este hecho de permitir y motivar la inclusión de varios tipos de negocios, amplía las posibilidades de financiamiento, que puede ser por parte de los actores involucrados en la promoción del destino o por servicios de la organización de gestión de destino (OGD) a estas empresas (capacitaciones, visitas de prensa, apoyo con apertura a ventanillas de financiamiento, entre otros).

Esta apertura a su vez mejora la experiencia del visitante, que encontrará un territorio articulado con todos los productos y servicios que pueda requerir durante su visita, contando además con la oportunidad de un contacto directo con los aspectos culturales más auténticos de cada territorio.

Parte III. Entidades gubernamentales aliadas

Capítulo 1: Importancia de las entidades gubernamentales

Son tantos los retos y las necesidades de gestión en un territorio que la mejor manera de avanzar es mediante la asignación de los roles con base a su correspondencia. El Estado cuenta con una función y responsabilidades de diversas áreas de acción para el apoyo a la formación y fortalecimiento de los grupos territoriales y de destinos turísticos.

Es menester que el Ministerio de Turismo (MITUR) impulse la cooperación interministerial y dirija los esfuerzos institucionales (económicos y técnicos) a apoyar el desarrollo sostenible del turismo, como un eje transversal de la economía y uno de los principales sustentos de la economía nacional.

Uno de los objetivos del Proyecto TCS era demostrar las oportunidades que se abren al trabajar interinstitucionalmente, buscando el compromiso de las entidades del Estado vinculadas al turismo. Para ello, se creó una mesa de coordinación entre el MITUR, Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (Infotep), Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (Mepyd), Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Mimarena) y Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) y se hicieron esfuerzos por crear esas alianzas que se tradujeron en mejores resultados y el fortalecimiento de los grupos del territorio.

A continuación, se presenta una posible forma de alianzas de las instituciones gubernamentales para la formación y fortalecimiento de los grupos territoriales que trabajan para la gestión de destinos.

Capítulo 2: Ministerio de Turismo (MITUR)

2.1 Funciones del MITUR en los destinos turísticos

Conociendo que existe un concepto de amplia aceptación global, de uso generalizado en el sistema turístico mundial, de lo que es una Organización de Gestión de Destino (OGD), la República Dominicana a través de su Ministerio de Turismo está haciendo lo necesario para iniciar la instalación de estas organizaciones en el territorio dominicano, más concretamente en los destinos turísticos existentes.

Y es que ya se ha evidenciado la necesidad imperativa de gestionar los espacios turísticos bajo estructuras técnicas, como se establece en la definición presentada en párrafos anteriores, que respondan a una estrategia y a una planificación.

La potestad del Estado, a través de sus instituciones sectoriales, incluye las regulaciones y el ordenamiento jurídico. Por ello el MITUR es la entidad llamada a impulsar los aspectos de gestión de destinos turísticos que tienen que ver con la normativa aplicada; la zonificación del espacio turístico; densidades; planificación de servicios varios (accesos viales, aéreos, marítimos); formalización empresarial; aspectos de seguridad local; entre otros. Potestades que no pueden ser delegadas a ningún otro órgano, aunque también trabaje en la gestión del destino. El rol del Estado es intransferible y debe asumirlo, aunque deba buscar para ello el concurso y la opinión de los actores del sector turístico del territorio.

Dentro de las funciones del MITUR en los destinos turísticos están:

1. Capacitar y crear capacidades locales.
2. Promover el plan de uso de suelo y Plan de Ordenamiento Territorial (POT) turístico.
3. Impulsar la señalización vial.
4. Crear Centros de Información Turística (con personal técnico que pueda gestionar la información turística) y Puntos de Información Turística (PIT) para difundirla.
5. Impulsar la innovación.
6. Tener una estrategia de inteligencia de mercado.
7. Otros a que haya lugar.

Porque una imagen vale más que mil palabras, insertamos la siguiente secuencia fotográfica de un destino con gran potencial y atractivo que no contó con una planificación de desarrollo turístico, a pesar de los esfuerzos del sector privado por impulsarlo sostenibleme nte; esta ausencia del Estado en su rol de planificador-regulador está ocasionando impactos que saltan a la vista. Caso Bayahibe.

Tabla 31. Bayahibe, un caso donde no hubo la planificación

Caso	**Bayahibe, un caso donde no hubo la planificación**

Estas son imágenes de Bayahibe, pueblo pesquero, Distrito Municipal de la provincia de La Altagracia, que desde mediados de los años 70 inició un proceso lento de desarrollo turístico sin planificación. Para el 2000 empieza un proceso de articulación del sector turístico local a través de una Asociación de Hoteles (AHRB). Posteriormente un clúster turístico emana de la inserción de las Mipymes turísticas locales a la AHRB.



A pesar de proyectos implementados por estas organizaciones locales, el Estado no asumió su rol regulador provocándose una expansión del desarrollo descontrolada, y poco armónica con el hermoso poblado de otrora. Esta imagen evidencia la importancia de las OGD en el territorio, más allá de cualquier iniciativa de articulación social, que siempre serán un excelente apoyo.

2.2 Oficina de Gestión de Destino

El MITUR cuenta con cerca de 20 oficinas regionales y provinciales. A la fecha, se evidencia que existen grandes lagunas técnicas en los equipos de trabajos. Es relativamente reciente la creación, dentro del ministerio del viceministerio de gestión de destinos que está en proceso de gestar un plan para la instalación de las primeras organizaciones de gestión de destinos.

Aún es un proyecto puntual, pero podría materializarse en un futuro cercano dado que, cada vez son más apremiantes este tipo de estructuras técnicas, partiendo de la necesidad de gestionar y manejar el territorio turístico desde la integralidad.

Capítulo 3. Otras entidades aliadas

La combinación de fortalezas y mandatos del Estado en sus distintas dependencias, así como el concurso de los recursos institucionales permiten potenciar los resultados a través de alianzas estratégicas

Los territorios tienen mayor o menor éxito en la medida en que son capaces de crear alianzas estratégicas con los eslabones de la cadena de valor, organismos del gobierno local o central, o con agencias de cooperación o asociaciones del sector privado, por citar algunas.

El Ministerio de Turismo puede aprovechar los mandatos de otros organismos del Estado para alcanzar mayores y mejores impactos en los destinos. Veamos solo algunas de las organizaciones que pueden ser objeto de alianzas por el turismo.

3.1 Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)

El Infotep es el organismo rector del sistema nacional de formación técnico profesional de República Dominicana, creado mediante la Ley 116, del 16 de enero de 1980, y regulado por el reglamento 1894, del 11 de agosto del mismo año. Es una organización autónoma del Estado, investida de personalidad jurídica, de carácter no lucrativo y patrimonio propio, dirigida por una junta de directores de estructura tripartita, integrada por los sectores oficial, empresarial y laboral, y administrada por una dirección general.

Las funciones principales que desempeña el INFOTEP son:

- ✓ **Organizar y regir** el sistema nacional de formación técnico profesional que, con el esfuerzo conjunto del Estado, de los trabajadores y de los empleadores, enfoque el pleno desarrollo de los recursos humanos y el incremento de la productividad de las empresas, en todos los sectores de la actividad económica.

- ✓ **Impulsar la promoción social** del trabajador, a través de su formación integral, para hacer de él un ciudadano responsable, poseedor de los valores morales y culturales necesarios para la armonía y la convivencia nacional.

Visión: ejercer con efectividad la rectoría del sistema nacional de formación técnico profesional y ofrecer servicios innovadores con los más altos estándares de calidad a los grupos de interés.

Misión: contribuir al desarrollo económico y social del país, a través de la prestación de servicios de formación técnico profesional y apoyo a la productividad.

El INFOTEP ofrece programas de formación técnica en los destinos turísticos por eslabón, es decir, dirigidos a: hotelería, restauración, atención al cliente, entre otros. Puede asimismo crear cursos de formación técnica en las áreas donde existan vacíos formativos, tal como se presenta a continuación:

Tabla 32. Listado de cursos impartidos por Infotep para el fortalecimiento de gestión territorial (pending)

No.	Nombre del curso
1	Gestor Comunitario de Desarrollo de Turismo Sostenible
2	Gestor de turismo sostenible basado en la comunidad
3	Emprendedor de turismo comunitario sostenible

3.2 Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD)

Partiendo su mandato institucional legal, el MEPYD tiene las siguientes funciones:

- ✓ Ser el órgano rector del Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública y del Ordenamiento y la Ordenación del Territorio.
- ✓ Ejercer la rectoría del Sistema Nacional de Cooperación Internacional No Reembolsable.
- ✓ Formular la Estrategia Nacional de Desarrollo y el Plan Nacional Plurianual del Sector Público, incluyendo la coordinación municipal, provincial, regional, nacional y sectorial para garantizar la debida coherencia global entre las políticas, planes, programas y acciones.
- ✓ Formular y proponer al consejo de gobierno una política de desarrollo económico, social, territorial y administrativa sostenible, tomando en cuenta el uso racional y eficiente de los recursos productivos e institucionales, así como promoviendo la equidad de género.
- ✓ Coordinar la formulación y ejecución de los planes, proyectos y programas de desarrollo de los organismos públicos, comprendidos en el ámbito del Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública.
- ✓ Evaluar los impactos logrados en el cumplimiento de las políticas de desarrollo económico, social, territorial, administrativos y de recursos humanos mediante la ejecución de los programas y proyectos a cargo de los organismos del sector público.
- ✓ Establecer las políticas en materia de la cooperación internacional no reembolsable, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- ✓ Negociar y acordar con los organismos multilaterales y bilaterales de financiamiento la definición de la estrategia para el país en lo que respecta a la identificación de las áreas, programas y proyectos prioritarios a ser incluidos en la programación de dichos organismos.
- ✓ Definir, en consulta con los organismos involucrados, los compromisos no financieros que se acuerden con los organismos multilaterales y bilaterales, dando seguimiento al cumplimiento de los mismos.

El MEPYD tiene la potestad de coordinar apoyos internacionales por ser este el ente articulador con las agencias, bilaterales y multilaterales. Ademas, identificando las necesidades del sector turístico puede orientar asistencias y préstamos para el turismo. Ejemplo de esto es el Préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo para el Programa de Fomento de Ciudad Colonial en Santo Domingo. Y para la formación y fortalecimiento de los grupos territoriales, pudiera apoyar la coordinación de la participación de las entidades del Estado.

3.3 Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Mimarena)

Como entidad del Estado, las funciones esenciales del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales son, entre otras, las siguientes:

- ✓ Elaborar, ejecutar y fiscalizar las políticas sobre medioambiente y recursos naturales.
- ✓ Dar cumplimiento a los acuerdos internacionales ratificados por el país en los temas relativos al medioambiente y los recursos naturales.
- ✓ Impulsar la incorporación de la dimensión ambiental y de uso sostenible de los recursos naturales en el Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública.
- ✓ Elaborar y supervisar la aplicación de instrumentos de gestión ambiental que incorporen la valoración ecológica y económica de los ecosistemas y recursos naturales e incentiven los métodos de producción y consumos sostenibles, de conformidad con la legislación vigente.
- ✓ Administrar los recursos naturales de dominio del Estado y velar por su aprovechamiento sostenible integrado.
- ✓ Garantizar la conservación y el uso sostenible del patrimonio natural de la nación, a fin de mantener la producción de los bienes y servicios que proveen los ecosistemas y la diversidad biológica.
- ✓ Prevenir y controlar la contaminación del medioambiente y de los recursos agua, suelo y aire.
- ✓ Garantizar el acceso a la información, a la educación y a la participación en asuntos ambientales.

Un ejemplo de colaboración interministerial pudiese ser la formación de guías intérpretes de la naturaleza, formados y certificados por este ministerio para trabajar de forma exclusiva en áreas protegidas específicas. Son guías muy especializados en el territorio que tienen la capacidad de elevar los niveles de satisfacción de la experiencia del turista.

Así mismo, orientar procesos a través de reuniones, en todo lo relacionado a temas de gestión ambiental. Dar colaboración y jugar un rol importante a la hora de establecer y fortalecer unidades productivas establecidas en áreas protegidas o con entidades que ofrecen un producto de naturaleza. Además, se encargan de capacitar y certificar guías en áreas protegidas.

3.4 Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM)

El MICM es el órgano rector y el encargado de la formulación, adopción, seguimiento, evaluación y control de las políticas, estrategias, planes generales, programas, proyectos y servicios de los sectores de la industria; exportaciones; el comercio interno y el comercio exterior; las zonas francas; regímenes especiales y las Mipymes, incluida la comercialización, el control y el abastecimiento del mercado de derivados del petróleo y demás combustibles, conforme a los lineamientos y prioridades del gobierno central.

Visión: ser una institución referente nacional y regional en el diseño, formulación y ejecución de políticas, planes y programas; gestionando de manera eficiente, innovadora y transparente el fomento y regulación de los sectores de la industria, el comercio y las Mipymes, con un equipo íntegro, competente y altamente comprometido con el desarrollo del país.

Misión: impulsar el desarrollo de la industria, el comercio y las Mipymes, facilitando su crecimiento sostenible y la generación de empleos de calidad, mediante el diseño y ejecución de políticas públicas y la regulación eficiente de las actividades productivas, propiciando la competitividad de esos sectores.

El MICM cuenta con un programa de apoyo a micro, pequeña y mediana empresa a nivel nacional a través de los llamados Centros PYMES localizados en diversos puntos del país. Estos centros cuentan con programas y servicios de desarrollo empresarial en materia de gerencia, elaboración de planes de negocios, innovación, calidad, asociatividad, transformación tecnológica, formalización de empresas, inteligencia de negocios, capacidad de exportación, encadenamientos productivos, enlaces sectoriales, mejora de la productividad, emprendimientos y otros.

3.5 Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC)

Otra entidad que es importante considerar es el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones que juega las siguientes funciones.

- ✓ Desarrollar y establecer los reglamentos sobre los cuales deben regirse las actividades relacionadas con la construcción en sentido general.
- ✓ Planificar, programar la ejecución y efectuar los estudios socioeconómicos y técnicos de proyectos viales y de edificaciones requeridos para garantizar el establecimiento de las adecuadas redes de comunicación terrestre, aérea y marítima en todo el territorio nacional.
- ✓ Garantizar la calidad en la ejecución de obras de ingeniería y arquitectura en el país, mediante el análisis, evaluación y supervisión de planos, presupuestos de obras, así como, calidad técnica del personal involucrado en la actividad.
- ✓ Fiscalizar y supervisar las obras públicas en ejecución para garantizar que se cumpla con las normas y reglamentos establecidos para dicha actividad, así como, que se cumpla con las especificaciones establecidas en las contrataciones de obras.
- ✓ Propiciar la participación de los actores del sector construcción a través de la realización de los concursos y sorteos requeridos para la ejecución de obras.
- ✓ Asegurar la calidad y cantidad de materiales utilizados en los proyectos de construcción, realizando los análisis correspondientes para garantizar que se cumpla con las especificaciones técnicas establecidas.
- ✓ Realizar el mantenimiento de las redes viales del país para garantizar la segura y efectiva comunicación terrestre en el territorio nacional.
- ✓ Establecer, supervisar y controlar el sistema de peajes nacionales a fin de asegurar los recursos necesarios para el mantenimiento vial.

El MOPC es el llamado a ejecutar las redes viales del país y señalizarlas. Mediante una alianza con el MITUR pudiesen mejorar estas condiciones en las rutas y circuitos turísticos que se desarrollen.

Índice de tablas

Tabla 1. Ejemplo de Destination Marketing Organization (DMO) enfocado en marketing 6
Tabla 2. Ejemplo de DMO bajo el precepto de MANEJO del territorio.....6
Tabla 3. Listado clústeres turísticos de la República Dominicana reconocidas por Consejo Nacional de Competitividad (CNC).....9
Tabla 4. Aportes al destino por parte de los clústeres.....10
Tabla 5. Consejo de Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES).....11
Tabla 6. Cuadro comparativo de funciones y alcances del sector público y privado dentro de un grupo territorial 15
Tabla 7. Grupo territorial del Proyecto TCS (subregiones y nivel de alcance territorial).....16
Tabla 8. Listado de grupos territoriales y grupos sub regionales en la región Norte 17
Tabla 9. Aspectos y claves para la conformación y fortalecimiento de los grupos territoriales.....19
Tabla 10. Ejemplo Clave 1-1: Considerar la participación mixta, público-privada.....20
Tabla 11. Caso UMPC-Sosúa 20
Tabla 12. Ejemplo Clave 1-2: Involucrar a los beneficiarios directos como integrantes del grupo.....22
Tabla 13. Ejemplo Clave 1-3: Identificar y tener una organización/institución clave/ancla.....23
Tabla 14. Ejemplo Clave 2-1: Identificar nivel/escala de territorio adecuado 24
Tabla 15. Ejemplo buenas prácticas Grupo Regional de Cibao Noroeste.....25
Tabla 16. Ejemplo Clave 2-2: Fortalecer primero los productos para luego encadenarlos en el territorio 26
Tabla 17. Ejemplo Clave 3-1: Identificar y crear productos y servicios anclas que destaquen en el territorio 27
Tabla 18. Ejemplo Clave 3-2: Crear una marca local que identifique y fomente el orgullo 28
Tabla 19. Clave 3-3: Considerar la cadena del valor.....29
Tabla 20. Ejemplo Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario.....30
Tabla 21. Ejemplo 2 Clave 4-1: Identificar y establecer un liderazgo con visión comunitaria: gestor comunitario.....31
Tabla 22. Ejemplo Clave 6-1: Fortalecer la capacidad local.....32
Tabla 23. Mapeo de actores.....35
Tabla 24. Ejemplo levantamiento de listado de los recursos locales.....37
Tabla 25. Método de levantamiento de oferta del territorio 38
Tabla 26. Método de Identificación de los recursos locales participativa.....39
Tabla 27. Ejemplo Fichas de recursos locales.....40
Tabla 28. Ejemplo FODA.....43
Tabla 29. Ejemplo Ruta de Miel en la provincia de Dajabón.....45
Tabla 30. Ejemplo Circuito «Esencia de Sabor» y 4 rutas temáticas.....47
Tabla 31. Bayahibe, un caso donde no hubo la planificación.....51
Tabla 32. Listado de cursos impartidos por Infotep para el fortalecimiento de gestión territorial (pending).....53

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Etapa de desarrollo de organización: TCS en la República Dominicana.....15
Ilustración 2. Esquema del grupo territorial e integración comunitaria de CODEJAN.....22
Ilustración 3. Ejemplo Listado de los recursos locales 39
Ilustración 4. Ejemplo Mapa de los recursos locales.....39

Referencias

Banco Internacional de Desarrollo (BID). (2005). *BID apoya proyecto para gestión turística sostenible en República Dominicana*. https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2005-11-18/bid-apoya-proyecto-para-gestion-turistica-sostenible-en-republica-dominicana%2C1283.html.

Barrado Timón, Diego A. (2004). *El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial,* en: Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Revista *Estudios Turísticos*, no. 160, pp. 45-68

Consejo Nacional de Competitividad (CNC). (2016). *Informe preliminar sobre el cluster turísticos de Montecristi y recomendaciones para su fortalecimiento.* https://cnc.gob.do/index.php/es/biblioteca/clusteres/category/56-cluster-turistico-de-montecristi.

Consejo para el Desarrollo Estrategico de Santiago (CDES). (s.f.). *https://cdes.do/consejo-para-el-desarrollo-estrategico-de-santiago/.*

Edson Larrea Sanchéz. (2020). *Qué es la Organización de Gestión de Destinos (OGD) y su importancia en la planificación de un territorio.* https://www.entornoturistico.com/que-es-la-organizacion-de-gestion-de-destinos-ogd-y-su-importancia-en-la-planificacion-de-un-territorio/.

Gobierno de La Rioja. (2018). *Plan parcial de excelencia turística 2018/2021.* https://web.larioja.org/plan?n=pla-plan-parcial-de-excelencia-turistica-2018-2021

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú. (s.f.). *Mapeo de Actores.* https://www.ana.gob.pe/2019/consejo-de-cuenca/pampas/AI.

Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (Mepyd). (s.f.). *Ley 1-12 Estrategia nacional de desarrollo 2030.* https://mepyd.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/end/marco-legal/ley-estrategia-nacional-de-desarrollo.pdf.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD) – Preparando las OGD de cara a nuevos retos.* https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos.

Silva, Miguel. (2010). *Guía para identificación de recursos locales basado participación de los actores locales,* Proyecto de Turismo Sostenible Basado en la Participación Público-Privada para la Provincia de Puerto Plata (Turisopp).

Swisscontact. (2014). *Conceptos básicos para la Gestión de Destinos Turísticos*, Lima, Arkabas, en: Edson Larrea Sanchéz. (2020). https://www.entornoturistico.com/que-es-la-organizacion-de-gestion-de-destinos-ogd-y-su-importancia-en-la-planificacion-de-un-territorio/.

The Division of Culture and Arts. (s.f.). *Directory of Florida Direct Marketing Organizations (DMOs).* https://dos.myflorida.com/cultural/info-and-opportunities/resources-by-topic/cultural-tourism-toolkit/directory-of-florida-direct-marketing-organizations-dmos/.

World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI:* https://doi.org/10.18111/9789284420858.

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

Ministerio de Turismo República Dominicana

INFOTEP

JICA

添付資料13

現地研修等実施リスト
（西語）

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto TCS

Cuadro General de Actividades durante el año 2019

Mes	Total Sensibilizados	Total Capacitados	Nivel Nacional	Total general por Mes
Enero	16	0	19	35
Febrero	168	79	61	308
Marzo	80	86	38	204
Abril	39	42	23	104
Mayo	11	116	13	140
Junio	29	33	81	143
Julio	0	0	0	0
Agosto	13	0	12	25
Septiembre	40	0	4	44
Octubre	40	0	44	84
Noviembre	27	158	49	234
Diciembre	38	27	76	141
Total Año 2019	501	541	420	**1462**

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto TCS

Cuadro General de Actividades durante el año 2018

Mes	Total Sensibilizados	Total Capacitados	Nivel Nacional	Total general por Mes
Enero	8	14	13	35
Febrero	22	97	51	170
Marzo	13	66	4	83
Abril	11	40	36	87
Mayo	200	33	28	261
Junio	0	30	248	278
Julio	20	35	14	69
Agosto	260	19	26	305
Septiembre	121	59	14	194
Octubre	30	0	29	59
Noviembre	41	28	10	79
Diciembre	3	55	2	60
Total Año 2018	729	476	475	**1680**

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto TCS

Cuadro General de Actividades durante el año 2017

Mes	Total Sensibilizados	Total Capacitados	Nivel Nacional	Total general por Mes
Enero				0
Febrero	105	0	17	122
Marzo	7	38	8	53
Abril	0	7	0	7
Mayo	3	0	0	3
Junio	6	0	8	14
Julio	0	0	8	8
Agosto	0	18	13	31
Septiembre	0	0	0	0
Octubre	28	11	19	58
Noviembre	0	53	30	83
Diciembre	37	29	15	81
Total Año 2017	186	156	118	**460**

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

DICIEMBRE 2019

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	diciembre	Reunión	Exponer avances feria binacional Frontera viva.	Dajabón	Cibao Noreste	Comunidades fronterizas	56	Anyl Díaz
2	1	diciembre	Visita	Acompañamiento al Doctor Shikisda en visita a Monción	Monción	Cibao Noreste	Comunidad de Monción	16	Ámbar Liberato
3	3	diciembre	Sensibilización	Reunión con AMAMIEL, en diálogo y ventas de productos OXFAM y para coordinar acciones próximo año, APIARIO José Aquiles, Santiago de la Cruz	Dajabón	Cibao Noreste	AMAMIEL, Apiarios, Productos OXFAM	22	Anyl Díaz
4	3	diciembre	Reunión	Reunión con ADELVA 3 y 4 de diciembre	OPT Mao	Cibao Noreste	Representantes ADELVA	3	Ámbar Liberato
5	3	diciembre	Acompañamiento	Recorrido con grupo comunitario El Gallo	El Cupey, Puerto Plata	Cibao Norte	Comunidad El Gallo	6	Alberto Martínez, Dionar González
6	4	diciembre	Capacitación	Ensayo de guión del tour de la Muñeca sin Rostro	Higuerito, Moca	Cibao Norte	UP ASCARTEH	6	Alberto Martínez
7	5	diciembre	Reunión	Verificación de avances Unidades Productivas y GT de Cibao Norte	Cabarete, Puerto Plata	Cibao Norte	UP y GT Cibao Norte	6	Alberto Martínez, Dionar González
8	5	diciembre	Acompañamiento	Participación en Capacitaciones Sonido del Yaque. Con L1	Jarabacoa	Cibao Sur	UP Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
9	6	diciembre	Reunión	Reunión para discutir plan de actividades del Noroeste 2020	OPT Mao	Noroeste	UP y GT Cibao Noroeste	-	Ámbar Liberato
10	6	diciembre	Reunión	Elaboración de programa curso de líderes comunitarios L2	Santiago	Cibao Norte	Líderes UP y GT Cibao Norte	12	Alberto Martínez, Dionar González
11	6	diciembre	Reunión	Reunión de Planificación con equipo DPP Cabarete	Cabarete, Puerto Plata	Cibao Norte	DPP Cabarete	-	Alberto Martínez
12	7	diciembre	Reunión	Organizar con OPT La Vega para espacio Oficina	La Vega	Cibao Sur	OPT La Vega	-	Timoteo Cedeño
13	9	diciembre	Reunión	Organización intervenciones La Cotorra.	Constanza, La Vega	Cibao Sur	UP La Cotorra	-	Timoteo Cedeño
14	9	diciembre	Acompañamiento	Recorrido por la comunidad del Gallo	Cupey, Puerto Plata	Cibao Norte	Comunidad El Gallo	-	Alberto Martínez, Dionar González
15	9	diciembre	Reunión	Reunión Programa de Articulación de turismo comunitario sostenible.	Santiago	Cibao (General)	TCS	12	Timoteo Cedeño
16	9	diciembre	Acompañamiento	Participación en Taller para contenido de Programa de Capacitaci on L12	INFOTEP, Santiago	Cibao (General)	TCS	-	Ámbar Liberato, Mercy Fernández
17	11	diciembre	Visita	Visita a UP La Angostura	Jarabacoa	Cibao Sur	UP Angostura	20	Timoteo Cedeño
18	12	diciembre	Capacitación	Taller Promoción Autónoma y Desarrollo de productos, Sonido del Yaque 12 y 13 de diciembre	Jarabacoa	Cibao Sur	UP Sonido del Yaque	21	Timoteo Cedeño, Mercy Fernández, Dionar Gonz alez
19	12	diciembre	Levantamiento	Levantamiento para Fotos de productos de la miel APIARIO Doña Isabel	Partido, Dajabón	Cibao Noreste	Apiario Doña Isabel	8	Anyl Díaz
20	12	diciembre	Capacitación	Taller de promoción autónoma Los Calabazos	Jarabacoa	Cibao Sur	Comunidad Los Calabazos	21	Alberto Martínez
21	13	diciembre	Capacitación	Taller Piloto Gestor de Productos TCS.	Jarabacoa	Cibao Sur	TCS	18	Alberto Martínez, Dionar González, Mercy Fernández
22	13	diciembre	Capacitación	Taller con L1 en Sonido del Yaque	Jarabacoa	Cibao Sur	Sonido del Yaque	-	Mercy Fernández
23	13	diciembre	Capacitación	Taller sobre Desarrollo de productos turísticos Los Calabazos	Jarabacoa	Cibao Sur	Comunidad Los Calabazos	21	Alberto Martínez
24	16	diciembre	Reunión	Conclusión del Plan Piloto en Sonido Del Yaque	Jarabacoa	Cibao Sur	Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
25	15	diciembre	Reunión	Comité de Coordinación Conjunta y avances de ruta cultural	Moca, Español	Cibao Norte	Ruta Cultural Español	6	Alberto Martínez
26	16	diciembre	Reunión	Revisión de avances con Sr. Aoki	INFOTEP, Santiago	Cibao Norte	TCS	2	Mercy Fernández
27	16	diciembre	Capacitación	Taller Desarrollo de Producto Sonido del Yaque	Jarabacoa	Cibao Sur	Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
28	17	diciembre	Reunión	Reunión para discutir plan de actividades del Noroeste 2020	ADETDA, Dajabón	Cibao Noreste	UP y GT Cibao Noroeste	2	Ámbar Liberato
29	18	diciembre	Acompañamiento	Participación de Asamblea informativa de ADETDA	Dajabón	Cibao Noreste	ADETDA	28	Anyl Díaz

Total Sensibilizados: 38
Total Capacitados: 27
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 65

NIVEL NACIONAL									
1	2	diciembre	Reunión	Presentación de los planes de acción de los becarios del curso especial para contrapartes en Japón, octubre 14 a noviembre 2 de 2019, con la participación del Dr. Shikida	Santo Domingo	Nacional	Becarios y contrapartes	30	Kirssy Báez
2	2	diciembre		Reunión Shikida-san	Santo Domingo	Nacional	Shikida san	2	Noriyuki Then
3	2	diciembre	Acompañamiento	Participación en reunión para Exponer temas referentes a capacitación (nuevo programa) y avances coordinadora senior Sra. Lisette Gil.	DPP MITUR, Santo Domingo	Nacional	TCS	5	Kirssy Báez
4	3	diciembre	Reunión	Reunión con Maribel-san y Reunión con Evelynn-san	Santo Domingo	Nacional	Representantes ADOMPRETUR	6	Noriyuki Then
5	4	diciembre	Reunión	Reunión con Aoki-san para revisión de planes de trabajo	MITUR, Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki Then
6	4	diciembre	Reunión	Reunión con ADAVIT, OPETUR	Santo Domingo	Nacional	Representantes ADAVIT y OPETUR	4	Noriyuki Then
7	5	diciembre	Sensibilización	Socializacion de idea del programa de L2 con curriculo	INFOTEP, Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Mercy Fernández
8	5	diciembre	Reunión	Reunión con Curriculo INFOTEP Central y Tomoko-san y Lissette-san para proponer diseño de nuevo programa.	Santo Domingo	Nacional	INFOTEP y TCS	5	Mercy Fernández
9	5	diciembre	Reunión	Reunión con ADOTUR, ADOMPRETUR	Santo Domingo	Nacional	Representantes ADOTUR y ADOMPRETUR	5	Noriyuki Then
10	9	diciembre	Reunión	Reunión con Magaly Toribio	Santo Domingo	Nacional	Magaly Toribio	2	Noriyuki Then
11	11	diciembre	Sensibilización	Reunión con Fernando Puig y Maribel-san. Introducción del Proyecto TCS al nuevo presidente ADOMPRETUR	Santo Domingo	Nacional	Representantes ADOMPRETUR	5	Noriyuki Then
12	12	diciembre	Reunión	Reunión con Aoki-san para retroalimentación sobre creación de marca	MITUR, Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki Then
13	13	diciembre	Sensibilización	Avances del Proyecto TCS y socializar posibles aportes MEPyD a TCS ODS.	MEPYD, Santo Domingo	Nacional	MEPyD	7	Kirssy Báez
14	13	diciembre	Reunión	Consolidación de puntos para plan de trabajo para elaboración de la marca	DPP MITUR, Santo Domingo	Nacional	TCS	7	Noriyuki Then
15	19	diciembre	Reunión	Participación en representación del Proyecto TCS en la Presentación de los planes de acción de las Sras. Yenirla Marte y Tania García del Dpto. de Áreas Protegidas del Ministerio de Medio Ambiente.	Santo Domingo	Nacional	Representantes Medio Ambiente	6	Kirssy Báez

NIVEL NACIONAL: 76

TOTAL GENERAL: 141

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

NOVIEMBRE 2019

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	noviembre	Reunión	Inicio del Plan Piloto UP sonido del Yaque	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
2	1	noviembre	Acompañamiento	Inicio visita a Cotuí	Cotuí	Cibao Sur	Comunidades Cotuí	-	Timoteo Cedeño
3	1	noviembre	Capacitación	Inicio del Piloto Programa Gestor de Productos de Turismo Sostenible en Sonido del Yaque – seguimiento con Coordinador Cibao Sur Visita de seguimiento a Trabajos de Ruta del Casabe en Monción- Visita con Coordinadora Cibao Noa.	Los Calabazos, Jarabacoa-Monción	Cibao Sur y Cibao Noroeste	UP Sonido del Yaque y Ruta del Casabe	18	Mercy Fernández
4	5	noviembre	Sensibilización	Presentación de plan y actividades del mes a Gladys-san y Arle-san. Input para organización de conferencia con Dr. Shikida acuerdo de ampliar actividad a público fuera de INFOTEP	INFOTEP, Santiago	Cibao Norte	Representantes INFOTEP Regional Norte	3	Mercy Fernández
5	6	noviembre	Visita	Visita UP Agro-ecoturística La Cotorra.	Constanza, La Vega	Cibao Sur	UP La Cotorra	30	Timoteo Cedeño
6	6	noviembre	Sensibilización	Visita a Constanza-presentación del Proyecto y levantamiento de información para completar fichas y detectar posibles necesidades de intervención. Del 6 al 11 de noviembre.	La Cotorra, Constanza	Cibao Sur	Cluster de Constanza	4	Mercy Fernández
7	7	noviembre	Reunión	Reunión con Consejo de Desarrollo Turismo Sostenible de las Galeras	Las Galeras	Cibao Nordeste	Consejo Desarrollo Las Galeras	-	Alberto Martínez, Dionar González
8	7	noviembre	Reunión	Reunión con AMAMIEL Asociación de apicultores	Dajabón	Cibao Noroeste	AMAMIEL	-	Anyl Díaz
9	8	noviembre	Visita	Visita de validación de producto de kayak San Lorenzo.	Sánchez, Samaná	Cibao Nordeste	Kayak San Lorenzo	-	Alberto Martínez, Dionar González
10	8	noviembre	Reunión	Participación en Capacitaciones Sonido del Yaque	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
11	10	noviembre	Visita	Presa trip con la prensa local de DAJABON Ruta de la miel	Dajabón	Cibao Noroeste	Prensa de Dajabón y Ruta de la Miel	-	Anyl Díaz
12	11	noviembre	Reunión	Organizar con OPT La Vega para espacio Oficina	La Vega	Cibao Sur	TCS	-	Timoteo Cedeño
13	12	noviembre	Reunión	Concluir Espacio Oficina OPT La Vega	La Vega	Cibao Sur	TCS	-	Timoteo Cedeño
14	12	noviembre	Sensibilización	Reunión con AMAMIEL y Centro MIPyMES ISA	Centro de Acopio de Apicultores, Dajabón	Cibao Noroeste	AMAMIEL y Centro MIPyMES ISA	10	Ámbar Liberato, Anyl Díaz
15	12	noviembre	Reunión	Reunión GT de Dajabón, Ayuntamiento	Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón	-	Ámbar Liberato, Anyl Díaz
16	13	noviembre	Reunión	Expresión de interés por parte de la Universidad PUCMM, a través de escuela de turismo, de seguir colaborando con el proyecto TCS y socialización de intención de evento con Dr. Shikida	PUCMM, Santiago	Cibao Norte		2	Mercy Fernández
17	14	noviembre	Reunión	GT Las Galeras	Las Galeras	Cibao Nordeste	GT Las Galeras	18	Lissette Gil
18	14	noviembre	Reunión	Reunión con el Consejo de Desarrollo de Turismo Sostenible de Las Galeras.	Las Galeras, Samaná	Cibao Nordeste	GT Las Galeras	6	Alberto Martínez
19	15	noviembre	Visita	Visita con Dpto. Curriculo al curso en modo piloto- identificación de nivel de inicio de participantes.	Jarabacoa	Cibao Sur	TCS	-	Mercy Fernández
20	15	noviembre	Reunión	Validación de plan de acción y ruta de kayak	Sánchez, Samaná	Cibao Nordeste	Ruta de Kayak	4	Alberto Martínez, Lissette Gil
21	15	noviembre	Reunión	Acordar tareas de preparación, creación de grupos de whatsapp para organizadoras y staff de TCS, socialización de ideas de ejecución del evento, creación de lista de pendientes	INFOTEP, Santiago	Cibao Norte	TCS	2	Mercy Fernández
22	15	noviembre	Reunión	Validación de plan de acción con directivos de La Laguna Gri- Gri	Río San Juan	Cibao Nordeste	UP Laguna Gri Gri	4	Alberto Martínez, Lissette Gil
23	20	noviembre	Reunión	Reunión con Félix para planificación de próximas actividades con Grupo de Anfitriones y GT	Monción	Cibao Noroeste	Anfitriones de Monción	2	Ámbar Liberato
24	22	noviembre	Reunión	Avances y planes del equipo TCS	Santiago	Cibao Norte	TCS	18	Alberto Martínez, Timoteo Cedeño, Mercy Fernández, Anyl Díaz
25	22	noviembre	Reunión	Participación en reunión regular de equipo TCS para exponer avances del proyecto y los pasos siguientes.	INFOTEP, Santiago	Cibao Norte	TCS e INFOTEP	20	Kirssy Báez
26	23	noviembre	Visita	Presa Trip Dajabón Ruta de la Miel	Dajabón	Cibao Noroeste	Representantes de la Prensa y Ruta de la Miel	30	Ámbar Liberato, Anyl Díaz
27	26	noviembre	Sensibilización	Reunión con Grupo de Anfitriones	Monción	Cibao Noroeste	GT Anfitriones de Monción	5	Ámbar Liberato
28	27	noviembre	Reunión	Reunión Cibao Sur	Bonao	Cibao Sur	TCS	-	Timoteo Cedeño
29	29	noviembre	Acompañamiento	Participación en la Feria Frontera Viva	Club Ensueño Dajabonero, Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidades de Dajabón	-	Ámbar Liberato
30	30	noviembre	Capacitación	Seminario Turismo Sostenible y mecanismo de gestión casos de Japón y RD con Dr. Shikida	PUCMM, Santiago	Cibao Norte	Facilitadores, coordinadore, empresarios, encargados de entidades de la ciudad, estudiantes de turismo PUCMM	140	Mercy Fernández, Lisbeth Santos, Lissette Gil, Á mbar Liberato

Total Sensibilizados: 27
Total Capacitados: 158
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 185

NIVEL NACIONAL									
1	1	noviembre	Viaje de participación	Participación a Curso de Capacitación TCS en Japón Presentación final de plan de Acción	Tokyo, Japón	Japón	Becarios TCS	13	Noriyuki Then
2	2	noviembre	Reunión	Participación en reunión de orientación para becarios al curso especial en Japón. Inducción a los candidatos o becarios del curso especial para contrapartes TCS a ser impartido en Japón del 14 de oct. Al 02 de nov. 2019.	Santo Domingo	Nacional	Becarios TCS	-	Kirssy Báez
3	4	noviembre	Reunión	Participación en Reunión de Monitoreo del Proyecto TCS Exponer los avances del proyecto durante el periodo abril-septiembre 2019 y los pasos siguientes a seguir.	Santo Domingo	Distrito Nacional	Equipo TCS	-	Kirssy Báez
4	11	noviembre	Reunión	Reunión de planificación con Casabero	Santo Domingo	Distrito Nacional	Ruta de Casabe	4	Ámbar Liberato
5	13	noviembre	Reunión	Reunión con hán-san. Retroalimentación de las actividades	Santo Domingo	Distrito Nacional	MITUR	2	Noriyuki Then
6	19	noviembre	Reunión	Reunión con Aoki-san sobre Avances del Proyecto	Santo Domingo	Distrito Nacional	TCS	2	Noriyuki Then
7	20	noviembre	Reunión	Participación en reunión JICA para Socializar actividades realizadas y los avances y planes siguientes.	Santo Domingo	Distrito Nacional	TCS	6	Kirssy Báez
8	21	noviembre	Reunión	Participación en reunión con el Sr. José De Peña. Exponer avances y potencial de pesca deportiva en la Presa De Hatillo. (Natura Base).	Santo Domingo	Distrito Nacional	Representantes Presa de Hatillo	-	Kirssy Báez
9	22	noviembre	Reunión	Reunión Interna Avances y presentación de plan	Santo Domingo	Distrito Nacional	TCS	13	Noriyuki Then
10	25	noviembre	Reunión	Reunión DPP Seguimiento de planes de Acción Participantes JICA	Santo Domingo	Distrito Nacional	MITUR Y TCS	2	Noriyuki Then
11	25	noviembre	Sensibilización	Avances y proyección de la línea de intervención en tema de capacitación para TCS. Nuevo curso L2	INFOTEP, Santo Domingo	Distrito Nacional	TCS	5	Kirssy Báez
12	26	noviembre	Reunión	Reunión con Indira-san Consulta sobre plan de acción Promoción Internacional	Santo Domingo	Distrito Nacional	MEPYD y TCS	2	Noriyuki Then
13	26	noviembre	Reunión	Compartir avances y líneas de acción de ambos proyectos (TCS/BCyT) para ponderar posibles alianzas y trabajo conjunto en favor de la sostenibilidad del turismo.	Santo Domingo	Distrito Nacional	TCS y BCyT	5	Kirssy Báez

NIVEL NACIONAL: 49

TOTAL GENERAL: 234

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

OCTUBRE 2019

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	octubre	Visita	Visita a Unidad Productiva Jarabacoa	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	UP Jarabacoa	-	Timoteo Cedeño
2	1	octubre	Visita	Visita a UP sonido del Yaque	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	UP Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
3	1	octubre	Reunión	Reunión con Apicultores	Manzanillo, Monterrisi	Cibao Noroeste	Apicultores de Monterrisi	10	Ámbar Liberato, Anyl Díaz
4	1	octubre	Reunión	Reunión con AMAMIEL y Manzanillo Eco Aventura	Manzanillo, Monterrisi	Cibao Noroeste	AMAMIEL y Manzanillo Ecoaventura	7	Ámbar Liberato, Anyl Díaz
5	2	octubre	Reunión	Reunión con Ambar y Lisaella	Mao	Cibao Noroeste	TCS	3	Anyl Díaz
6	4	octubre	Reunión	Reunión de Coordinación	Santiago	Cibao Norte	TCS	-	Lissette Gil
7	5	octubre	Reunión	Acompañamiento AMAMIEL en la feria fe y cultura Iglesia católica de Dajabón del 5 al 7 de octubre	Dajabón	Cibao Noroeste	Iglesia católica de Dajabón, AMAMIEL	4	Anyl Díaz
8	7	octubre	Visita	Iniciar visitas OPTs Cibao Sur	La Vega	Cibao Sur	Cibao Sur	-	Timoteo Cedeño
9	8	octubre	Reunión	Galería Taina de plaza artesanal del Imbert.	Imbert	Cibao Norte	Artesanos de Imbert	5	Alberto Martínez, Dionar González
10	8	octubre	Sensibilización	Charla de Proyecto TCS a guías Nacionales.	Puerto Plata	Cibao Norte	Guías Nacionales	32	Alberto Martínez
11	9	octubre	Visita	Visita a Kayak San Lorenzo	Sánchez, Samaná	Cibao Nordeste	Kayak San Lorenzo	-	Alberto Martínez
12	9	octubre	Reunión	Reunión con Margarlenna, Cluster y OPT	Oficina OPT	Cibao Noroeste	Representantes Margarlenna, Cluster de Valverde y OPT Valverde	9	Ámbar Liberato
13	12	octubre	Visita	Acompañamiento con INFOTEP Sonido del Yaque	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	UP Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
14	14	octubre	Reunión	Reunión para inicio del piloto UP, Sonido del Yaque	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	UP Sonido del Yaque	-	Timoteo Cedeño
15	14	octubre	Reunión	Posible inicio del piloto Gestor de Productos de Turismo Sostenible	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	Representantes UP y GT Cibao Sur	-	Mercy Fernández
16	16	octubre	Reunión	Acompañamiento a la experiencia ruta de la miel a los participante del curso técnicas de guianzas. Apiario José Aquiles, Apiario doña Isabel, Apiario Cristopher.	Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	23	Anyl Díaz
17	17	octubre	Reunión	Reunión con los apicultores con el objetivo de crear paneles interpretativos Asociación de apicultores de Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	Apicultores de Dajabón	5	Anyl Díaz, Ámbar Liberato
18	18	octubre	Reunión	Concluir Espacio Oficina OPT La Vega	La Vega	Cibao Sur	TCS	-	Timoteo Cedeño
19	21	octubre	Reunión	Sobre Ruta del Gallo	El Gallo	Cibao Norte	GT El Gallo	8	Dionar González
20	22	octubre	Reunión	Elaboración y envío carta para DPP, situación	Santiago	Cibao Sur	DPP La Vega	-	Timoteo Cedeño
21	24	octubre	Sensibilización	OPT, La Vega Con actores del Gallo, El Cupey (sobre propuesta de ruta)	El Gallo	Cibao Norte	Representantes GT El Gallo	8	Alberto Martínez
22	27	octubre	Evento	Posible Taller de Fotografía Básica con Félix Sepúlveda para Jamao.	Jamao al Norte	Cibao Norte	Comunidad Jamao al Norte	-	Mercy Fernández
23	31	octubre	Reunión	Presentación de propuesta de ruta a la Mesa de Turismo de Moca	Moca	Cibao Norte	Mesa de Turismo de Moca	13	Alberto Martínez
24	31	octubre	Reunión	Firma de acuerdo entre Cluster de Valverde, Margaritas y OPT de Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Cluster Valverde, Margaritas	9	Ámbar Liberato

Total Sensibilizados: 40
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 40

NIVEL NACIONAL									
1	2	octubre	Reunión	Reunión con Aoki-san Revisión de Plan L3	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki Then
3	4	octubre	Reunión	Reunión de Monitoreo	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	35	Noriyuki Then, Alberto Martínez, Ambar Liberato, Timoteo Cedeño, Dionar González, Kirssy Báez, Anyl Díaz, Lissette Gil
6	8	octubre	Reunión	Reunión con Maribel-san	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	2	Noriyuki Then
7	15	octubre	Reunión	Reunión con Magaly Toribio	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	2	Noriyuki Then
8	16	octubre	Reunión	Reunión con Maribel-san para Revisión del Plan	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	3	Noriyuki Then
9	17	octubre	Evento	Salida a Expo Turismo Osaka	Santo Domingo	Nacional	TCS	-	Noriyuki Then
10	22	octubre	Reunión	Reunión con consultores de MEPYD para diseño de perfiles sector turístico	Santo Domingo	Nacional	MEPYD	-	Lissette Gil
11	24	octubre	Viaje de participación	Apoyo a Ministerio de Turismo del 24 al 28 de octubre	Osaka, Japón	Japón	TCS	-	Noriyuki Then
12	25	octubre	Viaje de participación	Semana MIPYMES 2019 Hotel y Casino Dominican Fiesta, Santo Domingo.	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	-	Kirssy Báez
13	29	octubre	Viaje de participación	Participación a Curso de Capacitación TCS en Japón Apoyo a Curso de capacitación en Tokyo	Tokio, Japón	Japón	TCS	-	Noriyuki Then
14	30	octubre	Viaje de participación	Participación a Curso de Capacitación TCS en Japón: Visita Chichibu	Tokio, Japón	Japón	TCS	-	Noriyuki Then
15	31	octubre	Viaje de participación	Participación a Curso de Capacitación TCS en Japón Visita Matsudo	Tokio, Japón	Japón	TCS	-	Noriyuki Then

NIVEL NACIONAL: 44

TOTAL GENERAL: 84

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

SEPTIEMBRE 2019

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	2	septiembre	Reunión	Reunión con Escuela de Gastronomía de PUCMM e INFOTEP para coordinar Cooking Show-Expo Cibao	Santiago	Cibao Norte	PUCMM e INFOTEP	5	Ámbar Liberato
2	2	septiembre	Supervisión	Avances de Diseño y de instalación TCS-ExpoCIBAO	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Noriyuki Then
3	2	septiembre	Reunión	Reuniones con Cámara de Comercio STI para coordinación Expo Cibao	Santiago	Cibao Norte	Cámara de Comercio	3	Noriyuki Then
4	3	septiembre	Sensibilización	Reunión GT de Santiago Rodríguez, coordinación y Lanzamiento	Ayuntamiento de Monción	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	12	Ámbar Liberato
5	3	septiembre	Reunión	Reuniones con Cámara de Comercio STI para coordinación Expo Cibao	Santiago	Cibao Norte	Cámara de Comercio	3	Noriyuki Then
6	3	septiembre	le instalación de TCS	Avances de Diseño y de instalación TCS-ExpoCIBAO	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Noriyuki Then
7	3	septiembre	Reunión	Ingrid Pérez De Moya, Técnico de Desarrollo Curricular del Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)	Cabarete	Cibao Norte	INFOTEP POP	4	Alberto Martínez
8	4	septiembre	Reunión	Reunión de coordinación	Santiago	Cibao Norte	TCS	-	Lisselle Gil
9	4	septiembre	le instalación de TCS	Avances de Diseño y de instalación TCS-ExpoCIBAO (4, 5 Y 6)	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Noriyuki Then
10	4	septiembre	Reunión	Reuniones con Cámara de Comercio STI para coordinación Expo Cibao (4, 5 Y 6)	Santiago	Cibao Norte	Cámara de Comercio	3	Noriyuki Then
11	7	septiembre	Evento	Lanzamiento "Moncion hacia un Destino de TCS"	Ayuntamiento de Monción	Cibao Noroeste	Comunidad de Monción	47	Ámbar Liberato
12	7	septiembre	le instalación de TCS	Avances de Diseño y de instalación TCS-ExpoCIBAO (7 at 10)	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Noriyuki Then
13	7	septiembre	Reunión	Reuniones con Cámara de Comercio STI para coordinación Expo Cibao (7 at 10)	Santiago	Cibao Norte	TCS	3	Noriyuki Then
14	10	septiembre	Evento	Montaje, participación y desmontaje de Expo Cibao	Santiago	Cibao Norte	TCS	-	Ámbar Liberato
15	11	septiembre	Evento	Montaje, participación y desmontaje de Expo Cibao	Santiago	Cibao Norte	TCS	-	Ámbar Liberato
16	11	septiembre	Sensibilización	Presentar TCS Destino CIBAO "La vida cotidiana es turismo" en Expo Cibao (11 y 15)	Santiago	Cibao Norte	Región Cibao	40	Noriyuki Then, Kirsey Bá ez
17	11	septiembre	Evento	Expo-Cibao (11 y 15)	Santiago	Cibao Norte	Región Cibao	-	Alberto Martínez, Dionar González
18	16	septiembre	Evento	Montaje, participación y desmontaje de Expo Cibao	Santiago	Cibao Norte	Región Cibao	-	Ámbar Liberato, Kirsey B ez
19	18	septiembre	Reunión	Reunión con Madoka san, compartiendo ideas de venta de rutas	OPT Mao	Cibao Noroeste	TCS	2	Ámbar Liberato

Total Sensibilizados: 40
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 40

NIVEL NACIONAL									
1	22	septiembre	Reunión	Reunión con consultores de MEPYD para diseño de perfiles sector turístico	Santo Domingo	Nacional	MEPyD	-	Lisselle Gil
2	23	septiembre	Reunión	Reunión con Aoki-san para revisión de temas L3	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki Then
3	24	septiembre	Reunión	Reunión con Madoka-san Conversación sobre actividades de L3, y renovación de contrato	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki Then

NIVEL NACIONAL: 4

TOTAL GENERAL: 44

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

AGOSTO 2019

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	2	agosto	Visita	Acompañamiento UP a sección de fotos, para revista Expo Cibao	Dajabón	Cibao Noroeste	UP CNOE	7	Junior
2	7	agosto	Reunión	Viaje a Punta Cana para confirmar compra de Kayak	Punta Cana	Cibao Noroeste	Punta Cana	4	Ambar
3	8	agosto	Sensibilización	Socialización con AMAMEL	Dajabón	Cibao Noroeste	Cibao Noroeste	3	Junior
4	15	agosto	Reunión	Sobre pilado de LT1 con INFOTEP.	Santiago	Cibao Norte	LT-1 INFOTEP	-	Alberto
5	15	agosto	Sensibilización	Socialización con Centro MIPYMES ISA	Mao	Cibao Noroeste	MIPYMES y ISA	2	Ambar
6	21	agosto	Reunión	con GT Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón	20	Ambar
7	22	agosto	Visita	Acompañamiento a GREEMONT a la ruta de la miel.	Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	30	Junior
8	23	agosto	Reunión	Sección de fotos para mini catálogo Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad de Dajabón	5	Junior
9	26	agosto	Sensibilización	Sesión con Artífesnes de Moncón	Fábrica de Casabe Machi	Cibao Noroeste	Artífesnes de Moncón	10	Ambar
10	26	agosto	Visita	amiento a AMAMEL a la tienda de producto m arena tonda, para colocar sus	Dajabón	Cibao Noroeste	UP Dajabón	-	Junior
11	27	agosto	Reunión	para compartir avances según líneas de intervención y actividades relacionadas con la participación del Proyecto en Expo Cibao.	Santiago	Cibao Norte	Región Cibao	19	Kirsey Junior
12	28	agosto	Sensibilización	Sesión con bases de margaritas	Mao	Cibao Noroeste	Ruta de Margaritas	7	Ambar

Total Sensibilizados: 13
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 13

NIVEL NACIONAL									
1	13	agosto	Reunión	Apoyo Feria Expo Cibao, Curso especial para contrapartes, Curso de ecoturismo,	Santo Domingo	Nacional	Contrapartes	4	Kirsey
2	15	agosto	Reunión	Sobre Piloto de LT1 en Cibao Sur.	Santo Domingo	Nacional	Cibao Sur	-	Noriyuki
3	20	agosto	Reunión	coordinación Expo.	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Kirsey
4	23	agosto	Reunión	para coordinar actividades Expo y Curso especial, entre otros temas.	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	4	Kirsey

NIVEL NACIONAL: 12

TOTAL GENERAL: 25

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Junio 2019

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	3	Junio	Investigación	posibles envases para subproductos de la miel	Santiago	Cibao Norte	productores de miel	1	Ambar
2	3	Junio	Reunión	Con representantes de la mesa de turismo de Moca y actores de Villa Trina	Villa Trina, Moca	Cibao Norte	Mesa de Turismo Moca y actores clave Villa Trina	13	Alberto
3	3	Junio	Reunión	Socialización de Tomoko/ alcalde de Mao/ con Cluster Valverde	Mao	Cibao Noroeste	Cluster Valverde	5	Lisette
4	4	Junio	Capacitación	Taller en la Finca de Banano de Erick Almanzar	La Colonia, Maco, Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad La Colonia, Maco	8	Ambar
5	5	Junio	Reunión	con la comunidad de Los Martínez para introducción al proyecto del Tubing	Balneario Tirolito, Maco, Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad Los Martínez, Mao	26	Ambar
6	5	Junio	Reunión	Seguimiento a caja souvenir.	Apiario doña Isabel , Partido	Cibao Noroeste	Apiario doña Isabel, Dajabón	3	ANYI
7	6	Junio	Visita	Dajabón y Manzanillo para reconfirmar actividades para PRESS TRIP	Manzanillo y Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad Monticristi y Dajabón	15	Ambar
8	6	Junio	Ensayo	giones	Manzanillo y Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad Monticristi y Dajabón	-	ANYI
9	7	Junio	Reunión	Con mesa de turismo de Moca.	Moca	Cibao Norte	Mesa de Turismo	15	Alberto
10	7	Junio	Reunión	Reunión con representantes del Cluster de Valverde	Mao	Cibao Noroeste	Cluster Valverde	5	Lisette
11	8	Junio	Acompañamiento	Reclutamiento PRESS TRIP	Monticristi y Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad Monticristi y Dajabón	35	Ambar
12	8	Junio	Acompañamiento	Presa Trip a Manzanillo - Dajabon	Cibao Noroeste	Cibao Noroeste	Comunidad Monticristi y Dajabón	30	Lisette
13	12	Junio	Sensibilización	Sobre idea de Expo CIBAO y rezaltar parte de Noriyuki al equipo de OPT	Monticristi y Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad Monticristi y Dajabón	8	Ambar
14	12	Junio	Reunión	Entrega y revisión de Carpetas estadística y turistica en OPT Mao	Mao	Cibao Noroeste	Comunidad de Mao	6	Lisette
15	13	Junio	Reunión	Reunión regular de equipo	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Ambar
16	13	Junio	Sensibilización	Reunión con el Centro MIPYMES de ISA Santiago	Santiago	Cibao Norte	Centro MIPYMES de ISA	4	Ambar
17	13	Junio	Reunión	Con equipo TCS	Santiago	Cibao Norte	TCS	16	Alberto
18	13	Junio	Reunión	equipo Santiago	Santiago	Cibao Norte	TCS	25	Lisette
19	14	Junio	Sensibilización	Mini proyecto "Conoce a Max en margaritas" a Cluster Turistico de Valverde	OPT.Mao. Valverde	Cibao Noroeste	Cluster Valverde	8	Ambar
20	14	Junio	Reunión	Revisión avances L4 y ajustes	INFOTEP R. Norte	Cibao Norte	TCS e INFOTEP	2	Mercy
21	18	Junio	Reunión	Asignación de trabajos para revista del CIBAO al equipo de OPT y discusión sobre la participación en Expo CIBAO	OPT.Mao. Valverde	Cibao Noroeste	TCS	8	Ambar
22	18	Junio	Reunión	Con equipo TCS en Cibao Norte	Cabarete	Cibao Norte	TCS	5	Alberto
23	19	Junio	Reunión	con Aoki y Tomoko para compartir y coordinar sobre las intervenciones al territorio	OPT.Mao. Valverde	Cibao Noroeste	TCS	3	Ambar
24	20	Junio	Sensibilización	uso de medios de promoción a Manzanillo Eco aventura	Miraczanillo	Cibao Noroeste	Manzanillo Ecoaventura	17	Ambar
25	20	Junio	Acompañamiento	seguimiento al desarrollo del tubing en el Río Mao	Los Martínez, Mao Valverde	Cibao Noroeste	Los Martínez, Mao	20	Ambar
26	21	Junio	Reunión	Reunión interna para compartir plan de trabajo de L T2	OPT.Mao. Valverde	Cibao Noroeste	TCS	3	Ambar
27	21	Junio	Acompañamiento	Visita a Monción para reconfirmar planes de trabajo con 2 fábricas de casabe	Monción	Cibao Noroeste	Casaberos de Moncón	6	Ambar
28	21	Junio	Reunión	Con equipo Cibao Norte	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	3	Alberto
29	21	Junio	Reunión	Sobre trabajo de Antina Ktus	Puerto Plata	Cibao Norte	OPT POP	4	Alberto
30	21	Junio	Reunión	Con Jikaira Cid	Puerto Plata	Cibao Norte	OPT POP	3	Alberto
31	21	Junio	Acompañamiento	Visita a Fábrica Alimentos Fortuna y Guaraguanó para reactivación de acciones planificadas	Moncón, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Fábrica de casaba Alimentos Fortuna	3	Mercy
32	21	Junio	Reunión	Revisión de plan L4-avances, ajustes y sugerencias de Contraparte INFOTEP.	INFOTEP R. Norte	Cibao Norte	TCS e INFOTEP	2	Mercy
33	21	Junio	Taller	Taller sobre redes sociales, para potencializar los conocimientos que se tienen en el área, y poder vender y promover mejor el producto.	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidades de Dajabón	-	ANYI
34	24	Junio	Reunión	con OPT para ir entregando insumos para la revista de Cibao		Cibao Noroeste	TCS	7	Ambar
35	25	Junio	Taller	sobre plan de acción,con el objetivo de analizar y dar soluciones a los problemas relacionados con la producción y ventas de los productos, y potencializar el desarrollo mutuo de las asociaciones.	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidades de Dajabón	-	ANYI
36	26	Junio	Reunión	Seguimiento a trabajos Ruta del Casabe: trabajo de costo-precio experiencia taína y Visita de vidriero en Casabi.	Monción, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Fábrica Doña Machi y Casabi	5	Mercy
37	27	Junio	Presentación	selección de UP Cibao Sur y propuesta de intervención con capacitaciones-Asesores INFOTEP.	La Vega	Cibao Sur	Cámara de Comercio y Producción de La Vega	10	Mercy
38	27	Junio	Reunión	trabajo con OPT y Monsenor Ernesto Reunion con Carnales de Margaritas	Mao	Cibao Noroeste	Ruta de Margaritas, Mao	20	Lisette
39	28	Junio	Reunión	Revisión de plan L4-avances, ajustes y sugerencias de Contraparte INFOTEP con Aris.san.	INFOTEP R. Norte	Cibao Norte	TCS	3	Mercy

Total Sensibilizados: 29
Total Capacitados: 33
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 62

NIVEL NACIONAL									
1	1	Junio	Reunión	Aprobación presupuestos L3	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Noriyuki
2	11	Junio	Reunión	Directora DPP Ara, Vitalova y parte del Equipo DPP y TCS.	Santo Domingo	Nacional	TCS y DPP	6	Kirsey Dionar
3	11	Junio	Reunión	Con Medio Ambiente.	Santo Domingo	Nacional	Medio Ambiente	11	Alberto
4	12	Junio	Revisión	primeros borradores influencers	Santo Domingo	Nacional	Influencers	3	Noriyuki
5	19	Junio	Reunión	Con Nori	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Lisette
6	19	Junio	Reunión	con editor	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
7	24	Junio	Reunión	s/ Integración de CSur y Clhordeste a actividades de Expo Feria Cibao y productos	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Kirsey Dionar
8	25	Junio	Taller	Conocer avances Estero Hondo con las instituciones involucradas.	Santo Domingo	Nacional	Estero Hondo	22	Kirsey Dionar
9	25	Junio	Reunión	Con Medio Ambiente, Marena, MITUR y otras organizaciones	Santo Domingo	Nacional	Ministerios de Ambiente, MARENA, MITUR, Etc	27	Alberto
10	27	Junio	Capacitación	Validación participativa del Sistema Dominicano de Indicadores para el Turismo Sostenible (SIDTUR).	Santo Domingo	Nacional	SIDTUR	25	Kirsey Dionar

NIVEL NACIONAL: 81

TOTAL GENERAL: 143

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mayo 2019

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Mayo	Capacitación	con actores de la comunidad: El Gallo, El Cupey	Puerto Plata	Cibao Norte	UP El Gallo, Cupey	19	Alberto
2	1	Mayo	Capacitación	Taller sobre "Elaboración e instalación de terraza.	Apiarios (Partido y Carbonera)	Cibao Noroeste	Apiarios	30	Ambar
3	2	Mayo	Capacitación	Taller SEMANA 4 OPT MAO. 2 y 3 de mayo	Mao	Cibao Noroeste	Comunidades de Mao	8	Lisette
4	3	Mayo	Reunión	con COMUDE	OPT Valverde	Cibao Noroeste	TCS	3	Ambar
5	6	Mayo	Taller	ociación de vendedores playeros y Artesanales de Villa Magante y otros actores de	Gaspar Hernández	Cibao Noroeste	Villa Magante	20	Alberto
6	7	Mayo	Reunión	Apoyo en la revisión y firma de contrato entre Música Dominicana y Calmel Safari	Puerto Plata	Cibao Norte	Música Dominicana y Calmel Safari	10	Alberto
7	7	Mayo	Reunión	con Gladys-san para preparación de presentación avances L4.	INFOTEP R. Norte	Cibao Norte	TCS e INFOTEP	2	Mercy
8	8	Mayo	Sensibilización	Reunión con manzanillo eco aventura	Manzanillo	Cibao Noroeste	Manzanillo ecoaventura	5	Anyi
9	8	Mayo	Reunión	con AMAMEL	Centro de acopio de los apicultore	Cibao Noroeste	AMAMEL	13	Anyi
10	8	Mayo	Capacitación	Identificación de UPTCS con Cibao Sur-Oficinas de Turismo	Club Falconido-Bonao	Cibao Sur	OPT Turismo	8	Mercy
11	8	Mayo	Capacitación	en Manzanillo.	Monkecrist	Cibao Noroeste	Comunidad de Nanzanillo	5	Lisette
12	9	Mayo	Reunión	Interna de equipo TCS	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Alberto Ambar
13	9	Mayo	Capacitación	Taller semana 5 (9 y 10)	Mao	Cibao Noroeste	Comunidad de Mao	8	Lisette
14	10	Mayo	Reunión	Con directiva del Cluster Ecoturístico de la Provincia Espaillat.	Espaillat	Cibao Norte	Cluster Ecoturístico Espaillat	9	Alberto
15	10	Mayo	Acompañamiento	Seguimiento avances de la Revista Tesoros Locales de Moncón	Ayuntamiento de Moncón	Cibao Noroeste	Ayuntamiento de Moncón	4	Mercy Dionar
16	10	Mayo	Reunión	Coordinación para reunión oficial con MOCA	Moca	Cibao Norte	Actores clave Moca	9	Noriyuki
17	10	Mayo	Reunión	con instituciones locales de Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Instituciones locales de Moca	15	Ambar
18	13	Mayo	Reunión	Con equipo TCS en Cibao Norte	Cabarete	Cibao Norte	TCS	6	Alberto
19	13	Mayo	Reunión	Discusión T.TOO L3 base a caso guanarico	Cabarete	Cibao Norte	T.T.OO.	2	Noriyuki
20	13	Mayo	Sensibilización	Explicación caso UP guanarico	Cabarete	Cibao Norte	UP Guanarico	4	Noriyuki Dionar
21	13	Mayo	Sensibilización	Reunión con Anyi para retroalimentar sobre procesos administrativos del Proyecto	Dajabón	Cibao Noroeste	TCS	2	Ambar
22	14	Mayo	Reunión	Detalles de Avances L3	Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Noriyuki
23	14	Mayo	Reunión	Sobre expoCibao y Revista	Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Noriyuki
24	14	Mayo	Reunión	Sobre expoCibao y Revista	Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Noriyuki
25	15	Mayo	Socialización	Mostrar avances de la ruta de la miel, ante una delegación de alcaldes.	Jn Villaman de la Corp bueno, Pe	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	2	Anyi
26	16	Mayo	Reunión	operativa de producción, trabajo y servicios múltiples de pescadores Bahía San L	Sánchez, Semaná	Cibao Noroeste	Kayak San Lorenzo	9	Alberto
27	16	Mayo	Visita	a Finca de Bisenicy Finca La Protectora.	Valverde	Cibao Noroeste	UP Ruta del Banano	8	Ambar
28	17	Mayo	Reunión	Con Sindicato de boteros de Nagua y Río San Juan (Laguna Gri-gri)	y San Juan, María Trinidad Sánch	Cibao Nordeste	UP Laguna Gri-Gri	14	Alberto
29	17	Mayo	Participación	al taller sobre "Elaboración e instalación de terraza.	Apiarios (Partido y Carbonera	Cibao Noroeste	UP Apiarios miel	30	Ambar
30	19	Mayo	Reunión	con los Apicultores	Centro de acopio de Apicultores	Cibao Noroeste	UP Ruta de la miel	28	Anyi
31	21	Mayo	Reunión	con el GT Dajabón	Ayuntamiento de Dajabón.	Cibao Noroeste	GT Dajabón	11	Anyi Ambar Junior Lisette
32	22	Mayo	Visita	a Puntos de la miel para adaptaciones de guiones	Apiarios, Provincia Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	2	Ambar
33	23	Mayo	Reunión	Con Instituciones que conforman el consenso de Moca	Espaillat	Cibao Norte	Actores clave Moca	19	Alberto
34	23	Mayo	Reunión	Presentación TCS	Moca	Cibao Norte	TCS	20	Noriyuki
35	23	Mayo	Participación	Taller sobre "Indicadores del Turismo Sostenible"	Club Náutico, Montecristi	Cibao Noroeste	Comunidades Montecristi	10	Ambar
36	24	Mayo	Reunión	Con Roberto Gómez	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS-INFOTEP	4	Alberto
37	24	Mayo	Capacitación	Elaboración de Indicadores de Turismo Sostenible por BCyT.	Cibao Norte	BCyT	TCS	30	Mercy
38	24	Mayo	Reunión	Caso guanarico	Puerto Plata	Cibao Norte	UMPC Guanarico	6	Noriyuki
39	24	Mayo	Reunión	sobre avances y coordinaciones conjuntas.	Cámara de Comercio	Cibao Norte	TCS	6	Dionar
40	24	Mayo	Capacitación	TALLER SEMANA 6 (24 y 25)	Mao	Cibao Norte	Comunidad de Valverde	8	Lisette
41	26	Mayo	Acompañamiento	Ruta de la miel	Apiario Doña Isabel, José Aquiles, Bosque Seco y Mamá Tona.	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	6	Anyi
42	29	Mayo	Reunión	Seguimiento a acciones con GT de SR en la Ruta del Casabe.	Oficina del Consejo de la Presa-Moncón	Cibao Noroeste	Ruta del Casabe y GT Santiago Rodríguez	10	Ambar Mercy

Total Sensibilizados: 11
Total Capacitados: 116
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 127

NIVEL NACIONAL									
1	27	Mayo	Reunión	Seguimiento Concepto ExpoCibao	Santo Domingo	Nacional	ExpoCibao	5	Noriyuki
2	28	Mayo	Reunión	Seguimiento ExpoCibao y Revista	Santo Domingo	Nacional	ExpoCibao	2	Noriyuki
3	31	Mayo	Reunión	Repl. Avances	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
4	31	Mayo	Reunión	Definición próximos pasos	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 13

TOTAL GENERAL: 140

Actvdades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2019/Abril**

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Abril	Acompañamiento	Participación en la inauguración del Centro Mipymes Mao	UASD, Mao	Cibao Noroeste	MIPYMES Mao	-	Amber
2	2	Abril	Sensibilización	Reunión con equipo de la OPT Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	TCS	12	Amber
3	2	Abril	Reunion	Reunión de seguimiento del trimestre enero-marzo con Gladys-san y Aoki-san.	Oficina TCS INFOTEP R. Norte	Cibao Norte	TCS-INFOTEP	3	Mercy
4	3	Abril	Sensibilización	Temas tratados: materiales promoción, prees trip, ferias, manejo redes sociales + oportunidad fam trip Campus LiveGo-Caribic.	Puerto Plata	Cibao Norte	CAMPUS LIVEGO CARIBIC	8	Ambra
5	4	Abril	Capacitación	Inicio de capacitación para OPT Valverde y Moncón Inicio de Programa 1 en Manzanillo	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Comunidades Valverde y Moncón	9	Ambar
6	4	Abril	Reunión	equipo Cibao Norte (con Aoki, Maria Luisa, Alberto, Dismar, Alexis y Ambra)	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	7	Ambra Alberto
7	5	Abril	Sensibilización	Reunión de equipo sobre ingeniería de estructura precios productos TCS	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	4	Ambra
8	5	Abril	Reunion		Puerto Plata	Cibao Norte	UMPC Sosúa	7	Alberto
9	4,5	Abril	Capacitación	SEMANA 1 OPT MAO	Mao	Cibao Noroeste	TCS	8	Lisette
10	7	Abril	Capacitación	Inicio de Programa 1 en Manzanillo	Manzanillo	Cibao Noroeste	Comunidad Manzanillo	17	Amber
11	8	Abril	Reunion	Socialización de objetivos proyecto y resto del año para L4	Oficina TCS INFOTEP R. Norte	Cibao Norte	Miriamne	3	Mercy
12	9	Abril	Reunión	con organizaciones locales de Manzanillo	Ayuntamiento Manzanillo	Cibao Noroeste	Actores y organizaciones de Manzanillo	8	Alberto
13	9	Abril	Reunión	Conversación con con Caribic y Ciudad de Puerto Plata referente fam trip 'Campus Live', presentación productos TCS y hora loca durante evento. Seguimiento reuniones Marco tour operadores G13	Puerto Plata	Cibao Norte	Go Caribic y Cluster POP	4	Lisette
14	9	Abril	Socialización	Tratar temas relevantes a capacitaciones-sugerencias de INFOTEP R. Norte	Oficina TCS INFOTEP R. Norte	Cibao Norte	TCS	4	Mercy
15	10	Abril	Sensibilización	con Agricultores	Ito de Acopio de Agricultore, Dajó	Cibao Noroeste	Agricultores	7	Almbar
16	10	Abril	Entrevista	Realización de entrevistas y selección de coordinador junior de Dajabón	Ito de Acopio de Agricultore, Dajó	Cibao Noroeste	Agricultores	8	Almbar
17	10	Abril	Reunion	Reunión con grupo de comunitarios de Cupey, Visita a El Gallo Ecolodge	Guanarico	Cibao Norte	UP Gallo y comunidad El Cupey	8	Ambra
18	10	Abril	Reunion	Actores del Gallo	El Gallo, El Cupey	Cibao Norte	UP Gallo y comunidad El Cupey	7	Alberto
19	11	Abril	Reunion	Reunión con Comingil, tour operador receptivo, para presentar experiencias TCS. Reunión con Amber Cove Adventures, operadores de tours, enfocado a ventas online, presentación de TCS, perfil de cruceros, para presentar experiencias TCS.	Puerto Plata	Cibao Norte	TTOO, Amber Cove	4	Ambar
20	11	Abril	Reunion	Con Asociación de Viendedores Playero y Artesanales de Villa Magante	Gaspar Hernández	Cibao Nordeste	Villa Magante	12	Alberto
21	12	Abril	Reunion	Reunión con Alex Tours, transportista y operador de tours, para presentar experiencias TCS.	Cabarete	Cibao Norte	TTOO	5	Ambra
22	12	Abril	Reunion	Con artesanos de Imbert	Imbert	Cibao Norte	Artesanos Imbert	10	Alberto
23	12	Abril	Reunion	Con Oficina de promoción Turística	Luperón	Cibao Norte	OPT POP	4	Alberto
24	12	Abril	Reunion	Presentación de Propuesta CIBAO SUR	La Vega	Cibao Norte	Comunidades Cibao Sur	15	Noriyuki
25	11	Abril	Taller	SeMANA 2 OPT MAO (11 y 12)	Mao	Cibao Noroeste	Mao	8	Lisette
26	13	Abril	Reunión	Reunión con tour operador Better Place To Go, para presentar experiencias TCS	Moncón	Cibao Noroeste	Better places to go	15	Ambar
27	15	Abril	Jornada de trabajo	Organizar, embellecer y adecuar el espacio de la experiencia Caraibe Herencia Taína.	Fábrica de Casaba Doña Mechi	Cibao Noroeste	Doña Mechi	15	Mercy
28	15	Abril	Reunión	con ADELVA	OPT Valverde	Cibao Noroeste	ADELVA	2	Ambar
29	15	Abril	Reunion	Conversación de seguimiento con tour operador Mega Trucks, envío propuesta completa de actividad modificada con precio.Reunión con Lifestyle Excursions, punto de venta de excursiones dentro de Lifestyle Holidays Vacation Club para clientes del hotel, con el objetivo de presentar experiencias TCS.	Puerto Plata	Cibao Norte	Empresas turísticas POP	5	Ambra
30	15	Abril	Reunión	Visualización del Cibao sur como destino regional con marca que lo identifique y trabajo entre las 3 provincias.	Cámara de Comercio de La Vega	Cibao Norte	Comunidades Cibao Sur	13	Mercy
31	17	Abril	Sensibilización	Reunión con Alex Tours, transportista y operador de tours, para presentar experiencias TCS.Reunión con tour operador Better Place To Go, para presentar experiencias TCS	Puerto Plata	Cibao Norte	Instituciones y TTOO POP	4	Ambra
32	18	Abril	Reunion	Reunión con Algalarus, operador de tours, para presentar productos TCS.	Puerto Plata	Cibao Norte	Algalarus y TTOO POP	3	Ambra
33	22	Abril	Jornada de trabajo	Inicio de trabajo de coordinador junior de Dajabón	ADEDTA, Dajabón	Cibao Noroeste	ADEDTA	3	Ambar
34	26	Abril	Reunion	Elaboración del Plan de Trabajo CS	La vega	Cibao Sur	TCS	13	Noriyuki
35	20,2 6	Abril	Capacitación	SEMANA 3 OPT MAO	Mao	Cibao Noroeste	Comunidades Mao	8	Lisette
36	28	Abril	Presentación	La mial en Bani	Bani	Sur	Apicultores Baní	30	Lisette

Total Sensibilizados: 39
Total Capacitados: 42
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 81

NIVEL NACIONAL									
1	2	Abril	Reunión	Seguimiento de Plan de Trabajo	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
2	3	Abril	Reunión	Explicación de Avances de Líneas y Coordinación	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	4	Noriyuki
3	3	Abril	Reunión	Seguimiento de resultados DATE	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
5	10	Abril	Reunión	Seguimiento de Catálogo Comercial	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Noriyuki
6	11	Abril	Reunión	Explicación de próximas actividades	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
8	22	Abril	Conferencia	Coordinación presentación Campus Live	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
9	25	Abril	Reunión	Coordinación TCS-ExpoCibao	Santo Domingo	Nacional	ExpoCibao	3	Noriyuki
10	30	Abril	Conferencia	Consulta sobre catálogo comercial	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 23

TOTAL GENERAL: 104

Actvdades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Marzo 2019**

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Marzo	Reunión	Con taxistas de Amber Cove	Guanarico	Cibao Norte	Taxistas de Amber cove	14	Alberto
2	4	Marzo	Reunión	Sobre informe de Ambra Altus	Cabarete	Cibao Norte	TCS	3	Alberto
3	5	Marzo	Capacitación	Planificación en Montecristi	Montecristi	Cibao Noroeste	Actores Montecristi	23	Amber Lisette
4	5	Marzo	Reunión	con Artesanos de Imbert y representantes del Ministerio de Cultura	Imbert	Cibao Norte	Artesanos de Imbert y Ministerio de Cultura	6	Alberto
5	6	Marzo	Capacitación	Planificación en Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	Actores Dajabón	15	Amber Lisette
6	7	Marzo	Capacitación	Planificación en Santiago Rodriguez	Santiago Rodriguez	Cibao Noroeste	Actores Santiago Rodriguez	12	Amber Mercy Lisette
7	8	Marzo	Reunión	vía Skype para coordinar sobre elaboración de revista en Monción	ZOOM	Cibao Noroeste	Monción	4	Amber
8	8	Marzo	Sensibilización	Concientización sobre TCS	PUCMM Santiago	Cibao Norte	PUCMM	25	Mercy
9	8	Marzo	Reunión	Sobre informe de Ambra y plan de Trabajo de Cibao Norte	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Alberto
10	11	Marzo	Reunión	con Anfitriones de Monción para coordinar elaboración de revista	Ayuntamiento de Monción	Cibao Noroeste	Monción	12	Amber Mercy
11	12	Marzo	Reunión	sobre revista de Monción con Grupo territorial y grupo de anfitriones	Monción	Cibao Noroeste	Actores Monción	12	Dismar
12	14	Marzo	Reunión	vía Skype para compartir sobre Talleres de planificación con GT	ZOOM	Cibao Noroeste	GT CNOE	3	Amber
13	14	Marzo	Reunión	vía Skype para coordinar sobre elaboración de revista en Monción	ZOOM	Cibao Noroeste	Monción	3	Amber
14	14	Marzo	Reunión	Con Fundación Vida y Naturaleza	Altamira	Cibao Norte	Fundación Vida y Naturaleza	4	Alberto
15	15	Marzo	Reunión	Con Asociación de Artesanos del Higüerito	Moca	Cibao Norte	Artesanos del Higuerito	6	Alberto
16	19	Marzo	Reunión	Sobre taller con facilitadores de INFOTEP	ZOOM	Cibao Norte	INFOTEP	4	Dismar
17	19	Marzo	Reunión	con Anfitriones de Monción para coordinar elaboración de revista	Ayuntamiento dle Moncón	Cibao Noroeste	Anfitriones Moncón	12	Amber
18	20	Marzo	Capacitación	Taller a facilitadores para iniciar transferencia del modelo de Desarrollo de productos TCS aprendido en el Norte por L1.	INFOTEP, Santiago	Cibao Norte	INFOTEP	36	Mercy Alberto Lisette Dismar
19	20	Marzo	Acompañamiento	en Taller sobre Metodología de LT1	INFOTEP, Santiago	Cibao Norte	INFOTEP	-	Dismar
20	21	Marzo	Reunión	Con personal de Medioambiente y Guías de Estero Hondo	Estero Hondo	Cibao Norte	Estero Hondo	8	Alberto
21	22	Marzo	Reunión	con Mercy para seguimiento a experiencia taina del casabe	Oficina Mao	Cibao Noroeste	TCS	2	Amber
22	22	Marzo	Sensibilización	Técnica de guiado	Jamao	Cibao Norte	Jamao	5	Alberto
23	25	Marzo	Reunión	con Mercy para seguimiento a experiencia taina del casabe	Oficina Mao	Cibao Noroeste	TCS	2	Amber
24	25	Marzo	Reunión	con Anfitriones de Monción para coordinar elaboración de revista	Ayuntamiento de Monción	Cibao Noroeste	Actores Monción	10	Amber Mercy
25	29	Marzo	Sensibilización	Charla TCS en Áreas Protegidas	San Francisco de Macorís	Cibao Sur	Comunidad San Fco.	50	Lisette

Total Sensibilizados: 80
Total Capacitados: 86
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 166

NIVEL NACIONAL									
1	1	Marzo	Reunión	Con Alberto Calderón	Santo Domingo	Nacional	Alberto Calderón	2	Noriyuki
2	7	Marzo	Presentación	Presentación de Catálogo	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
4	12	Marzo	Reunión	Presentación de Catálogo	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
5	12	Marzo	Reunión	con E-marketing, Presentación de Catálogo	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
6	13	Marzo	Reunión	con Dept. Prensa, Preparación reunión con director	Santo Domingo	Nacional	MITUR	3	Noriyuki
7	20	Marzo	Reunión	con Indhira, Presentación catálogo final	Santo Domingo	Nacional	TCS-MITUR	3	Noriyuki
8	20	Marzo	Reunión	con E-Marketing	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
9	26, 28	Marzo	DATE Feria	Participación y Lanzamiento de Catálogo	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Noriyuki
10	29	Marzo	Reunión	Presentación de Avances	Santo Domingo	Nacional	TCS	14	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 38

TOTAL GENERAL: 204

Actvdades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Febrero 2019**

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Febrero	Reunión	Grupo de Guías "Guardianes Marinos de la Bahía"	Manzanillo	Cibao Noroeste	Guías Guardianes de la bahía	9	Amber Lisette
2	1	Febrero	Reunión	Socialización con AMAMBEL	Dajabón	Cibao Noroeste	AMAMBEL	12	Amber
3	1	Febrero	Sensibilización	Con integrante nuevo de equipo Ambra Altus.	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	7	Dismar
4	2	Febrero	Reunión	APICULTORES	Dajabón	Cibao Noroeste	Apicultores	15	Lisette
5	5	Febrero	Reunión	Revisión tomas grabadas Programa I en Dajabón con el Productor.	INFOTEP Bajo.	Cibao Norte	Comunidad Dajabón	2	Mercy
6	7	Febrero	Reunión	con Banelino	Valverde	Cibao Noroeste	Banelino	3	Amber
7	8	Febrero	Sensibilización	Presentaciones del proyecto TCS-avance, buenas prácticas y metodologías a realizar del INFOTEP, MITUR y asbeceros del CIBAO.	INFOTEP Santiago	Cibao Norte	TCS y Contrapartes	61	Mercy Alberto Dismar Noriyuki
8	8	Febrero	Visita	Grupo Piloto Manzanillo	Santiago	Cibao Norte	Grupo piloto Manzanillo	8	Lisette
9	8,1 9	Febrero	Sesión	Toma de fotos tema Catálogo sobre Gastronomía, Historia. Música	Santiago	Cibao Norte	Actores de Santiago	3	Noriyuki
10	11	Febrero	Reunión	Visita a las Unidades Productivas.	Cabarete	Cibao Norte	UP Cabarete	3	Alberto
11	11	Febrero	Reunión	con productores de Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	Productores Valverde	10	Amber
12	11	Febrero	Reunión	Uso de materiales audiovisuales, Con Alcaldía de Santiago	Santiago	Cibao Norte	Alcaldía de Santiago	2	Noriyuki
13	13	Febrero	Acompañamiento	Seguimiento a experiencia de herencia taina de la ruta del casabe	Monción	Cibao Noroeste	Ruta del Casabe	4	Amber
14	15	Febrero	Acompañamiento	Participación en graduación del Programa I en Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad Dajabón	42	Amber
15	15	Febrero	Entrevista	Entrevistas candidatos a coordinador para la RNOE	Valverde	Cibao Noroeste	CNOE	5	Amber
16	15	Febrero	Capacitación	Taller regional	Santiago	Cibao Norte	UP, GT y actores Región Cibao	50	Lisette
17	16	Febrero	Capacitación	para Anfitriones de Moncón sobre Diseño de Rutas turísticas.	INFOTEP R.Norte	Cibao Norte	Anfitriones Moncón	13	Mercy

Total Sensibilizados: 168
Total Capacitados: 79
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 247

NIVEL NACIONAL									
1	4	Febrero	Reunión	Preparación reunión Promoción Internacional con Madoka	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
2	4	Febrero	Reunión	Presentación de Plan de Catálogo con Promocion Internacional	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	3	Noriyuki
3	6	Febrero	Reunión	Propuesta de Catálogo y coordinación con Nelson Martín	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
4	7	Febrero	Capacitación	INTERNO DE ESTRATEGIA	Santo Domingo	Nacional	TCS	16	Lisette
5	14	Febrero	Reunión	Preparación de CCC, con Aoki	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
6	14	Febrero	Reunión	Seguimiento de Avances de Catálogo, con Indhira	Santo Domingo	Nacional	TCS-MITUR	3	Noriyuki
7	15	Febrero	Reunión	Aprobación final diseño de reconocimiento, con Lenin	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
8	18	Febrero	Reunión	Seguimiento CCC y agenda Reconocimientos con Lisa y Aoki	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Noriyuki
9	20	Febrero	Reunión	n comité de CCC MEPYD. Se presentaron avances del proyecto TC	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	30	Amber Mercy Alberto Lisette Dismar
10	21	Febrero	Reunión	Seguimiebno de Catálogo con Indhira.	Santo Domingo	Nacional	TCS-MITUR	4	Noriyuki
11	22	Febrero	Reunión	Seguimiento de Catálogo y revisión comentarios de Indhira-san, con Alberto	Santo Domingo	Nacional	TCS-MITUR	2	Noriyuki
12	23	Febrero	Sensibilización	FUNDACION SABORES	Santo Domingo	Nacional	Fundación Sabores y TCS	100	Lisette
13	28	Febrero	Reunión	Presentación de Catálogo y comentario	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
14	29	Febrero	Reunión	Sprint para terminación de Catálogo con Apberto	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 61

TOTAL GENERAL: 308

Actvdades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Enero 2019**

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	11	Enero	Acompañamiento	Cerrar trabajos del Bunén y pagar a artesana y comenzar construcción de Rancho Experiencia Taína.	Monción	Cibao Noroeste	Experiencia Taína	5	Mercy
2	11	Enero	Sensibilización	contribuir con la enseñanza-aprendizaje que se plantean dentro de la comunidad educativa para que puedan ser trabajadas y, de esta forma, continuar mejorando la calidad de la enseñanza.	Manzanillo	Cibao Noroeste	Comunidad Manzanillo	12	Lisette Amber
3	14	Enero	Reunión	Revisión de Plan L4 con Aoki-san	ZOOM	Cibao Norte	TCS	2	Aoki
4	15	Enero	Acompañamiento	Recibir trabajo de Elaboración de Racho-Estructura en Madera y contratar trabajo de colgado en cana	Monción	Cibao Noroeste	Monción	5	Mercy Amber
5	16	Enero	Acompañamiento	Visita a Finca de Banano	Valverde	Cibao Noroeste	Bananeros Valverde	3	Amber
6	18	Enero	Reunión	Revisión de Metodología de Planificación General, presentación de avances de L1, presentación de planificación de L3	TCS	Región Cibao	TCS	12	Amber Yakasai Aoki Mercy Dismar Noriyuki Alberto Amber
7	22	Enero	Acompañamiento	Calebración de segundo mercado de Altamira	Altamira	Cibao Norte		40	Alberto
8	23	Enero	Sensibilización	Reunión de presentación de avances, planificación de L4 2019-2020 y Presentaci on de propuesta de capacitaciones de L1 en Desarrollo de Productos.	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Aoki Marcy
9	24	Enero	Reunión	Reunión de revisión del plan L4 2019-2020 y ajustes de acuerdo a lineamientos de Aoki-san.	Santiago	Cibao Norte	TCS	2	Aoki Marcy
10	25	Enero	Reunión	Equipo L1 y Líder Proyecto	Cabarete	Cibao Norte	TCS	6	Dismar
11	25	Enero	Reunión	De coordinación con Aoki san y Madoka	Cabarete	Cibao Norte	TCS	6	Alberto

Total Sensibilizados: 16
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 16

NIVEL NACIONAL									
1	9	Enero	Reunión	Avances y Plan 2019	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Noriyuki Aoki
2	11	Enero	Reunión	Revisión de Plan 2019	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
3	15	Enero	Reunión	Propuesta Plan 2019	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
4	15	Enero	Reunión	Propuesta Catálogo	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
5	22	Enero	Reunión	Propuesta Catálogo 2019 TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
6	24-25	Enero	Acompañamiento	Viaje de reconocimiento y colección audio visual de los recursos de temático Playa para catálogo de TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
7	28-31	Enero	Reunión	Seguimiento avance de simples de Catálogo con Alberto Calderón	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 19

TOTAL GENERAL: 35

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Diciembre 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Diciembre	Capacitación	Capacitación en campo "Cómo convertir un recurso en un producto potencial"	Jamao al Norte	Cibao Norte	Jamao al Norte	25	Amber
2	2	Diciembre	Trabajo de campo	Terminación de Rancho donde Doña Mechi del 2 al 9	Moncion	Cibao Noroeste	Doña Mechi	5	Mercy
3	3	Diciembre	Sensibilización	Reunión para Famtrip con RRPP de Validación de servicios turí sticos propuestos por TI los días 3 y 4	Puerto Plata	Cibao Norte	Influencers	3	Noriyuki
4	3	Diciembre	Acompañamiento	Visita de relaciones públicas a Las Cuevas de Cabarete	Cabarete	Cibao Norte	Cuevas de Cabarete	4	Alberto
5	4	Diciembre	Acompañamiento	Visita de relaciones públicas a Música Dominicana y Chocolala	Guananico/ Altamira	Cibao Norte	UMPC Música Dominicana y Chocolala	5	Alberto
6	6	Diciembre	Reunión	Sobre actualización plan de trabajo y coordinación entre líneas de trabajo y subregiones.E16	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	6	Diomar
7	6	Diciembre	Capacitación	Taller de profundización para creación de nuevo producto.	Jamao	Cibao Norte	Jamao al Norte	23	Alberto
8	7	Diciembre	Capacitación	Inicio de entrenamiento para diseño de senderos en experiencias de la miel	Dajabón	Cibao Noroeste	Apicultores Dajabón	7	Amber
9	10, 11	Diciembre	Acompañamiento	Exploración de nuevo territorio e investigación de visión de equipo central	Cibao Sur	Cibao Sur	Comunidades Cibao Sur	3	Noriyuki
10	13	Diciembre	Reunión	Reunión con alcaldesa de Sosúa	Sosúa	Cibao Norte	Alcaldía Sosúa	4	Alberto
11	13	Diciembre	Ensayo	Ensayo de guión de experiencia de Tubing en Jamao al Norte	Jamao del norte	Cibao Norte	Jamao al Norte	20	Alberto
12	13	Diciembre	Reunión	Reunión con Club Ruta 42 de Moncón	Moncón	Cibao Noroeste	Moncón	8	Amber
13	14	Diciembre	Reunión	Reunión para Seguimiento al Kayak en Manzanillo	Dajabón	Cibao Noroeste	Kayak Manzanillo	8	Amber
14	18	Diciembre	Reunión	Reunión interna mensual de equipo TCS.	Santiago	Cibao Norte	TCS	10	Diomar Alberto
15	18	Diciembre	Reunión	Reunión para presentar propuesta de diseño de senderos en experiencias de la miel	Dajabón	Cibao Noroeste	Experiencia de la miel	12	Amber
16	19	Diciembre	Reunión	Revisión de producto terminado y capacitación de mantenimiento de contenido	ZOOM	Cibao Norte	TCS	2	Noriyuki
17	20	Diciembre	Reunión	Fundación Vida y Naturaleza	Altamira	Cibao Norte	Fundación Vida y Naturaleza	5	Diomar
18	21	Diciembre	Entrega	Entrega de uniformes para actores de la experiencia de música dominicana.	Guananico	Cibao Norte	UMPC Música Dominicana	10	Alberto
19	21	Diciembre	Reunión	Reunión para Seguimiento al Kayak en Manzanillo	Manzanillo	Cibao Noroeste	Kayak Manzanillo	3	Amber
20	22	Diciembre	Charla	Charla de Roberto Gómez sobre experiencia Damajagua en Programa Gestor de Turismo Sostenible Basado en la Comunidad.	Dajabón	Cibao Noroeste	Damajagua	-	Mercy

Total Sensibilizados: 3
Total Capacitados: 55
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 58

NIVEL NACIONAL									
1	12	Diciembre	reunión con Aoki-sa	Discusión sobre estructura de equipo 2019	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 2

TOTAL GENERAL: 60

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Noviembre 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Noviembre	Reunión	Sobre legalización de UMPC Estero Hondo	Cámara de Comercio POP	Cibao Norte	Estero Hondo	4	Alberto
2	1	Noviembre	Reunión	Sobre Legalización de UMPC Estero Hondo y Apoyo Centro MIPYMES	Puerto Plata	Cibao Norte	UMPC Estero Hondo	4	Diomar
3	3	Noviembre	Acompañamiento	Monitoreo del Programa Gestor de Turismo Sostenible Basado en la Comunidad del INFOTEP	Dajabón	Cibao Noroeste	Dajabón	26	Mercy
4	6	Noviembre	Reunión	Sobre situación de UMPC y legalización de grupo.	Estero Hondo, POP	Cibao Norte	Estero Hondo	10	Alberto
5	6	Noviembre	Reunión	Revisión y ajuste de fichas de tours y ajuste de predseños	Santiago	Cibao Norte	TCS	14	Noriyuki
6	6	Noviembre	Reunión	con UMPC Estero Hondo y socialización en estatus legal.	Estero Hondo, POP	Cibao Norte	Estero Hondo	10	Diomar
7	7	Noviembre	Reunión	Con la Fundación vida y Naturaleza (Sobre Mercado de Productores)	Altamira, POP	Cibao Norte	Fundación Vida y Naturaleza	7	Alberto
8	10	Noviembre	Reunión	Presentación de avances, proyección 2019, dificultades encontradas por líneas de trabajo y ejercicio de planificación para extender TCS al resto del Cibao.	Santiago	Cibao Norte	TCS	15	Mercy
9	12	Noviembre	Acompañamiento	Apoyo a elaboración del Burén y limpieza de terreno para demostración de la experiencia Taína, en Fábrica de Doña Mechi en Moncón	Moncón, SR	Cibao Noroeste	Doña Mechi	4	Mercy Eduardo Viñas
10	15	Noviembre	Reunión	Reunión con T1 en DPP	Cabarete, POP	Cibao Norte	TCS	5	Mercy
11	15	Noviembre	Sensibilización	Sesión con Ayuntamiento de Pepillo Salcedo	Pepillo Salcedo	Cibao Noroeste	Ayuntamiento Pepillo Salcedo	4	Amber
12	20	Noviembre	Reunión	Reunión interna del equipo RNOE	OPT Valverde	Cibao Noroeste	TCS	9	Amber
13	21	Noviembre	Reunión	Con Carlos Andújar y otros representantes del Centro León.	Santiago	Cibao Norte	Representantes Centro León	7	Alberto
14	21	Noviembre	Acompañamiento	Visita a experiencias de casabe y pequeño conversatorio con anfitrionas de Moncion	Moncón, SR	Cibao Noroeste	Anfitrionas Moncón	7	Amber
15	21	Noviembre	Reunión	Reunión de Avances y Coordinación nivel Central	Mao	Cibao Noroeste	TCS	9	Noriyuki
16	21	Noviembre	Acompañamiento	Entendimiento de los avances de T2 en una de las Rutas	Moncón, SR	Cibao Noroeste	Actores de Moncón	5	Noriyuki
17	21	Noviembre	Sensibilización	Sesión con Centro León sobre apoyo a desarrollo de Galería Tal na en Parada Artesanos Imbert	Santiago	Cibao Norte	ASOARTEP	7	Diomar
18	22	Noviembre	Reunión	Reunión con Facilitador del INFOTEP para Programa I y Ámbar Liberato	Mao	Cibao Noroeste	TCS	3	Mercy Amber
19	22	Noviembre	Reunión	Reunión de Avances y Coordinación nivel Central	Cabarete	Cibao Norte	TCS	5	Noriyuki
20	23	Noviembre	Reunión	Con representantes del Gallo Ecologa	Puerto Plata	Cibao Norte	UP El Gallo	6	Alberto
21	23	Noviembre	Reunión	con productores de Valverde	Centro de INDOTEL	Cibao Noroeste	Actores de Valverde	10	Amber
22	23	Noviembre	Reunión	Con duenos del Gallo Ecologa	El cupey	Cibao Norte	UP El Gallo	6	Diomar
23	24	Noviembre	Reunión	Observación de Entrega de los contenidos del Programa por Consultora Pilar Constanzo y Reunión con Asesor del INFOTEP para el CNOE y Facilitador del Programa.	Dajabón	Cibao Noroeste	Participantes programa INFOTEP Dajabón	4	Mercy
24	28	Noviembre	Capacitación	Sobre Desarrollo de Producto Turístico	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad de Dajabón	20	Lisette
25	29	Noviembre	Sensibilización	Charla a estudiantes sobre TCS y las oportunidades de negocio	Puerto Plata	Cibao Norte	Estudiantes POP	30	Lisette

Total Sensibilizados: 41
Total Capacitados: 28
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 69

NIVEL NACIONAL									
1	15	Noviembre	Reunion	Presentación de avances y discusión de Plan 2019	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Noriyuki
2	16	Noviembre	Capacitación	Elaborar circuitos modelo para 2019	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	4	Noriyuki
3	19	Noviembre	Capacitación	Elaborar circuitos modelo para 2019	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	4	Noriyuki
4	26	Noviembre	Reunion	Discusión sobre posible organización de equipo y actividades para	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	4	Noriyuki Noriyuki Lisette Aoki
5	27	Noviembre	Reunion	Revisión de agenda de RRPP y elaboración de agenda modelo circ	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 10

TOTAL GENERAL: 79

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Octubre 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	2	Octubre	Reunión	Guananico con actores de Música Dominicana y elaboración de guion para show en Discover POP	Guananico, POP	Cibao Norte	Guananico	11	Alberto
2	3	Octubre	Feria	Montaje de Stand TCS en feria POP	Puerto Plata	Cibao Norte	Comunidad POP	12	Alberto
3	3	Octubre	Acompañamiento	Monitoreo del Programa Gestor de Turismo Sostenible Basado en l	Dajabón	Cibao Noroeste	TCS	26	Mercy
4	4	Octubre	Participación	Ronda de negocios Feria Discover POP y Show	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	-	Alberto Mercy Ambar Noriyuki
5	5	Octubre	Presentación	Sesión de planificación del circuito para el 2019	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	16	Ambar
6	10	Octubre	Reunión	Planificación 2019	Santiago	Cibao Norte	TCS	14	Noriyuki
7	10	Octubre	Participacion	Participación en sesión del POA 2019 del Proyecto TCS	santiago	Cibao Norte	TCS	12	Ambear
8	10	Octubre	Presentación	Presentación de avances, proyección 2019, dificultades encontradas por líneas de trabajo y ejercicio de planificación para extender TCS al resto del Cibao.	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Mercy Aoki Yokasta
9	10	Octubre	Reunión	Sesión de Planificación para 2019	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Alberto
10	12	Octubre	Acompañamiento	Apoyo a elaboración del Burén y limpieza de terreno para demostración de la experiencia Taína, en Fábrica de Doña Mechi en Moncón	Moncón, SR	Cibao Noroeste	Doña Mechi	4	Mercy
11	15	Octubre	Reunión	Sobre catálogo, Ferias, Fam Trip.	Cabarete, POP	Cibao Norte	TCS	7	Alberto
12	15	Octubre	Reunión	Facilitador del INFOTEP para Programa I y Ámbar Liberato	Mao	Cibao Noroeste	TCS-INFOTEP	3	Mercy Amber
13	15	Octubre	Sensibilización	Reunión de Contra-Propuesta de Actividades de Promoción para UP	Cabarete, POP	Cibao Norte	TCS-MITUR	6	Noriyuki
14	18	Octubre	Reunión	seguimiento al Plan de Negocios con MEFRODA	Dajabón	Cibao Noroeste	MEFRODA	6	Ambar
15	22	Octubre	Reunión	Con duenos del Gallo Ecologa	Cabarete, POP	Cibao Norte	UP El Gallo	4	Alberto
16	22	Octubre	Reunión	coordinar actividades complementarias al Programa I que se imparte en Dajabon	Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad Dajabón	3	Ambar
17	23	Octubre	Reunión	con ADELVA para planificar encuentro con productores locales	Valverde	Cibao Noroeste	ADELVA	4	Ambar
18	24	Octubre	Reunión	Observación de Entrega de los contenidos del Programa por Consu	Dajabón	Cibao Noroeste	TCS	4	Mercy
19	25	Octubre	Reunión	Sobre capacitaciones de LN3	Cabarete, POP	Cibao Norte	TCS	6	Alberto
20	25	Octubre	Reunión	coordinar las siguientes acciones de las rutas	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	3	Ambar Mercy Lisette
21	26	Octubre	Sensibilización	Presentación de TCS con Jamao Ecotours en Feria Ecoturística Cotui	Sánchez Ramírez, Cotui	Cibao Sur	Comunidad de Cotui	4	Noriyuki

Total Sensibilizados: 30
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 30

NIVEL NACIONAL									
1	9	Octubre	Reunión	Coordinación de Reunión de Planificación	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki Aoki
2	11	Octubre	Reunión	Discusión de resultados de Sesión	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Noriyuki
3	11	Octubre	Reunión	Seguimiento Famtrip Prensa	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	3	Noriyuki
4	11	Octubre	Reunión	Coordinación Feria Ecoturística Cotui con Dept. Promoción Nacion	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	3	Noriyuki
5	16	Octubre	Reunión	Socialización de plan de Promoción y Comercialización, cierre 18 y	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	2	Noriyuki Aoki
6	17	Octubre	Reunión	Reunión de monitoreo del Proyecto TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	12	Todos
7	19	Octubre	Reunión	Consulta sobre realización de Famtrip con Operadores de Excursi	Santo Domingo	Nacional	Personalidades y Prensa	2	Noriyuki
8	29	Octubre	Sensibilización	Charla a estudiantes sobre TCS en UNICARIBE	Santo Domingo	Nacional	Estudiantes UNICARIBE	20	Lisette
9	31	Octubre	Reunión	Elaboración de borrador de agenda viatiación de puntos	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	3	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 29

TOTAL GENERAL: 59

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Septiembre 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	3	Septiembre	Sensibilización	Presentación Plan de Acción Ex-Becaria y propuesta de apoyo por parte de TCS a UMPC Sosúa	Sosúa, POP	Cibao Norte	UMPC Sosúa	10	Diomar
2	4	Septiembre	Reunión	Sobre Mercado de Productores de Altamira con Fundación Vida y Naturaleza. (Acompañamiento de Maldn de JICA)	Altamira, POP	Cibao Norte	Altamira y Fundación Vida y Naturaleza	22	Diomar
4	6	Septiembre	Capacitación	Taller de Introducción al plan de negocios con MEFRODA	Moteca Municipal de Dajab	Cibao Noroeste	MEFRODA	17	Amber
5	6	Septiembre	Capacitación	Taller de Plan de negocios jabon	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad Dajabón	20	Lisette
6	7	Septiembre	Acompañamiento	Recorrido kayak	Manzanillo MC	Cibao Noroeste	Kayak Manzanillo	20	Lisette Amber
7	7	Septiembre	Reunión	Verificación de pasos a seguir en RUTA DE LA MIEL con apicultores	Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la miel	10	Lisette
8	7	Septiembre	Acompañamiento	Ensayo con anfitrionas de Experiencia de Musica Dominicana	Guananico, POP	Cibao Norte	Música Dominicana	10	Diomar
9	7	Septiembre	Reunión	Planificación con T1 DiscoverPOP	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	6	Nori
10	11	Septiembre	Visita	a Sabaneta y Moncón para seguimiento al desarrollo de las experiencias del casabe	Sabaneta y Moncion, SR	Cibao Noroeste	Ruta del casabe	7	Amber
11	12	Septiembre	Capacitación	"Tipologías de organizaciones y empresas sociales"	Salón de sesiones del Ayuntamiento Municipal de Dajabón	Cibao Noroeste	UP y GT de Dajabón	17	Amber Mercy
12	12	Septiembre	Acompañamiento	avances y apoyo a mejoramiento de puntos de Experiencias del Cas	Moncón, SR	Cibao Noroeste	Ruta del casabe	7	Mercy Amber
13	13	Septiembre	Reunión	Seguimiento a ejecución de capacitación en Infraestructura ecoturística e interpretación ambiental por INFOTEP.	Altamira, POP	Cibao Norte	TCS-INFOTEP	19	Diomar
14	13	Septiembre	Acompañamiento	Levantamiento de necesidades para ejecución del curso de Infraestructura Ecoturística e interpretación ambiental con INFOTEP en Cuevas de Cabarete	Jamao al Norte	Cibao Norte	Jamao Ecotours	7	Diomar
15	13	Septiembre	Acompañamiento	Levantamiento de necesidades para ejecución del curso de Infraestructura Ecoturística e interpretación ambiental con INFOTEP en Cuevas de Cabarete	Cabarete, POP	Cibao Norte	Cuevas de Cabarete	6	Diomar
16	13	Septiembre	Reunión	vimiento al Mini Proyecto 100 productos de banano orgánico con ADE	Oficina OPT Valverde	Cibao Noroeste	ADELVA	4	Amber
17	14	Septiembre	Reunión T2 Discover	Coordinación de T2 para Discover POP	Mao	Cibao Noroeste	Discover POP	6	Nori
18	14	Septiembre	Reunión Tours	Monitoreo y avances de rutas y tours de empresa VIALAT	Santiago	Cibao Norte	TCS y TTOO	2	Nori
19	14	Septiembre	Reunion	reparación del contenido a presentar por la RNOE en Discovery PO	Oficina OPT Valverde	Cibao Noroeste	Discover POP	7	Amber
20	19	Septiembre	Sensibilización	socialización e integración de nuevas organizaciones al proyecto. "100 productos de banano orgánico"	Oficina OPT Valverde	Cibao Noroeste	Bananeros Valverde	5	Amber
21	19	Septiembre	Reunión	Coordinación de Facilitador del INFOTEP	INFOTEP y Ayuntamiento de Dajabón	Cibao Noroeste	TCS-INFOTEP	20	Mercy Amber
22	21	Septiembre	Sensibilización	Reunión con Dr. Cesar Estrella sobre me-joramiento de Museo y posible colabora-ción con Artesanos de Imbert para montaje de museo.	Cabarete, POP	Cibao Norte	ASOARTEP	6	Diomar
23	21	Septiembre	Reunión	Sobre colocación de paneles y tour de Música Dominicana	Guananico, POP	Cibao Norte	UMPC Música Dominicana	7	Alberto
24	21	Septiembre	Reunión	Reunión con músico da Rincón cabarete, Sobre ahve para Discover POP y Fam Trip.	Guananico, POP	Cibao Norte	Discover POP	6	Alberto
25	21	Septiembre	Reunión	Reunión con Sara Mercado sobre Discover POP y Fam Trip.	Guananico, POP	Cibao Norte	Discover POP	5	Alberto
26	26	Septiembre	Reunión	Seguimiento a Plan de Capacitación	INFOTEP-Regional Norte / Santiago	Cibao Norte	TCS-INFOTEP	4	Mercy
27	26	Septiembre	Reunión	Monitoreo de avances y ajustes de elaboración de landing page Tren.do	ZOOM	Cibao Norte	TCS	3	Nori
28	27	Septiembre	Reunión	Avances de trabajos TCS	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Nori, Diomar, Alberto, Lisette, Mercy, Amber
29	28	Septiembre	Capacitación	invertir recursos en materiales para ser ejecutados, Vinculación con Banca Solidaria	Puerto Plata	Cibao Norte	Banca solidaria-INFOTEP	5	Alberto

Total Sensibilizados: 121
Total Capacitados: 59
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 180

NIVEL NACIONAL									
1	2	Septiembre	Sensibilización	Charla a estudiantes sobre TCS en UNICARIBE	Santo Domingo	Nacional	Estudiantes UNICARIBE	100	Lisette
2	3	Septiembre	Reunión	Avances a nivel central	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	3	Nori
3	4	Septiembre	Reunión con Mika He	Coordinación de Taller de OPT CIBAO	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Nori
4	10	Septiembre	Reunión Franco	Apoyo T2 Diseño de Mapa	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Nori
5	10	Septiembre	Reunión WEB	Coordinación con Aoki-san	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Nori
6	12	Septiembre	Reunión VIDEO TCS	Seguimiento de ajustes finales de VIDEO	Santo Domingo	Nacional	TCS	2	Nori

NIVEL NACIONAL: 14

TOTAL GENERAL: 194

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Agosto 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la Actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Agosto	Reunión	Reunión con MEFRODA	ADETDA, Dajabon	Cibao Noroeste	MEFRODA	5	Ambar
2	1	Agosto	Reunión	Reunión de Avances	Santiago	Cibao Norte	TCS	12	Noriyuki
3	1	Agosto	Reunión	Reunion para organización de boleros de Playa Rogelio	Villa Magante	Cibao Nordeste	Boleros de Villa Magante	12	Alberto
4	2	Agosto	Reunión	Con Unidades Productivas de Altamira	Altamira	Cibao Norte	UP de Altamira	10	Alberto
6	7	Agosto	Acompartamiento	Visita a Montecristi	Centro de Interpretación de la sal y Cerro Yuting	Cibao Noroeste	UP de Montecristi	3	Ambar
7	7	Agosto	Reunión	Avances sobre planes de acción en Manzanillo	Club de Golf, Manzanillo	Cibao Noroeste	Comunidad de Manzanillo	24	Ambar
8	10	Agosto	Reunión	Reunión con el Grupo Territorial de Santiago Rodríguez	Gobernación Provincial, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	7	Ambar
9	11	Agosto	Acompartamiento	Recorrido al Sr. Yamada, recorrido en Montecristi	Centro de Interpretación de la sal, Cerro Yuting y Playa El Morro	Cibao Noroeste	Comunidad del Morro, Montecristi	6	Ambar
10	12	Agosto	Sensibilización	Presentación de la Ruta de la Miel en Festival Multicultral entre Japón y RD	Club Ensueño Dajabonero, Dajabon	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	200	Ambar Lisette
11	13	Agosto	Acompartamiento	Visitas a Fábricas de casabe	Moncion, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Fábricas de Casabe	3	Mercy
12	14	Agosto	Acompartamiento	Visita a los puntos de la "Ruta del Casabe" y complementarios con Arquitectos del DPP-MITUR	Moncion, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Ruta del casabe	9	Ambar Mercy
13	20	Agosto	Reunión	Sobre avances en UP de Cabarete	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Alberto
14	22	Agosto	Reunión	Reunión digital con ADELVA y LT1	Valverde – Cabarete	Cibao Noroeste y Noroeste	ADELVA Y TCS	6	Ambar Alberto
15	23	Agosto	Sensibilización	Charla sobre recursos locales POP	Guananico	Cibao Norte	Comunidad Guananico	60	Alberto
16	25	Agosto	Capacitación	Taller de redescubrimiento de recursos locales	CTC de Moncion, SR	Cibao Noroeste	Comunidad de Monción	19	Ambar Mercy
17	27	Agosto	Reunión	Socialización con ADELVA y LT1	Oficina ADELVA, Mao	Cibao Noroeste	ADELVA Y TCS	6	Ambar
18	28	Agosto	Reunión	Reunión con Grupo Territorial de Santiago Rodríguez.	Sabaneta, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	8	Mercy

Total Sensibilizados: 260
Total Capacitados: 19
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 279

NIVEL NACIONAL									
1	2	Agosto	Reunión	Reunión con Francisco Almonte	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	4	Noriyuki
2	7	Agosto	Reunión	Reunión con Alberto Calderón	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	2	Noriyuki
5	20	Agosto	Reunión	Reunión con Lisaelle	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	2	Noriyuki
6	27	Agosto	Reunión	Reunión asistente Promoción Nacional	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	2	Noriyuki
8	31	Agosto	Reunión	Reunión de Equipo TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	16	Todos

NIVEL NACIONAL: 26

TOTAL GENERAL: 305

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Abril 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	2	Julio	Reunión	Seguimiento al Proyecto "Mercado de Productores Locales"	OPT Valverde	Cibao Noroeste	ADELVA	5	Amber Alberto
2	4	Julio	Acompañamiento	Visita a la fábrica de casabe del Sr. Carlos Sánchez	Monción	Cibao Noroeste	Fábrica de casabe Monción	3	Amber
3	5	Julio	Reunión	Sesión de revisión de guiones con apicultores de "La Ruta de la Miel"	Partido, Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la miel	5	Amber
4	5	Julio	Reunión	Socialización sobre Oferta Financiera	Santiago	Cibao Norte	Actores Comerciales Santiago	4	Noriyuki
5	6	Julio	Reunión	Seguimiento al Proyecto "Del Campo de Banelino a Su Mesa"	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Banelino	3	Amber
6	24	Julio	Acompañamiento	"Ruta de la Miel" en Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la miel	12	Amber
7	11	Julio	Reunión	Visita a UP Villa Malagón	Gaspar Hdez, Espaillat	Cibao Norte	UP Villa Malagón	8	Noriyuki
8	11	Julio	Sensibilización	Presentación de proyecto TCS, llenado de ficha, reconocimiento de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales, Asoc. de boleros	Playa Rogelio, Villa Magante	Cibao Nordeste	Boleros de Villa Magante	11	Alberto
9	13	Julio	Reunión	Sesión con ADELVA Para explicación de la metodología del estudio de tráfico en la carretera JICOME	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad de Jicomé	6	Amber
10	13	Julio	Capacitación	Estudio de tráfico en Carretera	OPT Mao	Cibao Noroeste	Comunidad Mao	8	Alberto
11	14	Julio	Capacitación	Participación en curso de elaboración de jabonas con esposas de apicultores de "La Ruta de la Miel"	Local de Visión Mundial, Dajabon	Cibao Noroeste	Ruta de la miel	27	Amber
12	16	Julio	Reunión	Reunión con Director de Medio Ambiente Puerto Plata Santuario de Mamífero Marino	Oficina de Medio Ambiente	Cibao Norte	Santuario Manatí	6	Alberto
13	17	Julio	Reunión	Presentación de proyecto TCS, llenado de ficha, reconocimiento de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de Sociedad Ecológica del Cibao	Pico Diego de Ocampo	Cibao Norte	SOECI	8	Alberto
14	18	Julio	Acompañamiento	Apoyo a asistentes realizando conteo en carretera JICOME	Puesto de guardia de JICOME	Cibao Noroeste	Comunidad de Jicomé	5	Amber
15	19	Julio	Reunión	Para planificación de elaboración de revista de teatros locales Provincial	OPT, Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad de Valverde	5	Amber
16	19	Julio	Sensibilización	Presentación de proyecto TCS, llenado de ficha, reconocimiento de oferta, levantamiento de necesidades infraestructurales de Artesanos del Higüerito	Higüerito	Cibao Norte	ASOARTEH	9	Alberto Diomar
17	20	Julio	Reunión	Reunión con el Alcalde de Monción para socialización del Proyecto TCS e integración a las actividades en su territorio	Restaurante De Amigos Cafe	Cibao Noroeste	Alcaldía de Monción	7	Amber
18	20	Julio	Acompañamiento	Recorrido por la carretera Moncion – SAJOMA – Santiago, como posible conexión con la "Ruta del Casabe" de Santiago Rodriguez y ruta panorámica.	Moncion – SAJOMA – Santiago	Cibao Norte	Ruta del Casabe	4	Amber Diomar
19	24	Julio	Reunión	Presentación de avances	Dajabon	Cibao Noroeste	TCS	10	Lisette
20	24	Julio	Reunión	Reunión con el Grupo Territorial de Dajabon para presentar avances e integrarlo a las pr ximas acciones	Biblioteca Cultura, Dajabon	Cibao Noroeste	GT Dajabón	7	Amber
21	24	Julio	Reunión	Reunión con Asociación de pescadores de Manzanillo y otros actores locales	Restaurante Marlyn	Cibao Noroeste	Actores locales Manzanillo	12	Amber
22	24	Julio	Reunión	Presentación de Proyectos y evaluar interés del GT Manzanillo	Manzanillo Santiago	Cibao Noroeste	GT Manzanillo	20	Lisette
23	25	Julio	Reunion	con la nueva presidenta del Cluster de Montecristi para intentar integrar acciones.	Montecristi	Cibao Noroeste	Cluster Montecristi		Amber
24	25	Julio	Reunión	Para organizar próximas acciones de Dajabon y Montecristi	Montecristi	Cibao Noroeste	Comunidades de Montecristi y Dajabon	4	Amber Lisette
25	26	Julio	Reunión	Para preparación de contenido de la sesión con posibles anfitriones de la ruta del casabe	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Ruta del casabe	2	Amber
26	26	Julio	Reunión	Presentación del Proyecto TCS en ACIS a/lic Martín Almonte	Santiago	Cibao Norte	ACIS	2	Noriyuki
27	26	Julio	Reunión	Reunión con Cluster Santiago Consulta de insumos de TTOO para promoción	Santiago	Cibao Norte	Cluster Santiago y TTOO	2	Noriyuki

Total Sensibilizados: 20
Total Capacitados: 35
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 55

NIVEL NACIONAL									
2	2	Julio	Reunión	Coordinación ExpoTokyo con Dept. Promoción Internacional	Santo Domingo	Nacional	TCS-Coop. Int.	4	Noriyuki
4	13	Julio	Reunión	Presentación de Propuesta de Proyecto con Proveedor WEB 1	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
8	17	Julio	Reunión	Re-afirmación de colaboración con Relaciones Públicas	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	4	Noriyuki
10	24	Julio	Reunión	Avances de TCS base a metas presidenciales con Kati-DPP	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	3	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 14

TOTAL GENERAL: 69

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Junio 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Junio	Reunión	Reunión con Dr. Estrella sobre la participación del Museo Taino en la experiencia de Música Dominicana.	Museo Taino	Cibao Norte	Museo Taíno	8	Alberto
2	4	Junio	Reunión	Sobre mercado productores de Altamira Con equipo LT1	Oficina de DPP Cabarete	Cibao Norte	Productores de Altamira	4	Alberto
3	4	Junio	Participación	Participación en reunión con el Cluster Turístico de Valverde	Plaza Morel, Mao, Valverde	Cibao Noroeste	Cluster turístico Valverde	18	Amber
4	6	Junio	Reunión	Reunión con el Grupo Territorial Valverde	ZOOM	Cibao Noroeste	GT Valverde	4	Amber
5	6	Junio	Reunión	Reunión con GT Valverde sobre Mini proyectos	OPT de Mao	Cibao Noroeste	GT Valverde	9	Alberto
6	7	Junio	Socialización	Profundización de Recursos Complementarios en Santiago Rodríguez.	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Actores clave de Santiago Rodríguez	3	Mercy
7	8	Junio	Acompañamiento	Profundización de Complementarios: Reserva Forestal La Noria (identificación de senderos), al Charco del Indio (Río Guraboo) y Reserva de Vida Silvestre La Furnia.	Santiago	Cibao Norte	Charco del Indio y La Furnia	3	Mercy
8	8	Junio	Reunión	Sobre mercado de Banano y otros mini proyectos con equipo LT1	ZOOM	Cibao Noroeste	Sector Bananero	5	Alberto
9	12	Junio	Reunión	Sobre mini proyectos: de Banelino a su mesa y mercado de Banano Orgánico.	Oficina Banelino, Mao, Valverde	Cibao Noroeste	Banelino	7	Amber Alberto
10	12	Junio	Reunión	Reunión con Apicultores "Ruta de la miel Dajabón"	Charco de Arena, Dajabon	Cibao Noroeste	Ruta de la miel	12	Amber
11	12	Junio	Reunión	Reunión apicultores	Dajabon	Cibao Noroeste	Apicultores Dajabón	12	Lisette
12	13	Junio	Acompartamiento	Visita a apiarios para identificación de los senderos y necesidades	Monte Grande y Partido, Dajabón	Cibao Noroeste	Apiarios Dajabón	5	Amber
13	13	Junio	Reunión	Reunión líder Manzanillo para Incorporación de este grupo a proyecto MC	Manzanillo	Cibao Noroeste	Líderes de Manzanillo	4	Lisette
14	14	Junio	Reunión	Candidatos para apoyo a Levantamiento de Oferta Financiera los días 14 y 15	Santiago	Cibao Norte	Actores financieros de Santiago	4	Noriyuki
15	16	Junio	Participación	Profundización "Tubing en el Río Mao"	Desde Bombas de Toni Frías hasta el Balneario de Tilito (Río Mao, Valverde)	Cibao Noroeste	Tubing Mao	17	Amber
16	19	Junio	Reunión	Socialización para coordinación de Mini Proyecto "De los productores de Banelino a tu mesa". Discusión sobre documentos de desarrollo de Ruta del Casabe y Santiago Rodríguez, a fin de presentar avances.	Oficina Banelino, Valverde	Cibao Noroeste	Banelino	2	Amber Mercy
17	20	Junio	Capacitación	Ensayo de Guion con Actores de Música Dominicana	Guananico	Cibao Norte	UMPC Música Dominicana	30	Alberto
18	21	Junio	Reunión	Sobre Mercado de Banano Orgánico y Mini proyecto: 100 productos a base de Banano	Oficina ADELVA	Cibao Noroeste	ADELVA	7	Amber Alberto
19	21	Junio	Reunión	Reunión con GT de SR para socializar ideas de mini proyectos y determinar plan de trabajo para desarrollarlos.	Oficina de Gobernación en Sabaneta, Santiago Rodríguez.	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	6	Mercy
20	21	Junio	Reunión TTOO	Seguimiento VIALAT T3 y Extremo Offroad	Santiago	Cibao Norte	TTOO	2	Noriyuki
21	21	Junio	Reunión	Sobre proyecto de estación de carretera con Iván	Vía Skype desde OPT de Mao	Cibao Noroeste	TCS	4	Alberto
22	21	Junio	Reunión	Reunión vía online para coordinar sobre la estación de carretera y mercado de productores locales	MITUR Valverde y MITUR SD	Cibao Noroeste	TCS-MITUR	6	Amber
23	22	Junio	Visitas con TTOO	Vialat T3- Test Trip	Santiago	Cibao Norte	TTOO	3	Noriyuki
24	28	Junio	Acompartamiento	Visitas a Puntos de Ruta del Casabe (fábricas) con GT a fin de familiarizarse y validar puntos y guiones.	Monción, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Ruta del casabe	6	Mercy
25	29	Junio	Reunión	Presentación de avances y pasos siguientes de líneas de trabajo Equipo Proyecto TCS.	Santiago	Cibao Norte	TCS	12	Mercy

Total Sensibilizados: 0
Total Capacitados: 30
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 30

NIVEL NACIONAL									
1	8	Jinio	Reunión Cámaras de Comercio	Seguimiento de Oferta Financiera	Santo Domingo	Nacional	Cámara de Comercio	3	Noriyuki
2	12	Jinio	Reunión aliados	Revisión avances LN3	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	20	Lisette
3	12	Junio	Reunión	Reunión con Mesa de Acción Conjunta de MC en DPP-MITUR- identificación de responsabilidades y sugerencias de implementaci on capacitaciones conjuntas.	DPP-Santo Domingo	Nacional	MC-MITUR	5	Mercy
4	14	Junio	Seguimiento	Presentación de avances en el desarrollo de contenidos de Programas TCS con el INFOTEP, presentación de metodología de implementación a aliados, solicitud de ajustes al plan con aportes de aliados.	Salón de Reuniones de JICA-Sto. Dgo.	Nacional	TCS-INFOTEP	17	Mercy
5	26	Jinio	Reunión Prom Nac	Acuerdo de Agenda Taller Prom Nac	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	3	Noriyuki
6	30	Jinio	BTC	Presentación de Proyecto TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	200	Lisette

NIVEL NACIONAL: 248

TOTAL GENERAL: 278

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Mayo 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Mayo	Reunión	Reunión de equipo LT1	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	5	Alberto Diomar
2	1	Mayo	Reunión	Reunion con Arquely (Luna Tour) sobre Turismo de cruceros	Puerto Plata	Cibao Norte	Luna Tours	5	Alberto Diomar
3	2	Mayo	Reunión	Con UMPC Sosua sobre Festival	Sosua	Cibao Norte	UMPC Sosúa	11	Alberto Diomar
4	2	Mayo	Reunión	Situación de turismo de crucero	Dajabón	Cibao Noroeste	Sector cruceros	6	Alberto Diomar
5	3	Mayo	Capacitación	Nuevo producto basado en tema miel	Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la miel	13	Amber Alberto Lisette Diomar
6	4	Mayo	Reunión	Preacuerdo con UMPC Guananico para trabajar nuevo producto	Guananico	Cibao Norte	UMPC Guananico	7	Alberto Diomar
7	7	Mayo	Reunión	Reunión con para coordinar visita a SR Visita de la visión y participación en Expo Turismo	Valverde – Puerto Plata	Cibao Norte	UP y GT Santiago Rodríguez	2	Ambar
8	7	Mayo	Reunión	Explicación general de Proyecto TCS, Avance TCS-MITUR, Actividades realizadas de LT1, Situación nueva y propuesta de LT1.	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS-MITUR	5	Alberto Diomar
9	8	Mayo	Reunión	Elaboración de cronograma de LT1 hasta septiembre	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Alberto Diomar
10	9	Mayo	ata a la Provincia S	Visita a la Provincia SR los días 9, 10 y 11	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Comunidad Santiago Rodríguez	3	Ambar
11	11	Mayo	Monitoreo	Reunión de seguimiento a la ruta de aventura	Montecristi	Cibao Noroeste	Ruta de Aventura	15	Ambar
12	11	Mayo	Capacitación	Profundización de Música Dominicana	Guananico	Cibao Norte	UMPC Guananico	20	Alberto Diomar
13	15	Mayo	Reunión	Reunión para coordinar recibimiento de la Misión Japonesa y retroalimentación de Expo Valverde con el GT de Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	5	Ambar
14	16	Mayo	Reunión	Sobre funcionamiento de Jamao Eco Tours	Jamao al Norte	Cibao Norte	Jamao Ecotours	20	Alberto
15	18	Mayo	Reunión en SR con GT y MISION	Evaluación de MISION JAPONESA	SR	Cibao Noroeste	Misión Japonesa y TCS	10	Lisette
16	18	Mayo	Reunión con apicultores en Dajabon	Evaluación de MISION JAPONESA	Dajabón	Cibao Noroeste	Misión Japonesa y TCS	12	Lisette
17	19	Mayo	Sensibilización	Conferencia sobre TCS en UAPA - SANTIAGO: Presentación a estudiantes sobre el modelo TCS y el Proyecto	Santiago	Cibao Norte	UAPA-SANTIAGO	200	Lisette
18	22	Mayo	Reunión	Cierre de segundo mes de monitoreo a Unidades Productivas Priorizadas	Cabarete	Cibao Norte	UP de POP	4	Alberto Diomar

Total Sensibilizados: 200
Total Capacitados: 33
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 233

NIVEL NACIONAL									
1	21	Mayo	Reunión	Retroalimentación de Misión Japonesa	Santo Domingo	Nacional	TCS y Contrapartes	28	Alberto Diomar

NIVEL NACIONAL: 28

TOTAL GENERAL: 261

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Abril 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Abril	Reunión	Reunión con apicultores para Obtención de data para ruta de la miel	Dajabon	Cibao Noroeste	Apicultores de Dajabón	8	Lisette
2	4	Abril	Reunión	Seguimiento a Expo Valverde 2018 con GT de Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	9	Ambar
3	4	Abril	Reunión	Avances de LT1	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Alberto
4	4	Abril	Acompañamiento	Visita a apiarios en Dajabon los días 4, 5 y 6	Provincia Dajabon	Cibao Noroeste	Apiarios de Dajabón	10	Ambar
5	6	Abril	Reunión	Mercado de productores	Altamira	Cibao Norte	Productores de Altamira	8	Alberto
6	11	Abril	Reunión	Reunión de seguimiento a Expo Valverde 2018 con GT de Valverd	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	6	Ambar
7	12	Abril	Capacitación	Taller de desarrollo de avistamiento de aves	Monfacristi	Cibao Noroeste	GREMONT - Avistamiento de Aves	10	Ambar
8	12	Abril	Reunión	Reunión Comité Santiago para Seguimiento venta de rutas	Edif Empresarial	Cibao Norte	Actores comerciales Santiago	4	Noriyuki
9	12	Abril	unión Comité Santi	Participacion Expoturismo	Edif Empresarial	Cibao Norte	Actores comerciales Santiago	4	Noriyuki
10	12	Abril	Reunión con Cá mara de Santiago	Coordinación de Levantamiento de oferta financiera	Cámara de Comercio	Cibao Norte	Cámara de comercio	3	Noriyuki
11	12	Abril	Capacitación	Taller guías de aventura Lineamientos de trabajo conjunto	Monfacristi	Cibao Noroeste	Ruta de aventura	30	Lisette
12	17	Abril	Reunión	Con equipo de LT1	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Alberto
13	18	Abril	Reunión	Reunión de seguimiento a Expo Valverde 2018 con GT de Valverd	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	7	Ambar
14	18	Abril	Reunión	Elaboracion de Ficha Expoturismo	Oficina OPT	Cibao Norte	TCS	3	Noriyuki
15	20	Abril	Sensibilización	Mercado de productores de Altamira	Altamira	Cibao Norte	Productores de Altamira	11	Alberto
16	23	Abril	Reunión	Paquete mínimo para Noroeste	Cabarete	Cibao Norte	TCS	11	Alberto
17	26	Abril	Reunión de Equipo	Avances Generales de Equipo	Mao	Cibao Noroeste	TCS	13	Noriyuki

Total Sensibilizados: 11

Total Capacitados: 40

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 51

NIVEL NACIONAL									
1	2	abril	Reunión ADEJA	Seguimiento actividad de Exbecarios	Santo DomingoMITUR	Nacional	TCS-JICA	2	Noriyuki
3	4	abril	Reunión Hiro-san	Aporte a Protocolo Manejo Equipo	Santo DomingoMITUR	Nacional	TCS	2	Noriyuki
4	6	abril	Reunión ANDARIE	Presentación de Guión confirmado	Santo Domingo ANDARIEGÓ	Nacional	Andariego	4	Noriyuki
5	13	abril	Reunión Administ	Presentación de Protocolo y Reglas Administrativas	Santo Domingo JICA	Nacional	TCS	13	Ambar Noriyuki Alberto
7	16	abril	Reunión	Reunión con Promoción Internacional avances N2	Santo Domingo MITUR	Nacional	Promoción Internacional	5	Noriyuki
8	20	abril	Reunión con Cámara Comercio	Seguimiento de Oferta financiera	Santo Domingo Cámara de Comercio	Nacional	TCS-Cámara de Comercio	3	Noriyuki
9	20	abril	Reunión ANDARIE	Ajuste de guión bajo presupuesto	Santo Domingo Andariego	Nacional	Andariego	4	Noriyuki
10	23	abril	Reunión en MOPC	Presentación de TCS a Directora de Planificación de MOPC	Santo Domingo	Nacional	MOPC	3	Lisette

NIVEL NACIONAL: 36

TOTAL GENERAL: 87

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Marzo 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	5	Marzo	Participación	Toma de fotos Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad Valverde	3	Ambar
2	6	Marzo	Participación	Toma de fotos en Santiago Rodriguez 6 y 7	Santiago Rodriguez	Cibao Noroeste	Comunidad Santiago Rodriguez	3	Ambar
3	6	Marzo	Reunión	Creación de material digital (fotos) para Taller de Tumpeadoras y otros propósitos promocionales del 6 al 21	Varios LinNor, POP y STIC	Cibao General	TCS Y TTOO	4	Noriyuki
4	8	Marzo	Reunión	Verificar avances TICs T1 y discusión posibilidades en N2 CIBAO	Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Noriyuki
5	8	Marzo	Capacitación	Módulos de Capacitación	Santiago	Cibao Norte	TCS	16	Alberto
6	14	Marzo	Capacitación	Charla "Como convertir un recurso, en un producto potencial"	OPT Valverde	Cibao Noroeste	TCS	17	Ambar
7	15	Marzo	Participación	Toma de fotos en Montecristi.	Montecristi	Cibao Noroeste	Comunidad Montecristi	3	Ambar
8	15	Marzo	Reunión	Propuesta de investigación Oferta Financiera; seguimiento con Carlos Peralta	Santiago	Cibao Norte	Actores financieros Santiago	2	Noriyuki
9	16	Marzo	Reunión	Plan de Actividades TCS	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	5	Alberto
10	16	Marzo	Reunión	Presentación Plan de Trabajo T3 y acuerdo de desarrollo de actividades con el comité técnico POP	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS y Comité Técnico POP	6	Noriyuki
11	22	Marzo	Reunión	Reunión con GT Valverde para planificación de participación en Expo-Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	11	Ambar
12	24	Marzo	Capacitación	Taller en campo "Como convertir un recurso, en producto potencial"	Jamao al Norte	Cibao Norte	Jamao al Norte	19	Ambar
13	20	Marzo	Reunión	Preparación de actividad con taxistas y registro de visitantes, colocación de materiales de lotneria	Cabarete	Cibao Norte	Sindicato de Taxistas POP	7	Alberto
14	20	Marzo	Sensibilización	Entrega de Kayaks, preparación de actividad con taxistas y registro de visitantes, entrega de afiches, valla y lotnero.	Jamao al Norte	Cibao Norte	Jamao al Norte	5	Alberto
15	21	Marzo	Reunión	UMPC Estero Hondo(Experiencia de Manati)	Estero Hondo	Cibao Norte	UMPC Estero Hondo	8	Alberto
16	21	Marzo	Sensibilización	Reunion con Mujeres de Chocolala (preparación de actividad con taxistas y registro de visitantes, entrega de materiales y equipos para mejoramiento de experiencia)	Altamira	Cibao Norte	Chocolala	8	Alberto
17	22	Marzo	Reunión	Reunión con Federación de taxistas	Puerto Plata	Cibao Norte	Federación de Taxistas POP	18	Alberto
18	28	Marzo	Reunión	Interna de equipo TCS	Vía Go to meeting	Cibao General	TCS	14	Alberto Noriyuki

Total Sensibilizados: 13

Total Capacitados: 66

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 79

NIVEL NACIONAL									
1	5	Marzo	Capacitación	Senderos, rutas y circuitos	Santo Domingo	Nacional	TCS	8	Alberto
2	6	Marzo	Reunión	Elaboración de Plan de trabajo: Edición de video con ANDARIEGO	Santo Domingo	Nacional	Andariego	4	Noriyuki
3	20	Marzo	Capacitación	Elaboración de Criterio Básico de Puntos "TCS", justificación de apoyo a recursos diagnosticos	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki
4	26	Marzo	Capacitación	Elaboración de Listado Filtrado de Recursos TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 4

TOTAL GENERAL: 83

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Febrero 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	8	Febrero	Reunión	UMPC Estero Hondo(Experiencia de Manati)	Estero Hondo	Cibao Norte	UMPC Estero Hondo	10	Alberto
2	2	Febrero	Capacitación	Taller con GT Casabe en SR para aclarar las actividades y metas para el 2018	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez - Casabe	16	Ambar
3	5	Febrero	Reunión	Reunión con OPT Valverde para elaboración del Plan de Acción Institucional	Valverde	Cibao Noroeste	OPT Valverde	5	Amber
4	5	Febrero	Capacitación	Capacitación Chocolala	Altamira	Cibao Norte	Chocolala	14	Alberto
5	5	Febrero	Capacitación	Capacitación a representantes de Hacienda Cuña	Guananico	Cibao Norte	Hacienda Cuña	8	Alberto
6	6	Febrero	Capacitación	Capacitación a UMPC Estero Hondo	Estero Hondo	Cibao Norte	UMPC Estero Hondo	10	Alberto
7	7	Febrero	Capacitación	Capacitación para Asociación de Gulas Cuevas de Cabarete	Cabarete	Cibao Norte	Cuevas de Cabarete	11	Alberto
8	7	Febrero	Capacitación	Capacitación a Jamao Eco Tours	Jamao al Norte	Cibao Norte	Jamao Ecotours	7	Alberto
9	7	Febrero	Reunión	Reunión GT Casaba en Santiago Rodríguez, Seguimiento a PA	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez - Casabe	10	Almber
10	13	Febrero	Capacitacion	Capacitacion en promoción a los encargados de Promoción de las Ups: Chocolala y Hacienda Cuña	Guananico	Cibao Norte	Chocolala y Hacienda Cuña	8	Alberto
11	14	Febrero	Capacitacion	Capacitacion en promoción a los encargados de Promoción de las Ups: Cuevas de Cabarete y Jamao Eco Tours	Cabarete	Cibao Norte	Cuevas de Cabarete y Jamao Ecotours	7	Alberto
12	20	Febrero	Reunión	reunión con INFOTEP, conversatorio sobre módulos de capacitaci on	Santiago	Cibao Norte	INFOTEP	4	Amber
13	20	Febrero	Sensibilización	Presentación POA, Módulos y TOR	Santiago	Cibao Norte	TCS	3	Lisette
14	21	Febrero	Reunión	Reunión con FUDAPROYECTOS	Puerto Plata	Cibao Norte	FUDAPROYECTOS	6	Alberto
15	22	Febrero	Reunión	Acuerdo de Plan de Trabajo 2018	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Noriyuki
16	22	Febrero	Sensibilización	reunión GT Banano en Valverde, para aclarar metas y resultados para el 2018	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	14	Amber
17	23	Febrero	Sensibilización	reunión GT Miel en Dajabon, para aclarar metas y resultados para el 2018	Dajabon	Cibao Noroeste	GT Dajabón - miel	5	Amber
18	28	Febrero	Reunión	Reunión de Equipo TCS	Vía Go Meeting	Cibao General	TCS	10	Alberto

Total Sensibilizados: 22

Total Capacitados: 97

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 119

NIVEL NACIONAL									
1	6	Febrero	Reunión	SEGUIMIENTO JICA	Santo Domingo	Nacional	TCS-JICA	9	Lisette
2	7	Febrero	Reunión	Apoyo ADEJA actividades de Turismo	Santo Domingo	Nacional	ADEJA	4	Noriyuki
3	8	Febrero	Reunión con Andariego reedición de video	Acuerdo de próximos pasos	Santo Domingo	Nacional	ANDARIEGO	3	Noriyuki
4	9	Febrero	Reunión de Equipo	Visualización de Planes de Trabajo	Santo Domingo	Nacional	TCS	8	Noriyuki Lisette
5	15	Febrero	reunión equipo DP	POA	Santo Domingo	Nacional	TCS Y CONTRAPARTES	3	Lisette
6	16	Febrero	reunión VM Técnic	Presentación Estrategia	Santo Domingo	Nacional	TCS	4	Lisette
7	21	Febrero	reunion DONANTE	Coordinación agenda de trabajo conjunta para MC	Santo Domingo	Nacional	TCS Y MC	3	Lisette
8	23	Febrero	Reunión con equipo CC	Revisión de su modelo de OTS	Santo Domingo	Nacional	TCS Y CC	4	Lisette
9	23	Febrero	Reunión Luis Simo	Presentación Formal TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	3	Lisette
10	28	Febrero	Reunión de Avances con Equipo	Avances de Equipo	Santo Domingo	Nacional	TCS	10	Noriyuki Lisette

NIVEL NACIONAL: 51

TOTAL GENERAL: 170

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Enero 2018**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	12	Ena	Sensibilización	Seguimiento al grupo de Manatí (temas relacionados a la excusió n, necesidad de adecuación y negociación con tour operadores)	Estero Hondo	Cibao Norte	UMPC Estero Hondo	8	Alberto
2	15	Ena	Reunión	Reunión interna del equipo Regional de OPT RNOE	Valverde	Cibao Noroeste	GR Valverde	8	Amber
3	15	Ena	Acompañamiento	Visita a Santiago de Rodriguez recolección de materiales del Proyecto	Santiago Rodriguez	Cibao Noroeste	Comunidad Santiago Rodríguez	4	Amber
4	19	Ena	Reunión	Reunión sobre Línea T1	Cabarete	Cibao Norte	TCS	8	Alberto
5	22	Ena	Reunión	Reunión sobre líneas de Trabajo 2	Cabarete	Cibao Norte	TCS	8	Alberto
6	23	Ena	Reunión	Reunión para presentar Lineamientos de trabajo generales del Proyecto TCS al Director de la Región Norte de MITUR	Valverde	Cibao Noroeste	TCS-MITUR	5	Amber
7	23	Ena	Capacitación	Taller de capacitación sobre Línea de Trabajo 1.	Cabarete	Cibao Norte	TCS	6	Alberto
8	24	Ena	Reunión	Planificación de Línea de Trabajo 1.	Cabarete	Cibao Norte	TCS	5	Alberto
9	25	Ena	Reunión	Reunión interna del Proyecto TCS para ver líneas de trabajo y marco general del Proyecto	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Amber
10	25	Ena	Reunión	Reunión sobre Proyecto TCS-Plan de trabajo.	Santiago	Cibao Norte	TCS	13	Alberto
11	26	Ena	Capacitación	Para ver los insumos de los Grupos Territoriales	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	8	Amber
12	30	Ena	Reunión	Reunión con representa de Chocolala.	Altamira	Cibao Norte	Chocolala	5	Alberto
13	30	Ena	Reunión	Reunión con representantes de Hacienda Cuña.	Guananico	Cibao Norte	Hacienda Cuña	6	Alberto
14	30	Ena	Reunión	Reunión con representantes de ASOARTEP	IMBERT	Cibao Norte	ASOARTEP	9	Alberto
15	31	Ena	Reunión	Jamao Eco Tours	Jamao al Norte	Cibao Norte	Jamao Ecotours	12	Alberto
16	31	Ena	Reunión	Asociación de Gulas Cuevas de Cabarete.	Cabarete	Cibao Norte	Cuevas de Cabarete	13	Alberto

Total Sensibilizados: 8

Total Capacitados: 14

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 22

NIVEL NACIONAL									
2	16	Ena	Reunión	Reunión interna del equipo del Proyecto para revisar las Líneas de	Santo Domínco	Nacional	TCS	13	Amber Alberto

NIVEL NACIONAL: 13

TOTAL GENERAL: 35

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Diciembre 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	6	Diciembre	Acompañamiento	Apoyo a la Misión de la ONU (Vista UMPC Altamira, Parada el Tú nel, Chocolala, Hacienda Cuña, 27 de Damajagua)	Puerto Plata	Cibao Norte	UP de POP	4	Alberto
2	11	Diciembre	Capacitación	Elaboración de plan de acción Grupo Territorial "Banano" Valverde.	Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde - bananos	10	Alberto Amber
3	19	Diciembre	Capacitación	Elaboración de plan de acción Grupo Territorial "Miel" Dajabón.	Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón - Miel	11	Alberto Amber
4	20	Diciembre	Capacitación	Taller de Seguimiento al plan de acción ValVerde	ValVerde	Cibao Noroeste	Comunidad Valverde	8	Amber
5	20	Diciembre	Sensibilización	Reunión de validación de plan de acción.	Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad Valverde	8	Alberto
6	21	Diciembre	Reunión	Reunión Mensual de equipo TCS.	Virtual desde Cabarete	Cibao Norte	TCS	10	Alberto Amber

Total Sensibilizados: 37
Total Capacitados: 29
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 66

NIVEL NACIONAL									
1	5	Diciembre	Sensabilización	Segunda Reunión de Comité de Coordinación Conjunta (CCC)	Santo Dominco	Nacional	TCS Y CONTRAPARTES	29	Alberto Amber
2	13	Diciembre	Reunión	REUNION MESA TECNICA	Santo Domingo	Nacional	TCS	15	Lisette

NIVEL NACIONAL: 15

TOTAL GENERAL: 81

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Noviembre 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	7	Noviembre	Acompañamiento	Visita a recursos seleccionados en Valverde	Damajagua, Valverde	Cibao Noroeste	Localidades Valverde	4	Amber
2	7	Noviembre	Capacitación	Taller para acuerdo de selección de puntos	Santiago Rodriguez	Cibao Noroeste	TCS.Santiago Rodriguez	6	Amber
3	8	Noviembre	Reunión	Reunión sobre video para CCC	Cabarete	Cibao Norte	TCS	4	Alberto
4	9	Noviembre	Reunión	Reunión para acuerdo de selección de puntos	Monte Cristi	Cibao Noroeste	TCS	9	Alberto
5	14	Noviembre	Acompañamiento	Seguimiento avances de estrategia	Santiago	Cibao Norte	TCS	16	Alberto Amber
6	16	Noviembre	Reunión	Sobre comunicación interna y visita del Dr. Shikida	Virtual	Cibao General	TCS-JICA	12	Alberto
7	16	Noviembre	Reunión	Seguimiento al llenado de la matriz de selección de puntos de Montecristi	Montecristi	Cibao Noroeste	TCS-Montecristi	6	Amber
8	17	Noviembre	Reunión	Reunión con guías y mesa de cooperación a Monte Cristi	Monte Cristi	Cibao Noroeste	Actores clave Montecristi	16	Alberto Amber
9	21	Noviembre	Reunión	Reunión mensual de equipo TCS	Virtual	Cibao General	TCS	10	Alberto Amber
10	23	Noviembre	Reunión	Organización de Simposio y Taller con Dismar y Alberto	Santiago	Cibao Norte	TCS	4	Noriyuki
11	24	Noviembre	Reunión	Alineación de plan, próximos pasos y coordinación de taller con CI ráter y Cámara	Santiago	Cibao Norte	Cluster y Cámara de Santiago	3	Noriyuki
12	24	Noviembre	Acompañamiento	Acompañamiento a visita a Valverde por el Sr. Shikida	Guayubín	Cibao Noroeste	TCS-JICA	7	Amber
13	28	Noviembre	Capacitación	Taller Planificación de Programa de Líder de Desarrollo Comunitario	Santiago	Cibao Norte	TCS y Contrapartes	35	Alberto Noriyuki
14	28	Noviembre	Simposio	Desarrollo Comunitario Sostenible	Santiago	Cibao Norte	TCS y Contrapartes	44	Alberto Noriyuki
15	29	Noviembre	Capacitación	Elaboración de plan de Acción de Grupo Territorial Casabe, Santiago Rodríguez	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	12	Alberto

Total Sensibilizados: 0
Total Capacitados: 53
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 53

NIVEL NACIONAL									
1	13	Noviembre	Reunión	REUNION MESA TECNICA	Santo Domingo	Nacional	TCS	15	Lisette
2	16	Noviembre	Reunión de mini-Equipo Interno	Coordinación de agenda y solicitud de apoyo (hiro) sobre actividades de Dr. Shikida	Santo Domingo	Nacional	TCS-JICA	11	Noriyuki
3	20	Noviembre	Reunión de coordinación	Coordinación de Sub-equipos: Herramienta para reunión mensual (gotomeeting), coordinación T3, coordinación Shikida, coordinación producción video	Santo DomingoOnline (Santo Domingo, Mao, PoP)	Nacional	TCS Y CONTRAPARTES	4	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: 30

TOTAL GENERAL: 83

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Octubre 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	3	Octubre	Reunión	Reunión de seguimiento a estudio de profundización	Dajabón	Cibao Noroeste	Comunidad de Dajabón	16	Alberto Amber
2	4	Octubre	Apoyo logístico	Feria Discover POP: Montaje	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	6	Alberto Amber
3	5	Octubre	Exposición	Exposición de la Feria Discover POP	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	5	Alberto Amber
4	6	Octubre	Feria Discover POP	Exposición, desmontaje, y devolución de equipos.	Puerto Plata	Cibao Norte	Discover POP	5	Alberto
5	11	Octubre	Sensibilización	Fam Trip Región Noroeste	Valverde SantiagoRodriguez Dajabón	Cibao Noroeste	Influencers y famosos	9	Amber
6	12	Octubre	Sensibilización	Fam Trip Región Noroeste	Montecristi Puerto Plata	Cibao Noroeste	Influencers y famosos	9	Amber
7	16	Octubre	Reunión	Reunión con Directora Provincial de OPT para coordinar sobre stand de muestras de Productos a nivel Regional	Valverde	Cibao Noroeste	OPT Valverde	2	Amber
8	19	Octubre	Reunión	Reunión de coordinación interna del equipo (Video, Seguimiento T3 y Entrega de Fichas)	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	5	Amber
9	19	Octubre	Reunión	Reunión sobre desarrollo Turístico con autogestión, video para CCC, puntos desarrollar en Valverde.	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	5	Alberto
11	20	Octubre	Sensibilización	Reunión de Presentación de Estudio de Profundización Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	TCS	10	Amber
12	26	Octubre	Acompañamiento	Visita a Santiago Rodríguez para recoger información de fichas y posteriormente apoyar en digitalización y organización de la información	Santiago Rodriguez	Cibao Noroeste	Instituciones y actores clave Santiago Rodriguez	3	Amber
13	27	Octubre	Reunión	Reunión de evaluación de Propuestas de Rutas por Tour Operadores (Apoyo a Linea T3)	Santiago	Cibao Norte	TTOO	10	Amber

Total Sensibilizados: 28
Total Capacitados: 11
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 39

NIVEL NACIONAL									
1	2	Octubre	Capacitación	TALLER DE ESTRATEGIA	Santo Domingo	Nacional	TCS	11	Lisette Amber
2	10	Octubre	Reunión	con equipo TCS	Santo Domingo	Nacional	TCS	8	Alberto Amber
3	11	Octubre	Reunión	Reunión Monitoreo de Proyecto TCS	Santo Dominco	Nacional	TCS Y CONTRAPARTES	11	Alberto

NIVEL NACIONAL: 19

TOTAL GENERAL: 58

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Septiembre 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	13	Septiembre	Reunión	Analizar situación actual de RTC, planificar acciones y planificar taller regional de coordinación con Marta,Luisa y Lissette	Puerto Plata	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
2	18	Septiembre	Reunión	Reunión de seguimiento Valverde	Valverde	Cibao Noroeste	Actores de Valverde	3	Amber
3	19	Septiembre	Reunión	Reunión de seguimiento Montecristi	Montecristi	Cibao Noroeste	Actores de Montecristi	3	Amber
4	27	Septiembre	Reunión	Reunión de seguimiento a estudio de profundización	Valverde	Cibao Noroeste	TCS - Valverde	10	Amber
5	27	Septiembre	Reunión	Contenido de la actividad tcs	Valverde	Cibao Noroeste	TCS - Comunidad de Valverde	10	Alberto
6	27	Septiembre	Acompañamiento	Reunión de seguimiento a estudio de profundización	Santiago Rodriguez	Cibao Noroeste	TCS-Comunidad de Santiago Rodriguez	10	Alberto Amber
7	28	Septiembre	Reunión	Reunión para planificar participación en Feria Discover POP	Cabarete	Cibao Norte	DISCOVER POP	6	Alberto
8	29	Septiembre	Acompañamiento	Reunión de seguimiento a estudio de profundización	Monte Cristi	Cibao Noroeste	TCS-Comunidad de Montecristi	12	Alberto Aldber

Total Sensibilizados: 0
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 0

NIVEL NACIONAL									
1		Septiembre			Santo Domingo				

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 0

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Agosto 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	24	Agosto	Reunión	Conversacion entre VM Almonte, Jamao Ecotours y Cluster	ADEPE MOCA	Cibao Norte	ADEPE, Jamao Ecotours y Cluster de Moca	12	Lisette
2	29	Agosto	Acompañamiento	Realizar visitas a puntos a profundizar, tomar fotos, verificar llenado correctos de las fichas.	Santiago Rodriguez	Cibao Norte	Comunidad de Santiago Rodriguez	5	Alberto Amber
3	31	Agosto	Capacitación	Socializar la idea del estudio de profundización con los actores principales de la provincia, Aclarar los pasos desde la aprobación de las rutas temáticas en el Taller Regional hasta el desarrollo de productos turísticos, Identificar posible grupo de trabajo con la formación de grupo para el estudio de profundización.	Montecristi	Cibao Noroeste	Comunidades, unidades y grupos CNDE	10	Alberto Amber

Total Sensibilizados: 0
Total Capacitados: 18
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 18

NIVEL NACIONAL									
1	9	Ago	Reunión	Presentación ideas OPT en territorio con Milka Hernandez	Santo Domingo	Nacional	TCS-MITUR	2	Lisette
2	10	Ago	Reunion	Seguimiento coordinación MESA TECNICA	Santo Domingo	Nacional	TCS	6	Lisette
3	15	Ago	Reunión	Presentación ideas OPT en territorio con Proyecto BID de Fomento CC	Santo Domingo Oficina Fomento	Nacional	TCS-BID	3	Lisette
4	25	Ago	Capacitación	Seguimiento a proceso. Taller con DPP	Santo Domingo MITUR	Nacional	TCS	8	Lisette
5	29	Ago	Reunión	Para posible apoyo en comercializacion de productos RED	Santo Domingo Cluster POP	Nacional	TCS Y CLUSTER POP	2	Lisette

NIVEL NACIONAL: 13
TOTAL GENERAL: 31

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Julio 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	4	Julio	Reunión	Coodinar presentación de avances con equipo de oficina MITUR POP	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	MITUR POP	2	Alberto
2	7	Julio	Reunión	Red de Turismo Comunitario	Puerto plata	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
3	18	Julio	Reunión	Presentación de propuesta de Plan de Trabajo y Presupuesto	CC POP	Cibao Norte	OPT POP	5	Lisette
4	25	Julio	Reunión	Ver plan de actividades hasta diciembre de Linea 2	Oficina de MITUR Cabarete.	Cibao Norte	TCS	5	Amber

Total Sensibilizados: 0
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 0

NIVEL NACIONAL									
1	26	Julio	Presentación	Presentación de proyectos de cada cooperacion en Zona Cibao	Santo Domingo GIZ	Nacional	TCS Y CONTRAPARTES	8	Lisette

NIVEL NACIONAL: 8
TOTAL GENERAL: 8

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Junio 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes		ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Junio	Sensibilización	Reunión con facilitadores de Valverde. Reunión con Gustavo y Rosalba de Banelino	Valverde	Cibao Noroeste	Banelino	6	Alberto
2	5	Junio	Reunión	Reunión con Alberto y Tomoko para revisar avances de catálogo.	Cabarete	Cibao Norte	TCS	3	Diomar
3	8	Junio	Reunión	Reunión con Director regional del turismo	Valverde	Cibao Noroeste	TCS-MITUR	4	Diomar Alberto
4	27	Junio	Reunión	Reunion UTS-TCS	Oficina de MITUR Cabarete.	Cibao Norte	TCS-MITUR	6	Alberto

Total Sensibilizados: 6
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 6

NIVEL NACIONAL									
1	6	Junio	Reunión	Reunión con Tomoko y equipo PP2	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	4	Lisette
2	16	Junio	Reunión	Reunión con Aoki sobre procesos subsiguientes del proyecto	Santo Domingo	Nacional	TCS-DPP	4	Lisette

NIVEL NACIONAL: 8
TOTAL GENERAL: 14

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Mayo 2017**

	Fecha (Fecha/ Mes		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	3	Mayo	Reunión	Reunión con Diomar para entrega de documentos e informaciones relacionas al Proyecto Piloto 2.	Oficina de MITUR Cabarete.	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
2	12	Mayo	Reunión	Reunión para presentar avances de PP2 a Tomoko.	Cabarete	Cibao Norte	TCS	2	Alberto
3	18	Mayo	Sensibilización	Reunión con Directora de tienda de Centro León para integrar los productos artesanales de la RED. Se coordino la participación de algunos artesanos en el Bazar del Día de Las Madres (Sabado 20).	Santiago	Cibao Norte	Centro León	3	Lisette
4	30	Mayo	Reunión	Reunión para trabajar propuesta de ruta de historia.	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	Ruta Histórica	3	Alberto

Total Sensibilizados: 3
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 3

NIVEL NACIONAL									
1		Mayo	Reunión		Santo Domingo				

NIVEL NACIONAL: 0
TOTAL GENERAL: 3

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Abril 2017**

		Fecha (Fecha/ Mes	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	4	Abril	Reunión	Reunión con MITUR (Ivan, Yamilet) + Nori, Aoki	Oficina Santiago	Cibao Norte	TCS-MITUR	5	Lisette
2	7	Abril	Reunión	Reunión con el equipo para presentar avances del proyecto piloto 2	Oficina de MITUR Cabarete	Cibao Norte	TCS-MITUR	4	Alberto
3	19	Abril	Reunión	Reunión con ADEPE y Cluster Turistico de Espaillat	Espaillat	Cibao Norte	ADEPE, Cluster Turistico Espaillat	6	Lisette
4	19	Abril	Reunión	Reunión con los representantes del CODEJAN y ECOTOURS JAMA	Jamao al Norte	Cibao Norte	CODEJAN Y JAMAO ECOTOURS	5	Lisette
5	25	Abril	Reunión	Reunión con el equipo JICA y MITUR.	Oficina de MITUR Cabarete.	Cibao Norte	TCS-MITUR	5	Lisette Alberto
6	26	Abril	Capacitación	Presentación de avances del Proyecto Piloto 2 en la Reunión con Gerente de INFOTEP Santiago y su equipo	Oficina de MITUR Cabarete.	Cibao Norte	TCS-INFOTEP	7	Alberto
							Total Sensibilizados:	0	
							Total Capacitados:	7	
							TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	7	
NIVEL NACIONAL									
1		Abril			Santo Domingo				
							NIVEL NACIONAL:	0	
							TOTAL GENERAL:	7	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Marzo 2017**

		Fecha	ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	2	Marzo	Reunión	Con equipo organizador de PP3 en Santiago para confirmar cierre de primera etapa (envio de propuesta de estudiantes a universidades) y otros puntos relacionados pendientes al concurso, y organización de evento en Abril (selección Prov). Además, el acuerdo con las propuestas de Puerto Plata	Santiago	Cibao Norte	Cámaras, Clústeres y Universidades de Puerto Plata	12	Madoka y Nori
2	3	Marzo	Reunión	Presentar la propuesta de OPT como encargados de asistencia té cnica en Proyecto PP5 en coordinación con Cámaras y Clústeres de la Provincia	Santiago	Cibao Norte	OPT de Zona Norte bajo Francisco Javier Almonte	20	Madoka y Nori
4	6	Marzo	Sensibilización	Planteamiento de la estrategia de ejecución de PP5 a través de C ámaras y Clústeres	Santiago	Cibao Norte	Cámara y Clusteres de STI y POP	2	Madoka y Nori
5	8	Marzo	Reunión	Presentación del Proyecto y avances de cada proyecto Piloto	Santiago	Cibao Norte	Clúster de Santiago	11	Madoka y Nori
6	9	Marzo	Reunión	Coordinación para inicio de investigación de PP4	Altamira	Cibao Norte	DPP	5	Madoka y Nori
9	16	Marzo	Capacitación	Entrenamiento de estudiantes sobre concepto de "Tema" en una ruta turística : producto final deseado en Mayo. Y entrega de apoyo (anticipo económico al estudiante)	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámaras, Clústeres y Universidades de Puerto Plata	30	Madoka y Nori
10	17	Marzo	Capacitación	Entrenamiento de estudiantes sobre concepto de "Tema" en una ruta turística : producto final deseado en Mayo. Y entrega de apoyo (anticipo económico al estudiante)	Santiago	Cibao Norte	Cámaras, Clústeres y Universidades de Puerto Plata	23	Madoka y Nori
11	22	Marzo	Sensibilización	Revisión de responsabilidades de los miembros de equipo de organizadores de PP3 en Puerto Plata	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámaras, Clústeres y Universidades de Puerto Plata	5	Madoka y Nori
12	23	Marzo	Participación	Foro Internacional de Retos de Turismo COMPEHT: para establecer relación con nuevo director de OPT Linea Noroeste	Valverde	Cibao Noroeste	Equipo del Proyecto	300+	Nori
							Total Sensibilizados:	7	
							Total Capacitados:	38	
							TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	45	
NIVEL NACIONAL									
1	1	Marzo	Reunión	Coordinar y Compartir avances con Wada-san y Lisaetta-san el avance de los proyectos y situación actual	Santo Domingo	Nacional	Equipo del Proyecto	4	Noriyuki
2	13	Marzo	Reunión	Coordinación para apoyo de Lisaetta en PP3	Santo Domingo	Nacional	Equipo del Proyecto	2	Madoka y Nori
3	14	Marzo	Reunión	Preparación de prueba a través de cámara de comercio y clúster	Santo Domingo	Nacional	Equipo del Proyecto	2	Madoka y Nori
4	21	Marzo	Capacitación	Taller de apoyo en tema de monitores en nivel central	Santo Domingo	Nacional	Equipo Técnico de Contrapartes	8	Wada
5	27	Marzo	Capacitación	Taller de apoyo en actividad de fortalecimiento de los indicadores del Proyecto en General	Santo Domingo	Nacional	Equipo Técnico de Contrapartes	7	Yokasta y Wada
							NIVEL NACIONAL:	8	
							TOTAL GENERAL:	53	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Febrero 2017**

		Fecha	ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsible de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Febrero	Participación	Rueda de prensa lanzamiento de concurso Arma tu Ruta CIBAO (PP3); Lanzamiento oficial a público en general y estudiantes del Concurso	Santiago	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Santiago y Puerto Plata	40	Madoka y Nori
2	1	Febrero	Sensibilización	Entrenamiento a estudiantes sobre detalles de concurso y concepto	Santiago y Puerto Plata	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Santiago y Puerto Plata, DPP	100	Madoka y Nori
3	8	Febrero	Sensibilización	Explicación de los avances del Proyecto desde CCC sobre PP3,4,5 y proyecto en general	Santiago	Cibao Norte	INFOTEP	5	Aoki
4	9	Febrero	Acompañamiento	Facilitación con relación a entendimiento de concepto de TCS	Santiago y Puerto Plata	Cibao Norte	Universidades	4	Madoka y Nori
5	10	Febrero	Acompañamiento	Facilitación con relación a entendimiento de concepto de TCS	Santiago	Cibao Norte	Universidades	4	Madoka y Nori
6	11	Febrero	Acompañamiento	Facilitación con relación a entendimiento de concepto de TCS	Santiago	Cibao Norte	Universidades	4	Madoka y Nori
							Total Sensibilizados:	105	
							Total Capacitados:	0	
							TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS:	105	
NIVEL NACIONAL									
1	6	Febrero	Reunión	Compartir los resultados de la rueda de prensa y lanzamiento del concurso Arma tu Ruta CIBAO PP3	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Madoka y Nori
2	15	Febrero	Reunión	Coordinar apoyo de las OPT en Proyecto Piloto 3,5	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Madoka y Nori
3	20	Febrero	Reunión	Reunión con Yamilet e Iván sobre aclaración de PP4 y PP5. Confirmar cambio de estrategia para proyectos	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Madoka y Nori
4	24	Febrero	Reunión	Con Dept. E-Marketing para compartir el avance del PP5, y coordinación	Santo Domingo	Nacional	DPP	5	Madoka y Nori
5	28	Febrero	Acompañamiento	Visita para verificar el posible involucramiento con Proyecto TCS	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Wada
							NIVEL NACIONAL:	17	
							TOTAL GENERAL:	122	

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **Enero 2017**

		Fecha	ACTIVIDAD	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsible de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	6	Enero	Reunión	Con equipo en Puerto Plata (PP3) para Compartir los avances y definir detalles del lanzamiento así como responsabilidades y operación de los encargados	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Puerto Plata	6	Madoka/Nori
2	10	Enero	Reunión	Compartir los avances y definir detalles del lanzamiento así como responsabilidades y operación de los encargados con equipo en Santiago (PP3)	Santiago	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Santiago	7	Madoka/Nori
3	18	Enero	Reunión	Prueba de transmisión en vivo - preparación de evento de lanzamiento del Proyecto Piloto 3 en el territorio en la PUCMM	Santiago	Cibao Norte	Universidades de Santiago y Puerto Plata	5	Madoka/Nori
4	19	Enero	Reunión	Confirmar la posibilidad de aprobación del concepto de parte del privado con Dueña de Parador de Túnel	Altamira	Cibao Norte	MITUR	2	Madoka/Nori
5	19	Enero	Reunión	Preparación para el lanzamiento del Proyecto Piloto 3 con la Cámara de Comercio de Puerto Plata	Puerto Plata	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Puerto Plata	2	Madoka/Nori
6	24	Enero	Reunión	Prueba de transmisión en vivo - preparación de evento de lanzamiento del Proyecto Piloto 3 en el territorio en la PUCMM	Santiago	Cibao Norte	Cámara, Clúster y Universidades de Santiago y Puerto Plata	4	Madoka/Nori
NIVEL NACIONAL									
1	11	Enero	Reunión	Compartir la planificación para el lanzamiento y coordinar la participación de Maribel en la Rueda de prensa y Yamilet	Santo Domingo	Nacional	DPP	3	Madoka y Nori
2	23	Enero	Reunión	Presentar resumen de los avances de PP3, PP4, y PP5	Puerto Plata	Nacional	Equipo del Proyecto	8	Aoki

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto TCS

Cuadro General de Actividades durante el año 2020

Mes	Total Sensibilizados	Total Capacitados	Nivel Nacional	Total general por Mes
Enero	23	18	40	81
Febrero	6	19	0	25
Marzo	0	115	0	115
Abril	0	0	0	0
Mayo	36	15	0	51
Junio	0	150	0	150
Julio	13	72	0	85
Agosto	0	61	0	61
Septiembre	50	126	0	176
Ostubre	53	105	0	158
Noviembre	65	99	22	186
Diciembre	25	154	25	204
Total Año 2020	271	934	87	**1292**

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

DICIEMBRE 2020

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Diciembre	Capacitación	Gestor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Diciembre)	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes UP y GT CNOE	19	Elido
2	1	Diciembre	Capacitación	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores	TT.OO, Agentes de Viaje, docentes de turismo	22	Hilario Gómez
3	1	Diciembre	Capacitación certificada	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / presencial (Noviembre-Enero)	La Colorra, Constanza, La Vega	Cibao Sur	Miembros de Asoc. La Colorra	23	Dolores (INFOTEP)
4	1	Diciembre	Capacitación	Curso de Levantamiento, Elaboración e Instalación de Letreros e Infraestructuras Ecot	Monción, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Anfitriones de Monción	20	Yulissa Nardi, José Luis Martínez y Roberto Gómez
5	2	Diciembre	Sensibilización	Primera sesión de plan de negocios con ASFAVAL	ZOOM	Cibao Noroeste	ASFAVAL	5	Ambar, Nicole
6	3	Diciembre	Reunión	Sesión de trabajo con entidades de Valverde y ASFAVAL	ZOOM	Cibao Noroeste	Actores Valverde y ASFAVAL	10	Ambar, Nicole
7	7	Diciembre	Sensibilización	Reunión con ASFAVAL para ultimar detalles del lanzamiento de la guía.	ZOOM	Cibao Noroeste	ASFAVAL	5	Ambar, Nicole
8	7	Diciembre	Reunión	Reunión Kiskeya Life y Andariego (Reseña Comunidad Jamao)	ZOOM	Cibao Norte	Kiskeya Life y Andariego	4	Nori
9	8	Diciembre	Capacitación	Taller de seguimiento al Plan de Negocios de Ruta del Chivo	Hato del medio	Cibao Noroeste	Representantes Ruta del Chivo	6	Ambar
10	8	Diciembre	Reunión	Reunión sobre Ruta Panorámica	ZOOM	Cibao Norte	Ruta Panorámica	5	Alberto, Diomar
11	9	Diciembre	Sensibilización	Segunda sesión de plan de negocios de Manzanillo Eco Aventura	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes Manzanillo Ecoaventura	9	Ambar, Nicole
12	9	Diciembre	Reunión	Reunión con Asesor senderos de la fe	Cotuí	Cibao Sur	Actores Senderos de la fe	3	Timoteo
13	9	Diciembre	Reunión	Reunión sobre catálogo de Ruta Panorámica	ZOOM	Cibao Norte	Ruta Panorámica	4	Alberto, Diomar
14	11	Diciembre	Visita	Visita Santo Cerro	La Vega	Cibao Sur	Representantes Santo Cerro	12	Timoteo
15	13	Diciembre	Capacitación certificada	Realización de Taller con líderes comunitarios del Noroeste, en Montecristi.	Hotel Marina del Mar, Montecristi	Cibao Noroeste	Líderes comunitarios del CNOE	23	Mercy
16	14	Diciembre	Reunión	Primera sesión de plan de negocios con los anfitriones de Monción	ZOOM	Cibao Noroeste	Anfitriones de Monción	7	Ambar, Nicole
17	16-1	Diciembre	Sensibilización	Reunión Andariego (Confirmación 3S y TCS)	Espaillat	Cibao Norte	Andariego y su equipo	6	Noriyuki
18	16-2	Diciembre	Visita	Producción de contenido para videos con TCS, entrevistas, tomas generales para Jamao Ecotours	Espaillat	Cibao Norte	Jamao Ecotours	10	Noriyuki
19	17	Diciembre	Capacitación	Taller de seguimiento al Plan de Negocios de ASFAVAL	Mao	Cibao Noroeste	ASFAVAL	11	Ambar

Total Sensibilizados: 25

Total Capacitados: 154

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS 179

NIVEL NACIONAL									
1	15	Diciembre	Reunión	Reunión Dept. Gestión de Destinos (Sobre intención de levantamiento de Recursos Turísticos Locales y relación con Ofds Oficinas de Mitur)	ZOOM	Santo Domingo	OMT, Representantes MITUR	3	Noriyuki
2	16	Diciembre	Reunión	Reunión regular del equipo TCS y Contrapartes	ZOOM	Nacional	Equipo TCS y Contrapartes	22	Aoki
3	17	Diciembre	Capacitación	Cierre del curso con equipos involucrados: Comités Regional y Subregional, participantes, facilitadores, asesores y coordinadores y expertos del Proyecto TCS y Gerente Regional del INFOTEP.	ZOOM	Nacional	TCS y Contrapartes	30	Mercy

NIVEL NACIONAL: 25

TOTAL GENERAL: 204

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

NOVIEMBRE 2020

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Noviembre	Capacitación	Gestor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Diciembre)	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes UP y GT CNOE	19	Elido
2	1	Noviembre	Capacitación	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores	TT.OO, Agentes de Viaje, docentes de turismo	22	Hilario Gómez
3	1	Noviembre	Capacitación	Taller Servicio al Cliente	Espaillat	Cibao Norte	Staff Restaurante mofongo Las 4F	15	TCS
4	1	Noviembre	Capacitación certificada	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / presencial (Noviembre-Enero)	La Colorra, Constanza, La Vega	Cibao Sur	Miembros de Asoc. La Colorra	23	Dolores (INFOTEP)
5	5	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales a OPT Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	UP y GT del CNOE	6	Ambar, Nicole
6	11	Noviembre	Capacitación	Taller de Elaboración de Plan de Negocios de Manzanillo Eco Aventura	Club de Golf, Montecristi	Cibao Noroeste	Manzanillo Ecoaventura	20	Ambar, Nicole
7	12	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales a OPT Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	UP y GT del CNOE	6	Ambar, Nicole
8	13	Noviembre	Capacitación	Taller de Elaboración de Plan de Negocios de la Ruta de la Miel	Salón de la Iglesia, Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	20	Ambar, Nicole
9	17	Noviembre	Reunión	Reunión de Introducción al Proyecto TCS con Restaurantes de Chivo de Hato del Medio	Club del Chivo, Hato del Medio	Cibao Noroeste	Comunidad Hato del Medio y Ruta del Chivo	24	Ambar, Nicole
10	24	Noviembre	Sensibilización	Sesión de Introducción para la formación de la "Mesa Regional del Cibao Noroeste"	ZOOM	Cibao Noroeste	Actores del CNOE	19	Ambar, Nicole
11	25	Noviembre	Reunión	Reunión con directivos senderos de La Fe	ZOOM	Cibao Sur	Senderos de la Fe	4	Timoteo
12	16	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales OPT Cotuí	Cotuí	Cibao Sur	UP y GT de Cibao Sur	3	Timoteo
13	16	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales Consejo de Desarrollo Sánchez Ramírez	Cotuí	Cibao Sur	Consejo Desarrollo Sánchez Ramírez	5	Timoteo
14	18	Noviembre	Sensibilización	Entregas de Protocolo y materiales La Vega	La Vega	Cibao Sur	Comunidad y UP's La Vega	3	Timoteo
15	18	Noviembre	Sensibilización	Entregas de Protocolo y materiales Jarabacoa	Jarabacoa	Cibao Sur	UP Sendo del Yaque y Angostura	4	Timoteo
16	19	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales Bonao	Bonao	Cibao Sur	Comunidad de Bonao	7	Timoteo
17	19	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales Constanza	Constanza	Cibao Sur	Cluster de Constanza	5	Timoteo
18	12	Noviembre	Reunión	Reunión con alcalde Fantino	Cotuí	Cibao Sur	Alcaldía Cotuí	3	Timoteo
19	13	Noviembre	Reunión	Presentación resultados de Ruta Panorámica	ZOOM	Cibao Norte	Ruta Pancrámica	6	Alberto, Diomar
20	20	Noviembre	Sensibilización	Entrega de Protocolo y materiales y visita Infotep regional Nordeste	San Francisco	Cibao Nordeste	UP y GT Cibao Nordeste	7	Alberto, Diomar
21	25	Noviembre	Reunión	Sobre Catálogo de Recursos Las Galeras	ZOOM	Cibao Nordeste	Las Galeras	5	Alberto, Diomar

Total Sensibilizados: 65

Total Capacitados: 99

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS 164

NIVEL NACIONAL									
1	3	Noviembre	Reunión	Sesión interna nivel técnico TCS / DPP	DPP, MITUR, Santo Domingo	Santo Domingo	TCS/DPP	4	Kirsay
2	4	Noviembre	Reunión	Reunión Regular de Equipo TCS y Contrapartes	ZOOM	Nacional	Equipo TCS y Contrapartes	18	Aoki

NIVEL NACIONAL: 22

TOTAL GENERAL: 186

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

OCTUBRE 2020

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Octubre	Sensibilización	Reunión con Cabarete Sostenible y el PMA	ZOOM	Cibao Norte	Representantes Cabarete y PMA	8	Alberto, Diomar
2	1	Octubre	Capacitación	Gestor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Diciembre)	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes UP y GT CNOE	25	Elido
3	1	Octubre	Capacitación certificada	Diseño, Elaboración e Instalación de letreros ecoturísticos. / Fase instalación (Agosto-Octubre)	Manzanillo, Montecristi	Cibao Noroeste	Manzanillo, Estero Balsa	8	Roberto Gómez (INFOTEP)
4	1	Octubre	Capacitación	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores	TT.OO, Agentes de Viaje, docentes de turismo	22	Hilario Gómez
5	7	Octubre	Reunión	Reunión con Alcaldía de Río San Juan	Alcaldía de Río San Juan	Cibao Nordeste	Representante Alcaldía Río San Juan	5	Alberto, Diomar
6	8	Octubre	Reunión	Reunión sobre Catálogo de Recursos Jamao al Norte con CODEJAN	ZOOM	Cibao Norte	CODEJAN	9	Alberto, Diomar
7	11	Octubre	Sensibilización	Reunión con Consejo de Desarrollo Sánchez Ramírez (Cotui)	ZOOM	Cibao Sur	Consejo Desarrollo Sánchez Ramírez	4	Timoteo
8	14	Octubre	Sensibilización	Reunión con el GT Valverde para seguimiento a Protocolo	ZOOM	Cibao Noroeste	GT Valverde	5	Ambar, Nicole
9	14	Octubre	Capacitación	Taller sobre catálogo de Tesoros Locales de Río San Juan	Alcaldía de Río San Juan	Cibao Nordeste	Representantes UP María Trinidad Sánchez	28	Alberto, Diomar
10	14	Octubre	Acompañamiento	Seguimiento con Cluster Constanza	ZOOM	Cibao Sur	Cluster de Constanza	4	Timoteo
11	15	Octubre	Capacitación	Taller sobre Catálogo de Tesoros Locales de Jamao al Norte	Club Recreativo Jamao	Cibao Norte	Representantes Jamao al Norte	22	Alberto, Diomar
12	21	Octubre	Reunión	Reunión Alcaldía de Monción para coordinación al curso de elaboración de letreros	Ayuntamiento Monción	Cibao Noroeste	Alcaldía de Monción	5	Ambar, Nicole
13	22	Octubre	Reunión	Reunión sobre catalogo de Las Galeras	ZOOM	Cibao Nordeste	Las Galeras	4	Alberto, Diomar
14	22	Octubre	Visita	Visita a La Colorra	Constanza	Cibao Sur	UP La Colorra	20	Timoteo
15	25	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a GT Monción y Carmelitas	Cacique, Monción	Cibao Noroeste	GT Monción y Carmelitas	5	Ambar, Nicole
16	26	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a Manzanillo EcoAventura	Manzanillo	Cibao Noroeste	Manzanillo Ecoaventura	12	Ambar, Nicole
17	26	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a GT Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón	7	Ambar, Nicole
18	26	Octubre	Sensibilización	Entrega de materiales a GT Santiago Rodríguez	Sabaneta, Monción	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	12	Ambar, Nicole
19	26	Octubre	Reunión	Reunión con directora de Mitur en Puerto Plata	Oficina MITUR Puerto Plata	Cibao Norte	MITUR POP	5	Alberto, Diomar
20	30	Octubre	Reunión	Acuerdos sobre posibilidad de conversión a curso de INFOTEP	INFOTEP, Santiago	Cibao Norte	INFOTEP	4	Mercy

Total Sensibilizados: 53

Total Capacitados: 105

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS 158

NIVEL NACIONAL									

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 158

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Septiembre**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Septiembre	apacitación certifica	Diseño, Elaboración e Instalación de letreros ecoturísticos. / Fase instalación (Agosto-Octubre)	Manzanillo, Montecristi	Cibao Noroeste	Manzanillo, Estero Balsa	8	Roberto Gómez (INFOTEP)
2	1	Septiembre	Capacitación	Gestor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible (Septiembre-Diciembre)	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes UP y GT CNOE	25	Elido
3	2	Septiembre	Capacitación	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores	TT.OO, Agentes de Viaje, docentes de turismo	22	Hilario Gómez
4	10	Septiembre	Capacitación	Taller sobre Ruta Panorámica	Fusimaña, Yásica	Cibao Norte	Actores de la Ruta Panorámica	25	Alberto Martínez
5	22	Septiembre	Capacitación	Presentación de protocolos de bioseguridad frente al Covid a Oficinas de Mitur en POP	ZOOM	Cibao Norte	Encargados de Oficinas de Turismo de POP	28	María Luisa Vásquez / Mitur, Alberto Martínez y Diomar González / Proyecto TCS
6	25	Septiembre	Sensibilización	onversatorio sobre Turismo y Desarrollo Rural, Celebración del Día Mundial del Turism	La Isabela, Puerto Plata	Cibao Norte	Estudiantes de diplomado de UCATES y UCSD	50	Milka Hdez María Luisa Vásquez / Mitur y Alberto Martínez / Proyecto TCS
7	30	Septiembre	Capacitación	Promoción Autónoma Para Unidades Productivas de TCS.	ZOOM	Cibao Norte	GT El Gallo	18	Diomar González

Total Sensibilizados: 50

Total Capacitados: 126

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 176

NIVEL NACIONAL								
1								

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 176

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Agosto**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Agosto	Capacitación	Diseño, Elaboración e Instalación de letreros ecoturísticos. / Fase instalación (Agosto-	Manzanillo, Montecristi	Cibao Noroeste	Manzanillo, Estero Balsa	8	Roberto Gómez (INFOTEP)
2	1	Agosto	Capacitación	ero, Elaboración e Instalación de letreros ecoturísticos. / Fase instalación (Junio-Agos	Los Calabazos, Jarabacoa	Cibao Sur	Sonido del Yaque	16	Roberto Gómez (INFOTEP)
3	1	Agosto	Capacitación	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad / virtual (Agosto-Diciembre)	ZOOM	Santiago y alrededores	TT.OO, Agentes de Viaje, docentes de turismo	22	Hilario Gómez
4	4	Agosto	Capacitación	Estrategia de Marcado para mejorar el negocio	ZOOM	Cibao Noroeste	GREMONT	9	Nicole Rguez y Ambar Liberto / Proyecto TCS
5	11	Agosto	Capacitación	Estrategia de Marcado para mejorar el negocio	ZOOM	Cibao Noroeste	GREMONT	6	Nicole Rguez y Ambar Liberto / Proyecto TCS

Total Sensibilizados: 0

Total Capacitados: 61

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 61

NIVEL NACIONAL								
1								

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 61

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Julio**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Julio	Capacitación	Diseño, Elaboración e Instalación de letreros ecoturísticos. (De Junio a Agosto)	Los Calabazos, Jarabacoa	Cibao Sur	UP de Sonido del Yaque-Mejoramiento de Experiencia El Secreto	7	Roberto Gómez (INFOTEP)
2	1	Julio	Capacitación	Directrices de Protocolo contral el COVID-19 para UP y GT de TCS	ZOOM	Cibao	Ups y GTs del Cibao + Equipo TCS	65	Roberto Gómez (INFOTEP)
3	22	Julio	Sensibilización	Sesión para fortalecimiento de las capacidades instaladas en articulación de atractivos, gestionados desde la comunidad. GREMONT (22 y 27 de julio)	ZOOM	Cibao Noroeste	Miembros de la comunidad y GREMONT	13	Nicole Rodríguez

Total Sensibilizados: 13

Total Capacitados: 72

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 85

NIVEL NACIONAL								
1								
2								
3								
4								
5								

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 85

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Junio**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	17	Junio	Capacitación	Directrices de Protocolo contral el COVID-19 para UP y GT de TCS	ZOOM	Cibao	Ups y GTs del Cibao + Equipo TCS	65	Takashi Ackl y Liseette Gil
2	20	Junio	Capacitación	Curso de Servicio al Cliente	Manzanillo	Cibao Noroeste	Grupo de Kayak	13	Nicole
3	24	Junio	Capacitación	Diseño, Elaboración e Instalación de letreros ecoturísticos. (De Junio a Agosto)	Los Calabazos, Jarabacoa	Cibao Sur	UP de Sonido del Yaque-Mejoramiento de Experiencia El Secreto	7	Roberto Gómez (INFOTEP)
4	24	Junio	Capacitación	Directrices de Protocolo contral el COVID-19 para UP y GT de TCS	ZOOM	Cibao	Ups y GTs del Cibao + Equipo TCS	65	Takashi Ackl y Liseette Gil

Total Sensibilizados: 0

Total Capacitados: 150

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 150

NIVEL NACIONAL								
1								
2								
3								
4								
5								

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 150

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Mayo**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	6	Mayo	Capacitación	Taller de presentación de UP de TCS a TT.OO TourEnlaces.	ZOOM	Cibao	Miembros del Tour Operador	15	Iván Díaz y Noriyuki Than / Mitur
2	18	Mayo	Sensibilización	Foro virtual de Turismo Sostenible	ZOOM	Cibao	-	31	Alberto Martínez / María Luisa Vázquez
3	19	Mayo	Sensibilización	Sensibilización de representantes de APEDI sobre el Proyecto TCS	ZOOM	Cibao	APEDI	5	Alberto Martínez / María Luisa Vázquez
4									

Total Sensibilizados: 36
Total Capacitados: 15
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 51

NIVEL NACIONAL									
1									

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 51

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Abril**

	Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE								
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
-								

Total Sensibilizados: 0
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 0

NIVEL NACIONAL								
1								
2								
3								
4								
5								

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 0

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Marzo**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	3	Marzo	Capacitación	Capacitación sobre Asociatividad	Villa Magante, Playa Rogelio	Cibao Nordeste	Miembros de la Asoc. De Vendedores Playeros y Artesanías de Villa Magante	13	Alberto Martínez
2	4	Marzo	Capacitación	Taller de planificación con ASOPRIFRODA	Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Dajabon.	Cibao Noroeste	Miembros de ASOPRIFRODA	7	Ambar L. y Nicola R. / Proyecto TCS
3	4	Marzo	Capacitación	Taller de planificación de actividades para el 2020 con AMAMIEL.	Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Dajabon.	Cibao Noroeste	Miembros de AMAMIEL	8	Ambar L. y Nicola R. / Proyecto TCS
4	5	Marzo	Capacitación	Taller de planificación de actividades con los Caseberos de la Ruta del Casabe	Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Monci ño.	Cibao Noroeste	Caseberos	8	Ambar L. y Nicola R. / Proyecto TCS
5	6	Marzo	Capacitación	Taller de planificación de actividades del 2020 con Manzanillo Eco Aventura	Comisión Turística de Manzanillo	Cibao Noroeste	Miembros del GT	17	Ambar L. y Nicola R. / Proyecto TCS
6	6	Marzo	Capacitación certificada	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad	Complejo Ecoturístico Angostura, Jarabacoa	Cibao Sur	Manabao, Angostura	20	Dolores (INFOTEP)
7	7	Marzo	Capacitación certificada	Gestor de Turismo Basado en la Comunidad	Guaigui, La Vega	Cibao Sur	Grupo comunitario productores de café	24	Dolores (INFOTEP)
8	10	Marzo	Capacitación	Taller de Promoción Autónoma y Manejo del Negocio.	Sánchez, Samaná	Cibao Nordeste	UP Kayak San Lorenzo	18	Alberto Martínez
9									

Total Sensibilizados: 0
Total Capacitados: 115
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 115

NIVEL NACIONAL								
1								
2								
3								
4								
5								

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 115

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: **2020/Febrero**

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	4	febrero	Acompañamiento	Acompañamiento a la misión	Puerto Plata	Cibao Norte	-	-	Alberto, Diomar
2	10	febrero	Acompañamiento	Seguimiento con Senderos La Colorra	Constanza, La Vega	Cibao Sur	Comunidad de La Colorra	-	Timoteo
	11	febrero	Capacitación	Taller sobre Concepto y Marca de Ruta Histórica de Moca	Moca, Espaillat	Cibao Norte	Representantes Ruta Histórica de Moca	19	Diomar
3	18	febrero	Visita	próxima visita a la colorra	Constanza, La Vega	Cibao Sur	Comunidad de La Colorra	-	Timoteo
4	20	febrero	Reunión	Reunión Mesa Cibao Sur	Cotui	Cibao Sur	Representantes Cibao Sur	-	Timoteo
5	28	febrero	Sensibilización	Sobre TCS a Consejo de Desarrollo de Río San Juan	Río San Juan	Cibao Nordeste	Representantes Río San Juan	6	Alberto

Total Sensibilizados: 6
Total Capacitados: 19
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 25

NIVEL NACIONAL								
1								

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 25

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Mes: 2020/Enero

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	10	Enero	Reunión	Reunión con Nicole, Lissette y Tomoko para seguimiento del desarrollo del contenido del programa de capacitación de Gestor de turismo sostenible basado en la comunidad.	ZOOM	Cibao Norte	TCS	3	Marcy
2	13	Enero	Reunión	Reunión con Anfitriones de Monción	Ayuntamiento Monción, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Anfitriones de Monción	5	Ámbar
3	14	Enero	Reunión	Reunión de Planificación de Pre-Asamblea ADEDTA	Dajabón	Cibao Noroeste	Representantes ADEDTA	-	Anyl Díaz
4	14	Enero	Capacitación	Taller sobre Manejo de Negocio en Unidad Productiva Angostura y Sonido del Yaque	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	Representantes UP Angostura y Sonido del Yaque	18	Timoteo y Alberto
5	16	Enero	Acompañamiento	Seguimiento a Sonido del Yaque y productos de Mini proyecto	Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	Representantes UP Sonido del Yaque	20	Timoteo
6	22	Enero	Reunión	Reunión Regular TCS	Oficina Santiago	Cibao Norte	TCS	-	Noriyuki
7	22	Enero	Sensibilización	Reunión de socialización con encargado de Desarrollo de experiencia e innovación de la Ruta del Casabe	ZOOM	Cibao Noroeste	Encargado desarrollo Ruta del Casabe	2	Ámbar
8	23	Enero	Acompañamiento	Seguimiento Sanderos La Colonia	Constanza, La Vega	Cibao Sur	UP La Colonia	-	Timoteo
9	23	Enero	Sensibilización	Reunión con el Cloister de Dajabón	Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón	9	Ámbar
10	24	Enero	Reunión	Reunión regular TCS mensual	ZOOM	Cibao (general)	TCS y Contrapartes	20	Equipo TCS
11	27	Enero	Reunión	Reunión sobre organización de Oficina y visitas a Santiago	Cotuí	Cibao Sur	TCS y coordinador Cibao Sur	-	Timoteo
12	29	Enero	Sensibilización	Reunión con GT de Moca	Espaillat	Cibao Norte	GT Moca	12	Dismar

Total Sensibilizados: 23

Total Capacitados: 18

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 41

NIVEL NACIONAL									
1	31	Enero	Sensibilización	Turismo Comunitario Sostenible Una Estrategia de Competitividad para el Turismo de R	Santo Domingo	Santo Domingo	ADEMPRETUR	40	Dismar
2									
3									
4									

NIVEL NACIONAL: 40

TOTAL GENERAL: 81

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto TCS

Cuadro General de Actividades durante el año 2021

Mes	Total Sensibilizados	Total Capacitados	Nivel Nacional	Total general por Mes
Enero	17	18	8	43
Febrero	110	22	99	231
Marzo	63	84	72	219
Abril	84	0	0	84
Mayo	67	0	46	113
Junio	182	86	51	319
Julio	74	79	21	174
Agosto	37	56	0	93
Septiembre	85	57	0	142
Ostubre	151	36	0	187
Noviembre	149	109	50	308
Diciembre	89	61	0	150
Total Año 2021	1108	608	347	**2063**

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

DICIEMBRE 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	3	Diciembre	Sensibilización	Encuentro con Guías Saltos de Jima	Saltos de Jima, Bonao	Cibao Sur	Comunidad Saltos de Jima	14	Timoteo Estévez
2	3	Diciembre	Sensibilización	Sensibilización sobre TCS en Actividad de lanzamiento de Mapa Cibao Sur con cluster de Constanza	Fundación Collado Gutierrez, Constanza	Cibao Sur	GT´s de Constanza	45	Timoteo Estévez
3	4	Diciembre	Capacitación certificada	Primeros auxilios en lugares remotos	La Playita, Las Galeras, Samaná	Cibao Nordeste	Asoc. De Guias de Turismo Galeras Ecológica	10	Alberto Martínez / INFOTEP
4	9	Diciembre	Reunión	Reunión Regular TCS presencial	INFOTEP, Santiago / ZOOM	Cibao	Colaboradores y Contrapartes	19	Equipo TCS
5	7	Diciembre	Capacitación certificada	Curso de Elaboración de camastas en Fibra de Banano los días 7 y 14 de diciembre (16 horas)	Casa Comunitaria, Laguna Salada, Mao	Cibao Noroeste	Comunidad Laguna Salada, Mao	12	INFOTEP / TCS
6	8	Diciembre	Acompañamiento / Visita	Acompañamiento a misión de JICA y Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales a la comunidad de Pepillo Salcedo y el curso de guía interprete de la Naturaleza a Manzanillo Eco Aventura	Pepillo Salcedo, Montecristi	Cibao Noroeste	Club con cartel de Caribeneros/Laguna Saladilla/Estero Balsa	24	JICA / Ministerio de Medio Ambiente
7	10	Diciembre	Capacitación certificada	SESIÓN DE TRANSFERENCIA SOBRE MARKETING DIGITAL Y LÍNEAS ESTRATEGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL "CIRCUITO ESENCIA DEL SABOR"	Sabaneta, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Grupo sub regional Cibao Noroeste	39	Ámbar, Nicole y Maricha
8	16	Diciembre	Sensibilización	Reunión con INFOTEP sobre programa de intercambio y capacitaciones de sobre infraestructura ecoturística	INFOTEP, Puerto Plata	Cibao Norte	INFOTEP	4	Alberto Martínez
9	16	Diciembre	Sensibilización	Reunión sobre Las Guías Municipales	Cámara de Comercio, Puerto Plata	Cibao Norte	Mesa de Turismo de Puerto Plata	6	Alberto Martínez
10	17	Diciembre	Acompañamiento / Visita	Visita de director ejecutivo de Feed The Planet en alianza con ADOCHEF a la comunidad de Hato del Medio con el apoyo del Proyecto TCS	Hato del Medio, Montecristi	Cibao Noroeste	Comunidad de Montecristi	24	Nicole Rodríguez
11	17	Diciembre	Reunión	Presentación de índice y avances del programa Gestión de Crisis	ZOOM	Cibao	TCS y L4	4	Jean Caramigoas
12	20	Diciembre	Sensibilización	Sensibilización sobre TCS a representantes de Medio Ambiente con Gala Ecotrip	Hatillo, Jarabacoa, La Vega	Cibao Sur	UP Gala Eco Trip	20	Timoteo Estévez
13	27	Diciembre	Reunión	Reunión sobre elaboración de Visualización resultados finales UP y GT y seguimiento trabajos Cibao Sur.	ZOOM	Cibao Sur	UP y GT Cibao Sur	3	Dismar González

Total Sensibilizados: 89

Total Capacitados: 61

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 150

NIVEL NACIONAL									
1		Diciembre							
2		Diciembre							

NIVEL NACIONAL: 0

TOTAL GENERAL: 150

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

NOVIEMBRE 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Noviembre	Reunión	Reunión regular del equipo TCS	ZOOM	Región Cibao	TCS y Contrapartes	-	TCS
2	1	Noviembre	Reunión	Reunión de coordinación con el Consejo de Desarrollo de Las Galeras.	Las Galeras, Samaná	Cibao Nordeste	Cooperantes, Las Galeras	25	Alberto Martínez
3	2	Noviembre	Sensibilización	Reunión sobre Mapa Cibao Sur con miembros directivos Consejo de desarrollo Monseñor Nouel	CODEPRONUEL, Bonao	Cibao Sur	GT de Monseñor Nouel	7	Timoteo Estévez
4	3	Noviembre	Sensibilización	Presentación de proyecto TCS a JAGA proyecto de turismo como ruta del agricultor Jima Abajo	Oficina MITUR Cotuí	Cibao Sur	Unidades Productivas Cotuí	3	Timoteo Estévez
5	4	Noviembre	Visita	Seguimiento a la preparación de los guiones definitivos de las experiencias en Fábricas Guaraguanó y Alimentos Fortuna	Monción, SR	Cibao Noroeste	Fábrica de Alimentos Fortuna y Guaraguanó	3	Nicole Rodríguez
6	8	Noviembre	Capacitación certificada	Curso de Buenas prácticas de manufactura	Lajas de Allarnira, Puerto Plata	Cibao Norte	Chocolala	14	INFOTEP / TCS
7	9	Noviembre	Sensibilización	Retroalimentación de la SEMANA VALVERDE	Finca La Protectora, Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	33	Ámbar Liberato
8	9	Noviembre	Visita guiada	Visita a la Fumia de Gurabo y su riqueza con encargado de la OPT Valverde, director regional norte de MITUR y entidades locales para posible propuesta de edecuación	Fumia de Gurabo, Los guemados, Santiago	Cibao Norte	Fumia de Gurabo	18	Nicole Rodríguez
9	11	Noviembre	Sensibilización	Presentación sobre TCS en lanzamiento de Ruta Histórica Justicia Valentía y Paz	Museo Pdte. Ramón C ceres, Espaillat	Cibao Norte	Mesa de turismo de Espaillat	46	Alberto Martínez
10	12	Noviembre	Reunión	Reunión sobre curso de primeros auxilios en lugares remotos	ZOOM	Cibao Nordeste	UP Kayak San Lorenzo, ACESAL, Asoc. Guías Las Galeras	5	Alberto Martínez
11	15	Noviembre	Sensibilización	Lanzamiento Mapa Cibao Sur con Monseñor Nouel	Rancho Guacamayo	Cibao Sur	Entidades Locales	40	Timoteo Estévez
12	15	Noviembre	Sensibilización	Reunión de coordinación Territorial del Cibao Noroeste con encargado de OPT Montecristi sobre TCS	ZOOM	Cibao Noroeste	OPT Montecristi	4	Nicole Rodríguez
13	15	Noviembre	Capacitación certificada	Curso de Excelencia en el servicio al cliente	Lajas de Allarnira, Puerto Plata	Cibao Norte	Chocolala	14	INFOTEP / TCS
14	16	Noviembre	Sensibilización	Reunión de coordinación Territorial del Cibao Noroeste con encargado de INTRANT para acuerdo con las Margaritas de la Ruta del Banano	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Comunidad de Valverde	4	Nicole Rodríguez
15	19	Noviembre	Reunión	Presentación sobre oferta de turismo comunitarios sostenible de la Repú blica Dominicana	ZOOM	Región Cibao	Organizaciones internacionales	12	TCS
16	20	Noviembre	Capacitación certificada	Seguimiento de curso de Señalética para Elaborar letreros informativos para orientar a los visitantes Finca Doña Paula 20, 21, 26 y 27 de noviembre	Constanza, La Vega	Cibao Sur	UP Finca Doña Paula	15	INFOTEP / TCS
17	21	Noviembre	Capacitación certificada	Curso Confección y ensamblaje de letreros Finca Doña Paula	Constanza, La Vega	Cibao Sur	UP Finca Doña Paula	15	INFOTEP / TCS
18	22	Noviembre	Visita guiada	Fam Trip con Influencers por las Unidades Productivas y GTs del 22 al 24	El Cupey- Yásica-Tubagua / Cabarete-Jamao al Norte- Moca	Cibao Norte	Chocolala, Damajagua, UMPC, Guerreros, ASOARTEP, El Gallo, Finca Paginucho Río Sonador, Experiencia del Café (UMPC VYP), Cuevas de Cabarete, Jamao Eco tours, Mesa de Turismo de Moca.	17	TCS
19	27	Noviembre	Sensibilización	Sesión de orientación sobre programa de intercambio TCS (2 horas)	Oficina MITUR Puerto Plata	Cibao Norte	Periodistas	12	Alberto Martínez
20	27	Noviembre	Capacitación	Sesión de orientación sobre programa de intercambio TCS.	ZOOM	Cibao Norte y Nordeste	UP y GT: Asoc. Guías Las Galeras, Kayak San Lorenzo,Finca Paginucho Río Sonador,CODEJAN, Jamao Eco Tours, Asoc. Guías Cuevas de Cabarete, Asociación de vendedores Playeros y artesanales de Villa Magante	12	Alberto Martínez
21	27	Noviembre	Capacitación	Primeros auxilios en lugares remotos 27 y 28 de noviembre	Las Garitas, Sánchez, Samaná	Cibao Nordeste	UPs: Kayak San Lorenzo y ACESAL	22	Alberto Martínez
22	27	Noviembre	Capacitación	Curso para Elaboración de Políticas de Sostenibilidad Manzanillo Ecoaventura	Club de Golf Manzanillo, Montecristi	Cibao Noroeste	Comunidad Pepillo Salcedo	17	Nicole Rodríguez

Total Sensibilizados: 149

Total Capacitados: 109

TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 258

NIVEL NACIONAL									
1	19	Noviembre	Evento	Premiación de Reconocimiento a las Buenas Prácticas de UP y GT	MITUR Central	Nacional	UP y GT Región Cibao	50	TCS y MITUR
2		Noviembre							

NIVEL NACIONAL: 50

TOTAL GENERAL: 308

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

OCTUBRE 2021

	Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE								
1	Octubre	Seguimiento	Reunión con actores de GT El Gallo	Cupey, Puerto Plata	Cibao Norte	GT El Gallo	6	MITUR y TCS
2	Octubre	Capacitación certificada	Curso de Trabajo en Equipo	Escuela vocacional Militar, Valverde / ZOOM	Cibao Noroeste	ASFAVAL	13	INFOTEP / TCS
3	Octubre	Visita	Acompañamiento Scouting Equipo de Filmación	Jarabacoa y Constanza, La Vega	Cibao Sur	GT Constanza y Jarabacoa	6	Timoteo
6	Octubre	Sensibilización	Rueda de prensa / Press Trip sobre Ruta del Gallo	Oficina MITUR, Puerto Plata	Cibao Norte	Periodistas	18	Alberto y Diomar
6	Octubre	Sensibilización	Presentación de Proyecto TCS a nuevos integrantes de Cámara de Comercio La Vega	ZOOM	Cibao Sur	Miembros GT	4	Timoteo
6	Octubre	Acompañamiento	Seguimiento a la elaboración de tours temáticos con GT Dajabón	Salón de la Iglesia, Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón	8	Ámbar
7	Octubre	Reunión	Reunión Mesa técnica Cibao Sur	ZOOM	Cibao Sur	GT y UP Cibao Sur	19	Timoteo
11	Octubre	Reunión	Coordinación con Medio Ambiente Valverde para jornada de embellecimiento	Oficina Medio Ambiente, Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	3	Ámbar
13	Octubre	Sensibilización	Intercambio de experiencias con las UP y GT de Valverde y Santiago Rodriguez	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Tierra de Músicos y GT Valverde	35	Ámbar y Nicole
18	Octubre	Reunión	Reunión sobre programa de intercambio de buenas prácticas de fomento de TCS	ZOOM	Cibao General	Equipo TCS	14	Aoki, Alberto y TCS
18	Octubre	Sensibilización	Charla de Presentación del Proyecto TCS al nuevo encargado de la OPT Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	OPT Valverde	4	Ámbar
19	Octubre	Reunión	Consejo de Desarrollo Sánchez Ramírez	Sánchez Ramirez	Cibao Sur	GT Cibao Sur	5	Timoteo
20	Octubre	Visita	Visita de validación a Ruta Histórica Justicia, Valentía y Paz	ADEPE, Espaillat	Cibao Norte	Mesa de Turismo de Moca	17	Alberto
21	Octubre	Sensibilización	Socialización con Directores de Juntas Distritales de la Provincia Valverde sobre TCS y SEMANA VALVERDE	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Directores de Juntas Distritales	8	Ámbar
21	Octubre	Sensibilización	Lanzamiento de Mapa Cibao Sur	Cámara de Comercio, Sánchez Ramirez	Cibao Sur	Entidades locales	55	Timoteo
21	Octubre	Visita	Visita con Tour operador de Puerto Plata a Ruta del Gallo (con Camel Safari)	Cupey, Puerto Plata	Cibao Norte	GT El Gallo	6	Alberto
24	Octubre	Reunión	Reunión con ASFAVAL para coordinación de elaboración de figuras para SEMANA VALVERDE	Casa de la Cultura, Mao, Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	11	Ámbar
25	Octubre	Sensibilización	Rueda de prensa local para introducir SEMANA VALVERDE	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Prensa de Valverde	17	Ámbar y Nicole
26	Octubre	Sensibilización	Socialización con la Junta Distrital de Maizal la integración de la comunidad a la Ruta del Banano	Esperanza, Valverde	Cibao Noroeste	Junta Distrital Maizal y representantes Ruta del Banano	10	Ámbar y Nicole
27	Octubre	Reunión	Reunión GT Monterrisiti para inicio y coordinación de desarrollo de página web	Hotel Don Gaspar, Monterisiti	Cibao Noroeste	GT Monterisiti	5	Ambar
29	Octubre	Capacitación certificada	Curso Líderes Gestores Turismo Comunitario Sostenible para Valverde (EN PROCESO DESDE EL 9 SEPTIEMBRE)	Valverde (ZOOM)	Cibao Noroeste	GT Valverde	13	INFOTEP / TCS
29	Octubre	Capacitación certificada	Curso Plan de Marketing para Ruta del Casabe	Monción, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Ruta del Casabe	10	Ámbar y Nicole

Total Sensibilizados: 151
Total Capacitados: 36
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 187

NIVEL NACIONAL								
1	Octubre							
2	Octubre							

NIVEL NACIONAL: 0
TOTAL GENERAL: 187

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

SEPTIEMBRE 2021

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	1	Septiembre	Capacitación certificada	Taller de Elaboración de Letreros Interpretativos Ecoturísticos 27 Charcos de Damajagua	Damajagua, Puerto Plata	Cibao Norte	Comunidad de Imbert y zonas aledañas	19	INFOTEP / TCS
2	6	Septiembre	Sensibilización	Visualización de oferta Turística y forma de manejo de Unidad Productiva Gaia Eco trip	Maimón, Cotuí	Cibao Sur	Grupo Comunitario Gaia Eco trip, Asociacion de mujeres Hatillo y Asoc. pescadores de Hatillo.	19	Timoteo Estévez
3	6	Septiembre	Sensibilización	Entrega de insumos COVID-19 a la UP: Rancho Don Lulú	San Fco. de Macorís	Cibao Nordeste	Rancho Don Lulú	10	Takashi Aoki y Alberto Martínez
4	7	Septiembre	Capacitación certificada	Culminación del Curso Guía Intérprete de la Naturaleza (del 17de agosto al 7 de septiembre)	Lizeo José Martí, San Fernando de Monterrisiti	Cibao Noroeste	Representantes de GREMONT	15	Ministerio de Medio Ambiente, Adriano Galva
5	9	Septiembre	Sensibilización	Reconocimiento del potencial y desarrollo del TCS en la provincia del Dajabón los días 9 y 10	Dajabón	Cibao Noroeste	Director Regional Norte del MITUR, Encargados de la OPT Dajabón y OPT monterrisiti	19	Equipo TCS, MITUR
6	9	Septiembre	Acompañamiento	Acompañamiento a MITUR para levantamiento de atractivos de los Municipios Restauración y Loma de Cabrera	Dajabón	Cibao Noroeste	Actores y representantes de Dajabón	-	Ámbar Liberato
7	9	Septiembre	Capacitación certificada	2da sesión / Módulo 1 Curso Líderes Gestores Turismo Comunitario Sostenible para Valverde	Valverde (ZOOM)	Cibao Noroeste	GT Valverde	13	INFOTEP / TCS
8	10	Septiembre	Sensibilización	Entrega de insumos COVID-19 a UPIGT Salto El Limón y Las Galeras	Parada La Manzana / Junta Distrital Las Galeras, Samaná	Cibao Nordeste	Representantes UPIGT de Salto El Limón y Las Galeras	10	Alberto Martínez
9	16	Septiembre	Sensibilización	Entrevista con L2 para Manual de Buenas prácticas de formación de GT – tera sesión	OPT Valverde	Cibao Noroeste	INTERNO TCS	3	INFOTEP / Ámbar y Nicole
10	13	Septiembre	Visita guiada	FAM TRIP CIBAO NORTE PARA EVALUACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE IMPLEMENTACIÓN Y DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE	Puerto Plata, Espaillat	Cibao Norte	Unidades Operativas del MITUR	60	Equipo TCS, Takashi Aoki
11	13	Septiembre	Capacitación certificada	Finalización de Curso Turismo Comunitario Sostenible basado en la comunidad	Sánchez Ramírez, Cotuí	Cibao Sur	Consejo de Desarrollo Ecoturístico y GT Sá nchez Ramírez	25	INFOTEP / TCS
12	21	Septiembre	Capacitación certificada	Inicio curso para elaboración de plan de marketing de la Ruta del Casabe en Monción	Monción, Santiago Rodríguez (ZOOM)	Cibao Noroeste	Representantes Ruta del Casabe	10	INFOTEP / TCS
13	20	Septiembre	Sensibilización	Reunión sobre buenas prácticas: Consejo de Las Galeras, Salto El Limón, Rancho Don Lulú, Asociación de Guías de Las Galeras	Las Galeras y El Limó n, Samaná	Cibao Nordeste	Representantes UP y GT, actores clave	13	Alberto Martínez
14	21	Septiembre	Sensibilización	Coordinación de un Curso de Guía Intérprete de la Naturaleza por el Ministerio de Medio Ambiente	Club de Golf, Manzanillo, Monterisiti	Cibao Noroeste	Representantes Manzanillo Eco Aventura	11	Nicole Rodríguez
15	22	Septiembre	SesiónLevantamiento	Introducción a la SEMANA Valverde y Levantamiento en el Corredor Ecoló gico de la Cordillera Septentrional	OPT Valverde, Paradero Ranchata	Cibao Noroeste	GT Valverde	25	Ámbar Liberato

Total Sensibilizados: 85
Total Capacitados: 57
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 142

NIVEL NACIONAL								
1		Septiembre						
2		Septiembre						

NIVEL NACIONAL: 0
TOTAL GENERAL: 142

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

AGOSTO 2021

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	4	Agosto	Capacitación certificada	Curso Turismo Comunitario Sostenible basado en la comunidad (del 4 al 13 de agosto)	Consejo del desarrollo ecoturístico y otros, Sá nchez Ramírez, Cotuí	Cibao Sur	GT Sánchez Ramírez	25	INFOTEP
2	5	Agosto	Capacitación certificada	Elaboración de Letreros Interpretativos Ecoturísticos (5-31 de agosto). Concluye el 30 de septiembre	Damajagua, Puerto Plata	Cibao Norte	Comunidad de Imbert y Zonas aledañas	19	INFOTEP
3	5	Agosto	Sensibilización	Ajuste del plan de intervención del Grupo Territorial Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	3	Ámbar Liberato
4	5	Agosto	Acompañamiento / Promoció n	Acompañamiento equipo del INFOTEP para desarrollo de material audiovisual del 5 al 6 de agosto	Santiago Rodríguez, Dajabón y Monterisiti	Cibao Noroeste	Ruta del Casabe, Mud y Avatares	20	Nicole Rodríguez
5	6	Agosto	Sensibilización	Ajuste del plan de intervención del Grupo Territorial Santiago Rodríguez	Salón de la Gobernació n de SR	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	9	Ámbar Liberato
6	6	Agosto	Acompañamiento	Reunión con Entidades Monseñor Nouel para tratar temas de TCS	Monseñor Nouel, Bonao	Cibao Sur	Actores locales Monse ñor Nouel	20	Timoteo Estévez
7	10	Agosto	Sensibilización	Presentación Sobre el Proyecto TCS	INFOTEP, Puerto Plata	Cibao Norte	Estudiantes del INFOTEP	5	Alberto Martínez
8	11	Agosto	Sensibilización	Reunión para reconocimiento de las buenas prácticas	Virtual (ZOOM)	Cibao Norte	UP y GT	5	Alberto Martínez
9	11	Agosto	Sensibilización	Ajuste del plan de intervención del Grupo Territorial Dajabón	Salón Casa de Arte, Dajabón	Cibao Noroeste	GT Dajabón	10	Ámbar Liberato
10	17	Agosto	Capacitación certificada	Curso Guía Intérprete de la Naturaleza: Cuarto módulo de Primeros Auxilios (Del 17 de agosto al 7 de septiembre)	Lizeo Jose Martí, San Fernando de Monterisiti	Cibao Noroeste	GREMONT	12	Ministerio Medio Ambiente/ Adriano Galva
11	17	Agosto	Acompañamiento	Seguimiento con acciones Salto de Jima, explicación del proyecto TCS con Medio Ambiente e intervención a corto Plazo	ZOOM	Cibao Sur	Guías Saltos de Jima y Medio Ambiente	4	Timoteo Estévez
12	18	Agosto	Sensibilización	Sostenibilidad de acciones del TCS en el CNOE	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Dirección Regional Norte MITUR y Comunidad de Mao	2	Nicole Rodríguez
13	18	Agosto	SesiónLevantamiento	Actualización de potenciales turísticos del Municipio de Restauración	Salón del Ayuntamiento de Restauración, Dajabón	Cibao Noroeste	Actores locales de Restauración	15	Ámbar Liberato
14	18	Agosto	Acompañamiento / Conversatorio	Sociabilización sobre la sostenibilidad y la situación actual de los clúster y posible acompañamiento al clúster turístico de Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Coordinación Regional del CNOE	2	Nicole Rodríguez
15	19	Agosto	Sensibilización	Sesión de Redeterminacion de la articulación de la Ruta del Banano para determinar la propuesta del producto mínimo viable	OPT Valverde	Cibao Noroeste	Representantes Ruta del Banano	9	Nicole Rodríguez
16	19	Agosto	Acompañamiento	Encuentro con directivos Consejo Sánchez Ramírez y Cámara de Comercio Cotuí	OPT Cotuí	Cibao Sur	Actores Consejo Sá nchez Ramírez y Cá mara de Comercio Cotuí	6	Timoteo Estévez
17	20	Agosto	SesiónLevantamiento	Actualización de potenciales turísticos del Municipio de Villa los Almácigos , Santiago Rodríguez	Salón del Ayuntamiento de Villa los Almácigos, SR	Cibao Noroeste	Actores locales de Villa Los Almácigos	12	Ámbar Liberato
18	20	Agosto	Acompañamiento / Promoció n	Actividades de promoción (Press Trips, Presentaciones de Promoción Internacional, Página Web)	Manabao, Jarabacoa	Cibao Sur	Miembros comunitarios	13	Timoteo Estévez
19	23	Agosto	Sensibilización	Sostenibilidad de acciones del TCS en el CNOE para elaboración de la estructura de la prueba final del curso de Guía Intérprete de la Naturaleza al Grupo Ecológico de Monterisiti (GREMONT) en el marco del Proyecto TCS	ZOOM	Santo Domingo y CNOE	Viceministerio de Á reas Protegidas del Ministerio de Medio Ambiente	4	Nicole Rodríguez e Iker Irazabal

Total Sensibilizados: 37
Total Capacitados: 56
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 93

NIVEL NACIONAL								
1		Agosto						
2		Agosto						

NIVEL NACIONAL: 0
TOTAL GENERAL: 93

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

JULIO 2021

	Fecha (Fecha/ Mes)		Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	4	Julio	Capacitación certificada	Acompañamiento al Grupo de Anfitriones de Monción en la Elaboración de su Plan de Negocios facilitado por el INFOTEP	Ayuntamiento de Monció n	Cibao Noroeste	Anfitriones de Monción	18	INFOTEP/ Marleni Ramírez
2	7	Julio	Sensibilización	Lanzamiento de Revista de Tesoros Locales de Río San Juan para fortalecer, articular y promover el desarrollo del Turismo Comunitario Sostenible en la zona de María Trinidad Sánchez	Salón del Ayuntamiento de Río San Juan, Marí a Trinidad Sánchez	Cibao Nordeste	Representante de la Mesa de Turismo e Invitados especiales y prensa	33	Diomar González, Alberto Martí nez y Marla Luisa
3	8	Julio	Sensibilización	Exposición sobre Turismo Sostenible para dar a conocer los logros del proyecto TCS en las diferentes regiones del Cibao	ZOOM	Cibao	Estudiantes del INFOTEP	33	Proyecto TCS/INFOTEP
4	9	Julio	Sensibilización	Sensibilización con las bases de margaritas de Mao, el Ayuntamiento y la Sala Capitular para acordar una vía para poner en marcha la ruta en margaritas por el municipio de Mao.	Sala Capitular Ayuntamiento de Mao, Valverde	Cibao Noroeste	Margariteros de Mao	8	Ámbar Liberato y Nicole Rodrí guez
5	20	Julio	Capacitación certificada	Inicio del Curso "Gestor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible"	ZOOM	Cibao Noroeste	GT Valverde	21	INFOTEP
6	20	Julio	Capacitación certificada	Acompañamiento a GREMONT en el segundo módulo de avistamiento de aves, curso guía interprete de la naturaleza	Lizeo José Martí, San Fernando de Monterisiti	Cibao Noroeste	GREMONT	40	Ministerio Medio Ambiente/ Adriano Galva
7	28	Julio	Sensibilización	Sensibilizacion en Congreso Nacional del INFOTEP sobre TCS y productos locales, 28 y 29 de julio	Terminal Turística Sara Sousi, Santo Domingo	Santo Domingo	Colaboradores y participantes del INFOTEP	-	INFOTEP – Representantes de Equipo TCS
8	30	Julio	Capacitación Certificada	Acompañamiento a GREMONT en el tercer módulo de avistamiento de aves, curso guía interprete de la naturaleza	Lizeo José Martí, San Fernando de Monterisiti	Cibao Noroeste	GREMONT	-	Ministerio Medio Ambiente/ Adriano Galva

Total Sensibilizados: 74
Total Capacitados: 79
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 153

NIVEL NACIONAL									
1	16	Julio	Evento	Realización de un press trip de prensa nacional acompañados del MITUR del 16 al 18 de julio	Desde Santo Domingo hacia CNOE	Cibao Noroeste	Prensa Nacional y UP´ S del CNOE	21	Maya, Ámbar, Nicole

NIVEL NACIONAL: 21
TOTAL: 174
GENERAL:

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

JUNIO 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	4	Junio	Capacitación Certificada	Taller de Marketing Digital	Truck de INFOTEP en Manzanillo	Cibao Noroeste	Manzanillo Eco Aventura	12	Nicole Rodriguez y Ambar Liberato
2	2	Junio	Sensibilización	Taller sobre Marketing Territorial (para artesanos de Imbert y Chocolata)	Plaza Artesanal de Imbert, Puerto Plata	Cibao Norte	Personal de UP Chocolata y ASOARTEP	20	Alberto Martinez y Diana Rodriguez
3	7	Junio	Sensibilización	Organización de programación del curso Guía Intérprete de la Naturaleza	ZOOM	Cibao Noroeste	GT GREMONT	13	Nicole Rodriguez y Ambar Liberato
4	8	Junio	Sensibilización	Reunión con Asociación de Artesanos del Higüerito	Moca, Espaillat	Cibao Norte	Artesanos del Higuerito	9	Alberto Martinez y Jean Cavernglass
5	8	Junio	Sensibilización	Presentaciones de Destino a TTOO y AAVV	ZOOM	Cibao y Santo Domingo	Tour operadores, Agencias de viaje	68	Diana Rodriguez y Equipo TCS
6	10	Junio	Capacitación	Taller sobre Marketing Territorial para Turismo con la Mesa Sub-Regional del CNOE	Salón de la Asociación de Pequeños Productores la Santa Cruz, Mao, Valverde	Cibao Noroeste	UP y GT del Cibao Noroeste	39	Nicole Rodriguez y Ambar Liberato
7	18	Junio	Capacitación	Taller de elaboración de plan de trabajo 2021 de GREMONT	Hotel Don Gaspar, Montecristi	Cibao Noroeste	GT GREMONT	13	Nicole Rodriguez y Ambar Liberato
8	19	Junio	Sensibilización	Presentaciones de Destinos a Prensa Convencional y Medios digitales	ZOOM	Cibao y Santo Domingo	Medios de prensa	21	Diana Rodriguez y Equipo TCS
9	21	Junio	Sensibilización	Reunión con Colectivo de UP del Cibao Noroeste para coordinar sobre la presentación de destinos a la diáspora.	ZOOM	Cibao Noroeste	Colectivo de UPdel CNOE	14	Ámbar Liberato
10	22	Junio	Sensibilización	Presentaciones de Destinos a Diáspora	ZOOM	Dominicanos en el extranjero vinculadas a TCS y contrapartes	-	37	Diana Rodriguez y Equipo TCS
11	23	Junio	Capacitación	Taller de ajuste de guión de la Ruta de la Miel	Villas CODEVI, Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	10	Nicole Rodriguez y Ambar Liberato
12	27	Junio	Capacitación Certificada	Curso de bisutería y pintura en fibra de Banano y Yagua	Esperanza, Valverde	Cibao Noroeste	Artesanos	12	Juan Bueno (INFOTEP)

Total Sensibilizados: 182
Total Capacitados: 86
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 268

NIVEL NACIONAL									
1	6	Junio	Evento	Presentación de Destino a Tour Operadores y Agencias de Viajes	ZOOM	Santo Domingo		-	Maya Velásquez
2	12	Junio	Evento	Press Trip con 10 periodistas y/o comunicadores (12 y 13 de junio)	Santo Domingo	Santo Domingo		-	Maya Velásquez
3	16	Junio	Evento	Fam Trip con 10 influencers de viajes	Santo Domingo	Santo Domingo		-	Maya Velásquez
4	19	Junio	Evento	Presentación de Destino a Prensa Convencional y Medios Digitales	ZOOM	Santo Domingo		26	Maya Velásquez
5	22	Junio	Evento	Presentación de Destino a Diáspora	ZOOM	Santo Domingo		25	Maya Velásquez, Timoteo

NIVEL NACIONAL: 51
TOTAL GENERAL: 319

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

MAYO 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Region	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	4	Mayo	Sensibilización	Sesion con UP y GT del Cibao Noroeste para retroalimentación de la sesión para compartir avances.	ZOOM	Cibao Noroeste	Grupo Regional Cibao Noroeste	15	Ámbar
2	4	Mayo	Sesion	Sesion de la Mesa técnica Cibao Sur	Zoom	Cibao Sur	Grupo Regional de Cibao Sur	12	Timoteo
3	10	Mayo	Acompañamiento	Visita a Sonido del Yaque y Angostura	Jarabacoa	Cibao Sur	UP Sonido de Yaque y Angostura	13	Timoteo
4	13	Mayo	Acompañamiento	Visita a Constanza, La Cotorra	Constanza	Cibao Sur	Representantes La Cotorra	5	Timoteo
5	14	Mayo	Acompañamiento	Visita Saltos de Jima	Bonao	Cibao Sur	Representantes Saltos de Jima	20	Timoteo
6	21	Mayo	Sensibilización	Reunión con sonido del Yaque	zoom	Cibao Sur	Representantes UP Sonido del Yaque	7	Timoteo
7	4	Mayo	Reunión	Organización con La Cotorra y plan para ruta de las fresas y sendero finca Doña Paula.	ZOOM	Cibao Sur	Representantes UP La Cotorra y Finca Doña Paula	6	Timoteo
8	7	Mayo	Acompañamiento	Acompañamiento a la asesora del INFOTEP para Sabaneta y Villa Los Almácigos a reunión con comunidad para posible integración de TCS (a solicitud del INFOTEP).	Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Representantes Sabaneta y Villa Los Almácigos y actores locales	5	Ámbar y Nicole
9	17	Mayo	Sensibilización	Mesa de Turismo de Río San Juan para lanzamiento de Revista de Tes	ZOOM	Cibao Nordeste	Líderes locales Río San Juan	6	Alberto
10	6	Mayo	Reunión	Reunión de planificación con el GT de Santiago Rodríguez	ZOOM	Cibao Noroeste	GT Santiago Rodríguez	13	Ambar
11	6	Mayo	Reunión	Reunión de planificación con el GT de Dajabón	ZOOM	Cibao Noroeste	GT Dajabón	8	Ambar
12	7	Mayo	Reunión	Reunión de planificación con el GT de Valverde	OPT Valverde	Cibao Noroeste	GT Valverde	7	Ambar
13	##	Mayo	Reunión	Reunión con GREMONT para acordar plan de trabajo	Zoom	Cibao Noroeste	Representantes GREMONT	7	Nicole
14	##	Mayo	Reunión	Reunión con Nativos/Cayoning para coordinación sobre visita a Ruta de la Miel	Zoom	Cibao Noroeste	Representantes Cayoning y nativos Ruta de la Miel	4	Nicole/Ambar
15	##	Mayo	Reunión	Reunión con Antfitrones de Monción para coordinación de próximas acciones	Oficina Senatorial, Monción	Cibao Noroeste	Representantes Anfitriones de Monción	6	Nicole/Ambar
16	##	Mayo	Reunión	Reunión con Ruta de la miel y AMAMIEL para coordinación de próximas acciones	Zoom	Cibao Noroeste	Representantes Ruta de la Miel y AMAMIEL	9	Nicole/Ambar
17	##	Mayo	Sensibilización	Reunión con integrantes de la Ruta del Banano	OPT, Valverde	Cibao Noroeste	Representantes Ruta del Banano	8	Nicole/Ambar
18	##	Mayo	Sensibilización	Reunión entre Villas Codevis, Ruta de la Miel, AMAMIEL y Productos Mama Tonila	Villas Codevis, Dajabón	Cibao Noroeste	Representantes Villas Codevis, Ruta de la Miel, AMAMIEL y Productos Mama Tonila	13	Nicole/Ambar
19	##	Mayo	Acompañamiento	Recorrido entre Manglares para levantamiento de informaciones para nueva ruta entre Manzanillo Eco Aventura y grupo de Judea, Montecristi.	Judea, Montecristi	Cibao Noroeste	Representantes Manzanillo Ecoaventura y Grupo Judea	8	Nicole/Ambar
20	##	Mayo	Reunión	Reunión con GREMONT para coordinación de Próximas acciones	Montecristi	Cibao Noroeste	Representantes GREMONT	9	Nicole/Ambar
21	##	Mayo	Sensibilización	Reunión con Pedro Zuccarini para compartir sobre Proyecto de Conservación de la Bio-Diversidad Costera	Montecristi	Cibao Noroeste	Actores locales Montecristi	3	Nicole/Ambar
22	##	Mayo	Sensibilización	Reunión con Integrantes de la Ruta del Chivo	Hato del Medio	Cibao Noroeste	Representantes Ruta del Chivo	15	Nicole/Ambar
23	##	Mayo	Reunión	Reunión para coordinación del Tubing en el Río Mao	OPT, Valverde	Cibao Noroeste	Representantes GT Valverde	3	Nicole/Ambar
24	##	Mayo	Reunión	Reunión con el Ayuntamiento de Mao y Base de Margaritas para tratar tema de la legalidad de las mismas	Ayuntamiento Mao	Cibao Noroeste	Actores locales y representantes Ruta de Margaritas	10	Nicole/Ambar

Total Sensibilizados: 67
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 67

NIVEL NACIONAL									
1	3	Mayo	Sensibilización	Reunión en INFOTEP sobre contextualización e implementación de Turismo Comunitario Sostenible en la Región Sur del País.	DPP Santo Domingo	Distrito Nacional	INFOTEP y TCS	16	Equipo TCS-MITUR
2	12	Mayo	Sensibilización	Comite de Coordinacion Conjunta	MITUR/zoom	Distrito Nacional	TCS y Contrapartes	30	Equipo TCS-MITUR

NIVEL NACIONAL: 46
TOTAL GENERAL: 113

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

Abril 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Region	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	6	Abril	Sensibilización	Reunión de socialización de idea de la sesión de presentaciones de UP y GT y sobre la visita de DPP.	ZOOM	Cibao Noroeste		15	Nicole Rodriguez
2	7	Abril	Reunión	Reunión virtual con la ruta del caraibe y miel para levantamiento de informaci ón de DPP	ZOOM			10	Nicole Rodriguez
3	7	Abril	Reunión	Reunión con oliente la cotorra	Constanza, La Vega (ZOOM)	Cibao Sur	Representantes UP La Cotorra	3	Timoteo Estévez
4	13	Abril	Sensibilización	Reunión de socialización con Ruta del Gallo	MITUR, Puerto Plata	Cibao Norte		5	Dismar González
5	14	Abril	Sensibilización	Reunión de confirmación de acciones con ASFAVAL	Valverde (ZOOM)	Cibao Noroeste		7	Ambar, Nicole
6	15	Abril	Sensibilización	Participación en sesión de Orientación con las UP y GT sobre Programa de Apoyo TCS y preparación de sus presentaciones	ZOOM	Cibao Norte, Noroeste, Noreste y Sur	Representantes UP y GT de la Región Cibao	50	Aoki san, Hiro san, Coordinadores
7	16	Abril	Reunión	Reunión sobre curso Gestor de Desarrollo Comunitario	ZOOM			7	Dismar González
8	16	Abril	Reunión	sión con el equipo de coordinación de capacitaciones y equipo del No	ZOOM	Cibao Norte / Noroeste	Equipo TCS	6	Nicole Rodriguez
9	21	Abril	Sensibilización	Reunión con sonido del Yaque y Angostura	ZOOM	Cibao Sur	Representantes UP Sonido del Yaque y Angostura	7	Timoteo Estévez
10	22	Abril	Sensibilización	Presentación de productos/servicios y territorios por parte de Unidades Productivas y Grupos Territoriales los días 22 y 23	ZOOM	Cibao (general)	Líderes UP y GT	50	Coordinadores Territoriales
11	23	Abril	Reunión	Participación en sesión del Cibao Noroeste y Cibao Sur	ZOOM	Cibao Noroeste y Sur	Equipo TCS y Líderes de UP/GT	46	Ambar, Nicole

Total Sensibilizados: 84
Total Capacitados: 0
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: **84**

NIVEL NACIONAL									
1									
2									

NIVEL NACIONAL: 0
TOTAL GENERAL: 84

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

MARZO 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	3	Marzo	Visita	Recorrido por Monción con Directora de Turismo y Coord. De Antfitriones de Monción	Monción, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Antfitriones de Monci ón, MITUR	8	Ambar, Nicole
2	4	Marzo	Sensibilización	Sesión con OPT de Valverde y Montecristi para compartir plan de trabajo del CNOE	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes OPT Valverde y Montecristi Coordinadoras	5	Ambar, Nicole
3	4	Marzo	Reunión	Reunión con Director Regional Norte para compartir algunos avances sobre el Proyecto	OPT Valverde	Cibao Noroeste	CNOE y Director/ Regional Norte	4	Ambar, Nicole
4	4	Marzo	Reunión	Reunión con asesora de Valverde para el INFOTEP para socializar el plan de trabajo del 2021	ZOOM	Cibao Noroeste	INFOTEP y Coordinadoras CNOE	10	Ambar, Nicole
5	8	Marzo	Visita	Visita Cluster constanza	Constanza	Cibao Sur	Representantes Cluster Constanza	7	Timoteo
6	8	Marzo	Visita	Visita La Cotorra, Constanza	Constanza	Cibao Sur	Representantes La Cotorra	7	Timoteo
7	9	Marzo	Reunión	Sesión para concluir revisión del plan de CNOE con Mesa Técnica (INFOTEP y MITUR)	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes INFOTEP y MITUR	6	Ambar, Nicole
8	10	Marzo	Sensibilización	Reunión con Antfitrones y Experiencia Innovación de la Ruta del Caiabe	ZOOM	Cibao Noroeste	Ruta del Caiabe y Antfitrones de Monci ón	4	Ambar, Nicole
9	11	Marzo	Sensibilización	Reunión con actores de Valverde (Coordinación de Ruta en Margaritas y Ruta del Banano)	Oficina OPT	Cibao Noroeste	Rutas de Margaritas y del Banano	12	Ambar, Nicole
10	16	Marzo	Sensibilización	Reunión con Apicultores "Ruta de la Miel" para confirmación del Plan de Trabajo del 2021	Dajabón	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	5	Ambar, Nicole
11	16	Marzo	Sensibilización	Reunión con AMAMIEL para confirmación del Plan de Trabajo del 2021	Dajabón	Cibao Noroeste	AMAMIEL	8	Ambar, Nicole
12	16	Marzo	Reunión	Reunión con Villas Codevi	Dajabón	Cibao Noroeste	Representantes Villas Codevi	4	Ambar, Nicole
13	16	Marzo	Capacitación	Taller sobre Manejo de Negocios	Río San Juan	Cibao Nordeste	Representantes Río San Juan	12	Alberto, Dismar
14	16	Marzo	Reunión	Reunión Consejos de Desarrollo Monseñor Noué y Sánchez Ramí rez	Cotuí	Cibao Sur	Consejo Desarrollo Monseñor Noué y S ánchez Ramírez	11	Timoteo
15	17	Marzo	Sensibilización	Reunión con GREMONT para confirmación del Plan de Trabajo del 2021	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes GREMONT	7	Ambar, Nicole
16	18	Marzo	Reunión	Mesa Institucional Puerto Plata	Puerto Plata	Cibao Norte	Representantes institucionales Puerto Plata	7	Alberto, Dismar
17	19	Marzo	Reunión	Reunión con Kayak San Lorenzo	Sánchez Ramírez	Cibao Sur	Representantes Kayak San Lorenzo	4	Alberto, Dismar
18	23	Marzo	Sensibilización	Reunión con Guaraguanó para coordinar acciones de la experiencia industrial	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes Guaraguanó	6	Ambar, Nicole
19	25	Marzo	Sensibilización	Coordinación con actores y cooperantes de Las Galeras	ZOOM	Cibao Nordeste	Actores clave Las Galeras	16	Alberto, Dismar
20	25	Marzo	Reunión	Reunión Mesa técnica Cibao Sur	ZOOM	Cibao Sur	Equipo TCS	18	Timoteo
21	29	Marzo	Visita	Visita a Alimentos balanceados Guaraguanó	Monción, Santiago Rodríguez	Cibao Noroeste	Alimentos Guaraguanó	4	Ambar, Nicole

Total Sensibilizados: 63
Total Capacitados: 84
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: 147

NIVEL NACIONAL									
1	##	Marzo	Capacitación Certificada	Taller de capacitación a facilitadores para que puedan impartir el curso de líderes (Curso Gestor Comunitario del Desarrollo del Turismo Sostenible)	ZOOM	Cibao (general)	Facilitadores	27	Mercy
2	##	Marzo	Capacitación Certificada	Curso Turismo Sostenible Basado en las Experiencias del Japón y su Aplicación	ZOOM	Cibao (general)	Contrapartes y líderes UP y GT	45	Mercy

NIVEL NACIONAL: 72
TOTAL GENERAL: 147

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

FEBRERO 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	2	Febrero	Reunión	Reunión sobre catálogo de Ruta Panorámica	Yásica	Cibao Norte	Ruta Panorámica	10	Alberto, Diomar
2	2	Febrero	Sensibilización	Reunión con las UP del Noroeste para introducción a la investigación sobre la situación actual de visitación ante el COVID – 19	ZOOM	Cibao Noroeste	UP del CNOE	12	Ambar, Nicole
3	3	Febrero	Sensibilización	Reunión con Ruta de la Miel para seguimiento al Plan de Negocios	Oficina OPT	Cibao Noroeste	Ruta de la Miel	4	Ambar, Nicole
4	3	Febrero	Visita	Visita a experiencias comunitarias que ofrece Guanarico (Sendero de Hacienda Cuña, Museo Taíno, Merengue Típico)	Guanarico	Cibao Norte	UMPC Guanarico	15	Alberto
5	4	Febrero	Capacitación	Taller sobre Slogan y presentación de Catálogo GT Río San Juan	Río San Juan	Cibao Nordeste	GT Río San Juan	13	Alberto, Diomar
6	4	Febrero	Sensibilización	Reunión con Fabrica de Casabe Alimentos Fortuna para dar seguimiento al desarrollo de la experiencia innovación	Monción, fábrica de casabe fortuna	Cibao Noroeste	Representantes F.a brica de Casabe Alimentos Fortuna	4	Ambar, Nicole
7	5	Febrero	Reunión	Reunión con avances situación actual Cibao Sur	ZOOM	Cibao Sur	Representantes UPIGT Cibao Sur	11	Timoteo
8	5	Febrero	Sensibilización	Reunión con ASFAVAL culminar propuesta logística del lanzamiento y distribución de la guía de productos de ASFAVAL	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes ASFAVAL	6	Ambar, Nicole
9	10	Febrero	Capacitación	Taller con Anfitriones para Seguimiento al Plan de Negocios	Ayuntamiento, Moncio n	Cibao Noroeste	Anfitriones de Monción	9	Ambar, Nicole
10	11	Febrero	Visita	Recorrido con la nueva encargada de la OPT de Valverde por las UP Montecristi y campesinas de Buen Hombre del Proyecto D HOPE.	Montecristi	Cibao Noroeste	UP´s de Montecristi	181	Ambar, Nicole
11	12	Febrero	Visita	Simulacro de la experiencia innovación de la Ruta del Casabe	Monción, fábrica de casabe fortuna	Cibao Noroeste	Representantes F.a brica de Casabe Alimentos Fortuna	7	Ambar, Nicole
12	12	Febrero	Sensibilización	Reunión sobre monitoreo de visitantes a las UP CN	ZOOM	Cibao Norte	UP´s de Cibao Norte	10	Alberto
13	12	Febrero	Reunión	Reunión con Equipo TCS, Avances Cibao Sur	ZOOM	Cibao Sur	Equipo TCS	11	Timoteo, Aoki
14	15	Febrero	Sensibilización	Reunión con Ruta de la Miel para situación actual de visitación	ZOOM	Representantes Ruta de la Miel	Ruta de la Miel	4	Ambar, Nicole
15	16	Febrero	Reunión	Reunión sobre catálogo de Ruta Panorámica	Yásica	Ruta Panorámica	Ruta Panorámica	7	Alberto, Diomar
16	17	Febrero	Reunión	Reunión con UP Playa Rogelio	Gaspar Hernández	Representantes UP Playa Rogelio	UP Playa Rogelio	15	Alberto, Diomar
17	18	Febrero	Sensibilización	Reunión con Asociación de Bananeros y Directora de Turismo para socializar algunos temas debajo de la Ruta del Banano	Asociación San Cruz, Mao	Asociación de Bananeros y MITUR	Ruta del Banano	10	Ambar, Nicole
18	19	Febrero	Reunión	Reunión con consejo de desarrollo monseñor nouel	Bonao	Cibao Sur	Consejo Desarrollo Monseñor Nouel	8	Timoteo
19	24	Febrero	Reunión	Reunión con Dirección provincial de Mitur Puerto Plata.	ZOOM	Cibao Norte	MITUR Pto. Pta. y TCS	6	Alberto, Diomar
20	26	Febrero	Visita	Visita a actividad especial de Jamao Ecotours para verificar recibidos por parte de Comunitarios sobre videos lanzados	Las espinas, Jamao al Norte	Cibao Norte	UP Jamao Ecotours	12	Noriyuki

Total Sensibilizados: **110**
Total Capacitados: **22**
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: **132**

NIVEL NACIONAL									
1	9	Febrero	Sensibilización	Coordinación Sesión Orientativa del curso virtual japonés	ZOOM	Santo Domingo		7	Aoki
2	11	Febrero	Sensibilización	Presentación general del programa y procedimientos para aplicación	ZOOM	Santo Domingo	Equipo TCS, Líderes UPIGT y Contrapartes	53	Aoki
3	19	Febrero	Reunión	Acercamiento protocolar al Viceministerio de Cooperación Internacional.	MITUR Santo Domingo	Santo Domingo	Viceministerio Coop. Int.	4	Aoki
4	23	Febrero	Reunión	Acercamiento e intercambio de experiencias sobre la Ruta del Buen Hombre	Dirección Patrimonio Cultural	Santo Domingo	Ruta del Buen Hombre	10	Aoki
5	25	Febrero	Reunión	Reunión regular mensual	MITUR Santo Domingo, ZOOM	Nacional	Equipo TCS y Contrapartes	25	Aoki

NIVEL NACIONAL: **99**

TOTAL GENERAL: **132**

Actividades realizadas relacionadas con el Proyecto

ENERO 2021

		Fecha (Fecha/ Mes)	Actividad	Contenido de la actividad	Lugar	Región	Grupo meta	Num. de part	Responsable de parte del proyecto
NIVEL REGION NORTE									
1	11	Enero	Reunión	Socialización con el equipo de la OPT de Valverde	OPT de Valverde	Cibao Noroeste	OPT Valverde	7	Ambar, Nicole
2	13	Enero	Reunión	Reunión sobre Ruta Panorámica	ZOOM	Cibao Norte	Ruta Panorámica	4	Alberto, Diomar
3	14	Enero	Reunión	Reunión con Tim Hall, sobre Ruta panorámica	ZOOM	Cibao Norte	Representante Ruta Panorámica	5	Alberto, Diomar
4	18	Enero	Sensibilización	Primera sesión del año 2021 con ASFAVAL	ZOOM	Cibao Noroeste	Representantes ASFAVAL	5	Ambar, Nicole
5	18	Enero	Reunión	Reunión con representantes de la Mesa de Turismo de Espaillat	ZOOM	Cibao Norte	Representantes Mesa de Turismo Espaillat	6	Alberto, Diomar
6	19	Enero	Sensibilización	Introducción con el Director de Medio Ambiente de Puerto Plata	ZOOM	Cibao Norte	Oficina Medio Ambiente Pto. Pta.	4	Alberto, Diomar
7	19	Enero	Sensibilización	Introducción con nuevo administrador del Santuario Manatí	ZOOM	Cibao Norte	UP Santuario Manatí / Estero Hondo	4	Alberto, Diomar
8	19	Enero	Sensibilización	Introducción con nuevo administrador de Monumento Natural Cuevas de Cabarete y Goleta	ZOOM	Cibao Norte	Representante Cuevas de Cabarete	4	Alberto, Diomar
9	20	Enero	Reunión	Convocatoria Actores para reunión Mesa de coordinación	Cotuí	Cibao Sur	Mesa de Coordinación Cotuí	10	Timoteo
10	20	Enero	Reunión	Reunión con actores del Santuario de Mamíferos Marinos (director provincial de Medioambiente, administrador del área protegida, guías y guardaparques)	ZOOM	Cibao Norte	Actores UP Santuario Manatí / Estero Hondo	13	Alberto, Diomar
11	22	Enero	Capacitación	Sesión continuación de la culminación del plan de negocios de ASFAVAL.	ZOOM	Cibao Noroeste		8	Ambar, Nicole
12	26	Enero	Reunión	Reunión con actores de la Mesa de Turismo de Espaillat.	ZOOM	Cibao Norte		11	Alberto, Diomar
13	29	Enero	Reunión	Reunión Mesa Tecnica Cibao Sur	ZOOM			14	Timoteo
14	29	Enero	Reunión	Zafacones a Océano Limpio	Puerto Plata	Cibao Norte		10	Alberto, Diomar
15	29	Enero	Capacitación	Taller de Retroalimentación para Unidades productivas sobre monitoreo.	ZOOM			10	Alberto, Diomar

Total Sensibilizados: **17**
Total Capacitados: **18**
TOTAL SENSIBILIZADOS Y CAPACITADOS: **35**

NIVEL NACIONAL									
1	12	Enero	Reunión	Seguimiento avance edición (Reunión Kiskeya Life y Andariego)	ZOOM	Santo Domingo	Kiskeya Life y Andariego	4	Noriyuki
2	28	Enero	Reunión	Reunión de seguimiento de muestra de producto final (Reunión Kiskeya Life y Andariego)	ZOOM	Santo Domingo	Kiskeya Life y Andariego	4	Noriyuki

NIVEL NACIONAL: **8**

TOTAL GENERAL: **43**

添付資料14

作成資料等リスト
（西語）

Última actualización: 2022/03/04

Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:
https://drive.google.com/drive/folders/1hJxR9vVyO7xWlKl4o6vUvOFq0uQ6ZDxQ?usp=sharing

L1 - Productos y Negocios Comunitarios

A. Subregión Cibao Norte			
Código	**UP**	**Título**	**Mes / Año**
CN-01	Asociación de Artesanos de Madera Petrificada (ASOARTEP)	Ficha de Unidad Productiva - ASOARTEP	-
		Perfil de Proyecto - ASOARTEP	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - ASOARTEP	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - ASOARTEP	Sep. 2021
CN-02	Asociación de Guías de Santuario Manatí	Hoja de Producto - UMPC Estero Hondo	Feb. 2018
		Ficha de Unidad Productiva - Asociación de Guías de Santuario Manatí	-
		Perfil de Proyecto - Asociación de Guías de Santuario Manatí	-
CN-03	Fábrica de Chocolate Artesanal - Chocolala	Hoja de Producto - Chocolala	Feb. 2018
		Ficha de Unidad Productiva - Chocolala	-
		Perfil de Proyecto - Chocolala	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - Chocolala	Jul. 2020
		Video promocional de la UP Chocolala	2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Chocolala	Sep. 2021
CN-04	Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	Ficha de Unidad Productiva - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	-
		Perfil de Proyecto - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Asociación de Guías de las Cuevas de Cabarete	Sep. 2021
CN-05	Asociación de Guías Turísticos de Damajagua	Perfil de Proyecto - Asociación de Guías Turísticos de Damajagua	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Asociación de Guías Turísticos de Damajagua	Sep. 2021
CN-06	Finca Papirucho, Río Sonador	Perfil de Proyecto - Finca Capirucho, Río Sonador	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Finca Capirucho, Río Sonador	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Finca Capirucho, Río Sonador	Sep. 2021
CN-07	Jamao Ecotours	Ficha de Unidad Productiva - Jamao Ecotours	
		Hoja de Producto - Jamao Ecotours	May. 2021
		Perfil de Proyecto - Jamao Ecotours	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Jamao Ecotours	Jul. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Jamao Ecotours	Sep. 2021
CN-08	Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Magante, Playa Rogelio	Perfil de Proyecto - Asociación de Vendedores Playeros y Artesanales de Villa Magante, Playa Rogelio	-
CN-09	Asociación de Artesanos	Ficha de Unidad Productiva - ASOARTEH	-

	del Higuerito (ASOARTEH)	Perfil de Proyecto - ASOARTEH	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - ASOARTEH	Ago. 2020
		Catálogo de Artesanos del Higuerito	Feb. 2021

B. Subregión Cibao Nordeste			
Código	**UP**	**Título**	**Mes / Año**
CNE-01	Asociación Comunitaria de Ecoturismo Salto El Limón	Perfil de Proyecto - Asociación Comunitaria de Ecoturismo Salto El Limón	-
CNE-02	Asociación de Guías Ecoturísticos de Las Galeras	Perfil de Proyecto - Asociación de Guías Ecoturísticos de Las Galeras	-
CNE-03	Kayak San Lorenzo	Perfil de Proyecto - Kayak San Lorenzo	-
		Guión de experiencia - Paseo en Bote y Kayak	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Kayak San Lorenzo	Jul. 2020
CNE-04	Rancho Don Lulú	Perfil de Proyecto - Rancho Don Lulú	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el proyecto de Turismo Comunitario sostenible (TCS) - Rancho Don Lulú	Jul. 2020
CNE-05	Sindicato de Boteros de Laguna Gri-Gri	Perfil de Proyecto - Sindicato de Boteros de Laguna Gri-Gri	-

C. Subregión Cibao Noroeste			
Código	**UP**	**Título**	**Mes / Año**
CNOE-01	Asociación de Fabricantes de Artesanías de Valverde (ASFAVAL)	Perfil de Proyecto - ASFAVAL	-
		Protocolo de contingencia de COVID 19 de ASFAVAL	Sep. 2020
		Resumen de Intervención a ASFAVAL con el apoyo del GT Valverde	Sep. 2021
		Guía de Productos de la Fibra del Banano de la Provincia Valverde - ASFAVAL	Dic. 2021
CNOE-02	AMAMIEL	Perfil de Proyecto - AMAMIEL	-
		Diagnóstico FODA y CAME de AMAMIEL	Nov. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - AMAMIEL	Sep. 2021
		Listado de productos y costos de los derivados de la Miel	Nov. 2021
CNOE-03	Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón	Primera versión del plan de negocios de la Ruta de la Miel	Feb. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón	Sep. 2021
		Perfil de Proyecto - Asociación de Apicultores La Fronteriza de Dajabón	Feb. 2022
		Material promocional de la experiencia de la Miel en Dajabón diversificada (Flyer)	Feb. 2022
CNOE-04	GREMONT	Análisis FODA y CAME de GREMONT	Nov. 2020
		Protocolo de contingencia de COVID-19 de GREMONT	Oct . 2020
		Plan de negocios de GREMONT (segunda versión)	Ene. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GREMONT	Sep. 2021
		Perfil de Proyecto - GREMONT	Oct. 2021
		Reporte final de curso de Guía Intérprete de la naturaleza de GREMONT	Oct. 2021
		Material promocional de la oferta de GREMONT	Nov. 2021
CNOE-05	Grupo Productivo de la Ruta del Casabe	Perfil de Proyecto - Grupo Productivo de la Ruta del Casabe	Jul. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Grupo Productivo de la Ruta del Casabe	Sep. 2021
CNOE-06	Manzanillo Ecoaventura	Perfil de Proyecto - Manzanillo Ecoaventura	Ago. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Manzanillo Ecoaventura	Sep. 2021
CNOE-07	Café Trillao	Perfil de Proyecto - Café Trillao	Oct. 2021
CNOE-08	Grupo Productivo de la Ruta del Chivo	Perfil de Proyecto - Ruta del Chivo	-
CNOE-09	Grupo Productivo de la	Perfil de Proyecto - Ruta del Banano	Oct. 2021

	Ruta del Banano		
CNOE-10	Anfitriones de Monción	Perfil de Proyecto - Anfitriones de Monción	Oct. 2021
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Anfitriones de Monción	Ago. 2021

D. Subregión Cibao Sur			
Código	**UP**	**Título**	**Mes / Año**
CS-01	Sonido del Yaque	Perfil Proyecto - Sonido del Yaque	-
		Documentos de Protocolo Turismo 3S (Sano, Seguro, y Sostenible)	2020
		Guión del Tour: Secreto del Sonido	2022
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas de Sonido del Yaque	Ene. 2022
		Brochure de Sonido del Yaque	Ene. 2022
CS-02	Complejo Ecoturístico de Angostura	Perfil Proyecto - Complejo Ecoturístico de Angostura	-
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas del Complejo Ecoturístico de Angostura	Ene. 2022
		Brochure del Complejo Ecoturístico de Angostura	Ene. 2022
CS-03	Finca Doña Paula - La Cotorra	Perfil Proyecto - Finca Doña Paula - La Cotorra	-
		Descripción de la experiencias en Finca Doña Paula	-
		Guión de la Experiencia en Fina Doña Paula	-
CS-04	Gaia Ecotrip	Perfil Proyecto - Gaia Ecotrip	-
		Listado de miembros activos	2021
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas de Gaia Ecotrip	Ene. 2022
		Brochure de Gaia Ecotrip	Ene. 2022
		Guión de la experiencia de Gaia Ecotrip	2022
CS-05	Asociación de Guías de los Saltos de Jima	Perfil Proyecto - Asociación de Guías de los Saltos de Jima	-
		Estatutos legales - Asociación de Guías de los Saltos de Jima	-
		Guión de la Experiencia - Asociación de Guías de los Saltos de Jima	-
		Catálogo de Ofertas Comunitarias Turísticas de la Asociación de Guías de los Saltos de Jima	Ene. 2022
		Brochure de la Asociación de Guías de los Saltos de Jima	Ene. 2022

Documentos Generales Adicionales		
Código	**Título**	**Mes / Año**
DG-D-01	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Dajabón	Dic. 2016
DG-D-02	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Santiago Rodríguez	Dic. 2016
DG-D-03	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Montecristi	Dic. 2016
DG-D-04	Informe Final sobre Taller de Identificación de Recursos Locales - Valverde	Ene. 2017
DG-D-05	Reporte de diagnóstico sobre los productos de turismo comunitario de Puerto Plata	Feb. 2017
DG-D-06	Informe diagnóstico de unidades productivas priorizadas	Abr. 2018
DG-B	Flyers promocionales de Unidades Productivas	-
DG-A	Fichas de Unidades Productivas para Tour Operadores	-
DG-C-01	Catálogo de Productos Derivados de la Miel	-
L1-2	Perfiles de Buenas Prácticas de UPs	Sept. 2021

No. de documentos: 99

Última actualización: 2022/03/04

Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:
https://drive.google.com/drive/folders/1D8IrlRPnglHFCfmDrquPBsRW_UE6XuDh?usp=sharing

L2 - Gestión Territorial

A. Subregión Cibao Norte			
Código	**GT**	**Título**	**Mes / Año**
CN-01	Ruta del Gallo - GT del El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	Perfil del GT de El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	-
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - GT de El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GT de El Naranjal - Cupey - Loma del Gallo	Sep. 2021
		Brochure sobre la Ruta del Gallo	-
CN-02	UMPC Guananico	Perfil del GT - UMPC Guananico	-
		Guión de experiencia - Música Dominicana	-
		Reglamento de experiencia - Música Dominicana	-
		Informe taller de profundización de música dominicana	May. 2018
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - UMPC Guananico	Jul. 2020
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - UMPC Guananico	Sep. 2021
CN-03	UMPC VYP	Perfil del GT - UMPC VYP y APEDI	-
CN-04	Mesa de Turismo de Espaillat	Perfil del GT - Mesa de Turismo de Espaillat	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - Mesa de Turismo de Espaillat	Sep. 2021
		Instructivo sobre medidas de seguridad frente al nuevo coronavirus (COVID-19), basadas en las directrices emanadas por el Proyecto (TCS) - Mesa de Turismo de Espaillat	Ago. 2021
		Brochure de la Ruta Histórica ¨Justicia, Valentía y Paz¨	2021
CN-05	CODEJAN	Perfil del GT - CODEJAN	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - CODEJAN	2021

B. Subregión Cibao Nordeste			
Código	**GT**	**Título**	**Mes / Año**
CNE-01	CONTUGAL	Perfil del GT - CONTUGAL	-
CNE-02	Mesa de Turismo de Río San Juan	Perfil del GT - Mesa de Turismo de Río San Juan	-

C. Subregión Cibao Noroeste			
Código	**GT**	**Título**	**Mes / Año**
CNOE-01	GT de Dajabón	Perfil del GT de Dajabón	-
		Informe de mini taller elaboración de plan de acción para el GT de Dajabón	-
CNOE-02	GT de Monción	Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GT de Monción	-
		Informe de mini taller elaboración de plan de acción para el GT de Monción	Nov. 2017
CNOE-03	GT de Santiago Rodríguez	Perfil del GT de Santiago Rodríguez	-
		Resumen de Intervención a Unidades Productivas y Grupos Territoriales - GT de Santiago Rodríguez	-
CNOE-04	GT de Montecristi	Perfil del GT de Montecristi	-
CNOE-05	GT de Valverde	Perfil del GT de Valverde	-
		Informe resumen de participación en de GT en Expo Valverde	Abr. 2018

CNOE-06	Sub-Regional	Primera versión de la Estrategia para el Fortalecimiento del Circuito Esencia del Sabor	Feb.2022

D. Subregión Cibao Sur			
Código	**GT**	**Título**	**Mes / Año**
CS-01	Clúster Turístico de Constanza	Perfil del Clúster Turístico de Constanza	-
		Instructivo de campaña Clúster Turístico de Constanza	2022
		Video promocional de Constanza	2022
CS-02	Consejo Ecoturístico de Monseñor Nouel	Perfil del Consejo Ecoturístico de Monseñor Nouel	-
CS-03	Consejo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	Perfil del Consejo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	-
		Listado de miembros del Consejo de Desarrollo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	-
		Minuta Lanzamiento de Mapa Cibao Sur	2021
		Presentación Consejo Ecoturístico de Sánchez Ramírez	2021
		Fotos - Consejo de Desarrollo Ecoturístico Sánchez Ramírez	2022

General		
Código	**Título**	**Mes / Año**
DG-B-01	Reporte de diagnóstico sobre red de turismo comunitario de Puerto Plata (Parte 1)	Nov. 2016
DG-B-02	Informe sobre Talleres de planificación pre-taller regional: creación de “Destino de Circuito Multiprovincial”	Ene. 2017
DG-B-03	Informe de Taller regional: creación de “Destino de Circuito Multiprovincial”	Feb. 2017
DG-B-04	Reporte de diagnóstico sobre red de turismo comunitario de Puerto Plata (Parte 2)	Feb. 2017
DG-B-05	Reporte sobre Plan de estrategia y Plan de negocio de red de turismo comunitario de Puerto Plata	Feb. 2017
DG-A-01	Catálogo de Recursos del Circuito Esencia del Sabor	2020
DG-A-02	Revista de Nuestros Tesoros Comunitarios - Monción Capital del Casabe	2020
DG-A-03	Mapa de Recursos Ilustrado de Dajabón	-
DG-A-04	Mapa de Recursos Ilustrado de Santiago Rodríguez	-
DG-A-05	Mapa de Recursos Ilustrado de Río San Juan	-
DG-A-06	Catálogo de productos de la Red de Turismo Comunitario Puerto Plata	-
DG-A-08	Revista de Nuestros Tesoros Comunitarios - Río San Juan	Jul. 2021
L2-2	Perfiles de Buenas Prácticas de UPs	Sept. 2021
DG-A-09	Revista de Nuestros Tesoros Comunitarios - Jamao Al Norte	Nov. 2021

No. de documentos: 52

Última actualización: 2022/03/04

Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:
https://drive.google.com/drive/folders/1QLkZV2R6j36R80tFQX581ZwOyZZZudqU?usp=sharing

L3 - Comercialización y Promoción

Promoción de TCS		
Código	**Título**	**Mes / Año**
PR-01	Video promocional de TCS - Mango Verde	2018
PR-02	Video promocional " Nuestra Gente" (Margaritas de Mao) / Colaboración con MITUR	Mar. 2019
PR-03	Driving Map de la Región Cibao	Sep. 2019
PR-04	Resumen de Video para capacitación de TCS	Nov. 2019
PR-05	Página Destino Cibao "ww.descubrecibao.com"	2020
PR-06	Catálogo de experiencias de Turismo Comunitario Sostenible	Ene. 2020
PR-07	Revista Soy Cibao	Jun. 2020
PR-08	Sellos Provinciales	Dic. 2020
PR-09	Video con influencers - Jamao Al Norte con Kiskeya Life	Feb. 2021
PR-10	Video con influencers - Jamao Al Norte con Andariego	May. 2021
PR-11	Mapa de Cibao Sur	Oct. 2021
PR-12	Video promocional de la subregión Cibao Sur	Ene. 2022
PR-13	Video promocional de UP y GT - CNOE / Colaboración con MITUR	2020 y Feb. 2022
Tours Modelo		
TM-01	Tours modelo	2018
TM-02	Tours modelo (nueva edición)	Ago. 2020
Posicionamiento de TCS		
P-01	Documentos del plan estratégico de Promoción.	Ene. 2022
P-02	Página Destino Cibao "ww.descubrecibao.com" (versión actualizada)	Feb. 2022
Documentos generales adicionales		
DG-01	Informe Final de Proyecto Piloto sobre "Desarrollo de Herramienta de Mapping Participativo (Aplicación y Base de Datos) - App Todo en RD	Jul. 2017
DG-02	Informe Final de Proyecto Piloto sobre "Concurso de Desarrollo de Rutas con Estudiantes Universitarios, con Plataforma Territorial en Santiago y Puerto Plata" - Arma Tu Ruta Cibao	Jul. 2017
DG-03	Informe Final de Proyecto Piloto sobre "Modelo de Punto de Información Turístico con acuerdo Público-Privado"	Jul. 2017
DG-04	Informe final sobre participación en evento "DiscoverPOP"	Oct. 2017
DG-05	Recopilación de Informes y Presentaciones de Líneas Base (2017-2018)	2017 - 2018
DG-06	Proyectos Piloto: -Proyecto Piloto 1 - Mejoramiento de capacidad de venta y promoción basado en el ciclo de marketing de TCS -Proyecto Piloto 2 - Creación de Base de Destinos de Circuito Multiprovincial con Participación Comunitaria -Proyecto Piloto 3 - Concurso de Desarrollo de Rutas con Estudiantes Universitarios, con Plataforma Territorial en Santiago y Puerto Plata -Proyecto Piloto 4 - Un Modelo de Punto de Información Turístico con acuerdo Público-Privado - Proyecto Piloto 5 - Desarrollo de Herramienta de Mapping Participativo (Aplicación y Base de Datos	2017-2018
DG-07	Manual de uso del website y redes sociales red de turismo comunitario en Puerto Plata	2018
DG-08	Informe sobre propuesta de aproximación a la gestión de información turística en el Territorio de la Rep. Dom.	2018
DG-09	Informe final participación en feria "ExpoTurismo"	Jun. 2018
DG-10	Video resumen de participación en evento "DiscoverPOP"	Oct. 2018
DG-11	Documento resumen de participación en evento "Discover Puerto Plata"	Oct. 2019
DG-12	Reporte sobre situación actual del turismo: Análisis y aproximaciones estratégicas para Proyecto TCS	Abr. 2021

DG-13	Documentos de Consultoría de Marketing Digital para TCS	Nov. 2021
DG-14	Monitoreo de RRPP (Proyecto TCS)	Feb. 2022
DG-15	Listado de embajadores de TCS	Feb. 2022

No. de documentos: 32

Última actualización: 2022/03/04

Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:
https://drive.google.com/drive/folders/1QJ2_JkcN3TSah5Eo5crkyh1MPL85RgZC?usp=sharing

L4: Capacitación

Código	Título	Mes / Año
DG-01	Informe final de taller de formación de facilitadores para identificación de los recursos locales de las provincias de Montecristi, Valverde, Dajabón y Santiago Rodríguez	Nov. 2016
PC-01	Documentos sobre consultoría para Formación de Guías Comunitarios	Sep. 2018
DG-02	Videos testimoniales sobre las experiencias de capacitación	2021
PC-02	Documentos sobre consultoría de Mejoramiento de Programas de Capacitación de Guías locales / Anfitriones / Intérpretes de la Naturaleza	Nov. 2021
DG-03	Monitoreo de capacitaciones / Sensibilizaciones / Concientizaciones	Dic. 2021
PC-03	Catálogos de Ofertas de capacitaciones TCS Manual y programas Cursos especializados TCS	Dic. 2021
DG-04	Sesiones de Sensibilización con Herramientas Estándar para facilitadores del INFOTEP Regional Norte	Dic. 2021
DG-05	Presentación final de resultados (L4)	Feb. 2022

No. de documentos: 8

Última actualización: 2022/03/04

Listado de Productos Entregables - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:
https://drive.google.com/drive/folders/1qfokTbAPlpYuq9gCCpBSs2UnM_jTbShm?usp=sharing

L5: Provisión de Asistencia y Fortalecimiento del Sistema de Monitoreo

Código	Título	Mes / Año
DG-01	Recopilación de Informes de Líneas Base (2017)	2017
DG-02	Resumen de sesión de monitoreo sobre avance de Proyecto	May. 2017
DG-03	Informe de Taller de socialización sobre el Proyecto con el personal de la Oficina de Promoción Turística de la región noroeste del Proyecto	Ago. 2017
DG-04	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Valverde)	Ago. 2017
DG-05	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Santiago Rodríguez)	Ago. 2017
DG-06	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Dajabón)	Ago. 2017
DG-07	Informe de Mini Taller para estudio de profundización (Montecristi)	Ago. 2017
DG-08	Brochure sobre informaciones generales de TCS	2018
DG-09	Resumen de sesión de monitoreo sobre avance de Proyecto	May. 2018
DG-10	Propuesta de diseño de oficina de turismo sostenible (OTS) y unidad de fomento de turismo comunitario sostenible (UFTS)	May. 2018
DG-11	Introducción de Competitividad Turística Provincial	Oct. 2021
DG-12	Sesiones Virtuales de Intercambio de las UPs y GTs del Proyecto TCS	Oct. 2021
DG-13	Resumen de impacto de TCS	Dic. 2021
DG-14	Reporte Final sobre Buenas Prácticas de TCS	Feb. 2022
DG-15	Memoria Institucional del Proyecto TCS	Feb. 2022
DG-16	Documentos sobre consultoría sobre Investigación de Territorio y Productos Potenciales	Feb. 2022
DG-17	Visión Estratégica 2030	Feb.2022
DG-18	Minuta del 6to Comité de Coordinación Conjunta (CCC)	Feb.2022

No. de documentos 18

Actualizado a la fecha: 2022/03/03

Listado de Guías Metodológicas, Manuales y Catálogos - Proyecto Turismo Comunitario Sostenible

Link de carpetas en DRIVE:
https://drive.google.com/drive/folders/1NujSWPwTcQRnnTgGE99QCG_4sWzaF9sT?usp=sharing

Código	Título	Mes / Año
L1 - Desarrollo de productos		
GP1-01	Guía para Taller de Identificación de Recursos Locales basado en la Participación de Actores locales	May. 2016
GP1-02	Guía para práctica para la creación de nuevo atractivo turístico desde negocio existente	Feb. 2022
GP1-03	Guía práctica para preparación de una ruta temático	Feb. 2022
GP1-04	Guía práctica para articulación y desarrollo de negocios turísticos sostenibles desde perspectiva comunitaria	Feb. 2022
GP1-05	Guía práctica para elaboración de un guión de experiencia TCS	Feb. 2022
GP1-06	Guía práctica para elaboración de un inventario de recursos locales de TCS	Feb. 2022
MA1-01	Manual para emprendedor de Turismo Comunitario Sostenible	Feb. 2022
L2 - Gestión Territorial		
GP2-01	Guía práctica de descubrimiento y valoración de recursos locales (taller, profundización, elaboración de materiales)	Feb. 2022
GP2-02	Guía práctica para sensibilización / coordinación de las instituciones locales	Feb. 2022
GP2-03	Guía práctica para elaboración de visión conjunta de un territorio (incluyendo elaboración de imagen o eslogan territorial)	Feb. 2022
GP2-04	Guia Práctica la definición de roles y funciones dentro de una mesa/grupo de trabajo	Feb. 2022
MA2-01	Manual para conformación y fortalecimiento de Grupos Territoriales	Feb. 2022
L3 - Comercialización y promoción para posicionamiento		
GP3-01	Guía Práctica para la Presentación de Destino Turístico	Feb. 2022
GP3-02	Guía Práctica para la planeación de un video promocional de destino	Feb. 2022
GP3-03	Guía práctica para la gestión de un sistema de Información Turística	Feb. 2022
GP3-05	Guía para Marketing Digital (B) / Nivel Regional	Feb. 2022
GP3-06	Guía para Organización de Fam Trip / Press Trip	Feb. 2022
MA3-01	Manual de promoción	Feb. 2022
L4 - Capacitación		
GP4-01	Guía para coordinación de los cursos de captación de INFOTEP	Feb. 2022
GP4-02	Guía para seguimiento de los cursos de captación de INFOTEP	Feb. 2022
GP4-03	Guía de apoyo a guías/anfitriones/intérpretes	Feb. 2022
MA4-01	Manual de difusión de TCS (Para facilitadores y asesores de INFOTEP	Feb. 2022
MA4-02	Manual de utilización de TCS-INFOTEP (Para las comunidades)	Feb. 2022
CA4-01	Catálogo de talento de coordinadores y facilitadores	Feb. 2022
CA4-02	Catálogo de talento de líderes comunitarios	Feb. 2022
CA4-03	Catálogo de talentos de guías locales / intérpretes / anfitriones	Feb. 2022
L5 - Mejoramiento de Gobernanza		
GP5-01	Guía práctica para Registro de TCS	Feb. 2022
MA5-01	Manual para Operación Básica de las Oficinas Regionales para turismo regional y comunitario	Feb. 2022
CA5-01	Catálogo de Ofertas Institucional	Feb. 2022

No. de documentos: 29

添付資料15

UNWTOによるリカバリープラン
（英語）

COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance in Dominican Republic

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO)

Project Final Report

February 2021

Table of Content

1. Introducing the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package 2

2. Summary of the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Activities included in the project for the Dominican Republic 5

2.1. Activity implementation based on priority criteria 8

2.2. Project Management and Implementation 9

2.3. Final project outputs and recommendations 12

Annex 1 Tasks descriptions international expert team 21

Annex 2: Executive Summaries final reports technical assistance activities 28

- Support Programme for Tourism MSMEs 28
- International Tourism Marketing Strategy 30
- Tourism Diversification Strategy 33
- Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene. 35
- Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data 37

Annex 3: Promotional flyers produced for the 4 online tourism masterclasses 40

1. Introducing the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package

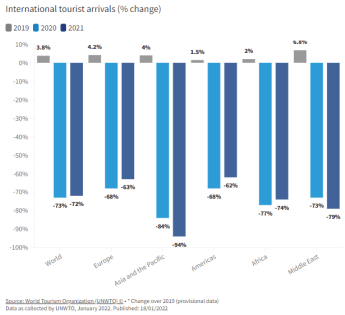
The world is facing an unprecedented global health crisis, the repercussions of which are being felt in all sectors of society and the economy. Health institutions and governments worldwide are doing their utmost to combat COVID-19. While we must remain cautious regarding predictions as to how the pandemic will affect the social fabric of our societies, it lies beyond doubt that with solidarity, courage and trust, we will re-emerge stronger than before.

Prior to the COVID-19 pandemic, tourism represented 30% of the world's exports of services (US$ 1.5 trillion) and up to 45% of the total export of services in developing countries. However, in 2020, global tourism suffered its worst year on record, with international arrivals dropping by 73%. Destinations welcomed 1 billion fewer international arrivals, which translated into an approximate loss of USD 1.1 trillion in export revenues (-63%), that is, more than 11 times the loss recorded during the 2009 global financial crisis[1].

Regrettably, this downward trend continued in 2021. While international tourism experienced a 4% increase – that is, 15 million more international tourist arrivals compared to 2020 (415 million versus 400 million) –international arrivals were still 72% below the pre-pandemic year of 2019[2]. Similarly, the economic contribution of tourism in 2021 (measured in tourism direct gross domestic product) is estimated at US$ 1.9 trillion, above the US$1.6 trillion in 2020, but still well below the pre-pandemic value of US$ 3.5 trillion. Export revenues from international tourism could exceed US$ 700 billion in 2021, a small improvement over 2020 due to higher spending per trip, but less than half the US$ 1.7 trillion recorded in 2019.

Overall, the registered uplift in demand in 2021 was driven by increased traveler confidence amid progress on vaccinations and the easing of entry restrictions in many destinations. However, the full impact of the Omicron variant, from November 2021 onwards, and a still uneven vaccination rate worldwide, are occasioning a slow recovery pace. As to regions, the Americas, with a 17% growth rate, recorded, together with Europe, the strongest results in 2021 compared to 2020. And yet, despite positive results, visitation in the Amercias region still remains 63% below pre-pandemic levels[3].

[1] UNWTO World Tourism Barometer, January 2022
[2] https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data
[3] Ibid.



While better than the overall regional and sub-regional results, the Dominican Republic has also suffered a strong decrease in international visitation. Between 2019 and 2020, international arrivals dropped by nearly 63%, and while an increase in visitation was registered in 2021, provisional results remain 34% below pre-pandemic levels[4]:

November 2021 – Statistical Annex

International Tourist Arrivals by (sub)region and selected countries and territories of destination

		(1000)		Change (%)			Percentage change (%)*										
							2021 over 2020†						2021 over 2019				
	Series	2019	2020*	19/18	20/19	Series	YTD	Q1	Q2	Q3	Jul.	Aug.	Sep.	YTD	Q1	Q2	Q3	Jul.	Aug.	Sep.
Dominican Rep.	TF	6,446	2,405	-1.9	-62.7	TF	89.5	-48.5	↑	302.4	317.3	332.1	251.7	-33.8	-61.8	-30.5	-0.4	-4.6	-4.2	12.9

Inevitably, such a long-lasting crisis has an impact on the livelihoods of millions of people and threatens to roll back Sustainable Development Goals (SDGs) progress. To contextualize, UNWTO notes that in 2009, on the back of the global economic crisis, international tourist arrivals declined by 4%, while the SARS outbreak led to a decline of just 0.4% in 2003.

Despite being one of the sectors most deeply affected by the impact of COVID-19, tourism remains an economic powerhouse. Expenditure by visitors on accommodation, food and drink, local transport, entertainment and shopping, in addition to its impact on issues ranging from regional development to visa facilitation, communications and transportation, make it an interesting sector for countries to invest in due to its long-term economic return and multiplier effect on the economy. No matter the economic classification of countries – low, middle or high income – tourism's contribution is multi-layered and cross-sectoral. It also represents a vital source of jobs, especially for women and youth, and income, via tourism receipts and Foreign Direct Investment (FDI) inflows.

[4] UNWTO World Tourism Barometer, Volume 19, November 2021

The impacts of measures such as movement restrictions, the closure of hotels and other accommodation facilities, as well as cultural and natural attractions, cancellation or postponement of events and gatherings, have all contributed to international tourism coming to a standstill with enormous economic repercussions, including loss of income and surging unemployment.

In order to assist Member States in developing a gradual approach to recovery, soon after the beginning of the COVID-19 pandemic, UNWTO designed the "*COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package*". The package offers guidance to both public and private tourism sector stakeholders in their crisis response by, firstly, outlining UNWTO's range of technical assistance, and, secondly, detailing potential areas of intervention, including impact assessment, roles and responsibilities.

In the COVID-19 era, countries have to realize a new reality of the tourism and travel industry and make every possible effort to shape the sector accordingly. It is advisable that countries try to make optimum utilization of available resources, knowledge and experience to put the sector back on rails. The UNWTO COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package is structured around three main pillars:

I. ECONOMIC RECOVERY: through measuring the quantitative and qualitative impacts of COVID-19 on the tourism sector and preparing research-based recommendations for economic recovery and support to tourism-related businesses, in particular to MSMEs.

II. MARKETING AND PROMOTION: through the review of marketing and promotion strategies, identifying and targeting markets that can help accelerate recovery, addressing product diversification, and recommendations and guidelines in terms of pricing and packaging.

III. III. INSTITUTIONAL STRENGTHENING AND BUILDING RESILIENCE: especially aimed at assisting tourism governments and tourism businesses to adapt their services to meet the post COVID-19 working conditions in terms of health, safety, and restoration of consumer confidence; and promote tourism governance, public-private partnerships and collaborative efforts for tourism recovery, including crisis preparedness and management systems, protocols and skills.

The Tourism Recovery Package includes a comprehensive list of technical assistance activities that UNWTO can provide, including both activities of a longer duration and with a wide scope, such as the development of new strategies, and activities of a relatively short duration with a specific focus, such as advice and training on selected topics. Depending on the situation in a country, Member States may need different technical assistance activities at various stages of the COVID-19 mitigation and recovery process.

2. Summary of the COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Activities included in the project for the Dominican Republic

In the second semester of 2020, UNWTO started liaising with the Ministry of Tourism of the Dominican Republic and with the Japanese organizations JICA and ICNET to develop a detailed proposal for the project titled "COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance in Dominican Republic". A Technical Assistance Proposal was developed that aimed to achieve results in three key areas: post COVID-19 economic recovery in the Dominican Republic; improving the internal and external marketing and product attractiveness of the island; as well as strengthening available institutions and enhancing destination resilience, especially among the public and private tourism stakeholders – which are briefly summarised below.

Post COVID-19 economic recovery in the Dominican Republic
To support post COVID-19 economic recovery in the Dominican Republic, it was agreed to provide technical assistance activities aimed at offering financial and technical support to MSME's and SME's. By channelling necessary relief for recovery, the proposed technical assistance activities are to have an impact on the following Sustainable Development Goals (SDGs):

- SDG 1: No Poverty
- SDG 8: Decent Work and Economic Growth
- SDG 10: Reduce Inequalities

Improving the internal and external marketing and attractiveness of the island
As to internal and external marketing and promotion, destinations will be increasingly eager to start welcoming visitors as soon as the situation allows. Whereas at the height of the COVID-19 crisis most countries opted to postpone or reduce promotional campaigns, during the recovery phase there will be a need for targeted marketing activities, especially to build destination confidence and approach priority markets with good prospects to capture. Considering how the crisis has affected demand and travel patterns, countries need to revisit growth scenarios and priority markets, and adjust planned promotional activities based on available resources and the new reality of the tourism and travel industry. As key activities for the Dominican Republic were identified the development of an international marketing strategy and a tourism diversification strategy. The main purpose of these activities is to evaluate the crisis-impact on tourism and travel patterns, revise growth scenarios, assess priority and source markets, and tourism segments, diversify tourism products, services and markets so as to avoid overdependence on specific markets and activities, as well as introducing innovative marketing activities and instruments capable of targeting new marketing, generating confidence and raising awareness among new travellers. The proposed two activities are to have an impact on the following Sustainable Development Goals (SDGs):

- SDG 1: No Poverty
- SDG 8: Decent Work and Economic Growth
- SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure
- SDG 10: Reduced Inequalities
- SDG 11: Sustainable Cities and Communities

Strengthening available institutions and enhancing destination resilience
Finally, it is essential to strengthen the institutions and build resilience among the public and private tourism stakeholders of the Dominican Republic. Enhancing tourism competitiveness and sustainability requires a strong process of collaboration between the public and private sector and civil society actors. In the area of institutional strengthening and resilience building, project stakeholders agreed to undertake the following technical assistance activities in the Dominican Republic: Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene; and a Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data. The proposed activities are to have an impact on the following Sustainable Development Goals (SDGs):

- SDG 1: No Poverty
- SDG 4: Quality Education
- SDG 8: Decent Work and Economic Growth
- SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure
- SDG 10: Reduced Inequalities

Thus the five selected project activities, included within the framework of UNWTO's COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package and presented together with the respective objectives, were defined as follows:

Pillar I: Economic Recovery

- Support Programme for Tourism MSMEs

Objectives:

- Carry out a comprehensive review of support needs for tourism MSME's in the COVID-19 aftermath, looking into topics such as business planning, HRD, packaging, pricing, marketing, and financial planning.
- Identify support mechanisms for MSMEs provided by the local and national government as well as international agencies that can apply to the tourism sector.
- Build capacities through development of training programmes to enable MSMEs to adapt their tourism services and working procedures to cater to the new protocols developed to guarantee safety and security of tourists and employees.
- Prepare a comprehensive support programme for Tourism MSMEs to help mitigate the impact of the COVID-19 pandemic and assist tourism MSMEs to adapt to the new reality of the tourism and travel industry.

Pillar II: Marketing and Promotion

- International Tourism Marketing Strategy

Objectives:

- Assessment of the state of tourism in the COVID-19 aftermath, including a detailed review of the existing tourism marketing and product development strategies and activities, and an assessment of the destination confidence and international competitiveness.
- Review image of the country in main markets: identification of the strengths, weaknesses, opportunities and threats for tourism marketing and branding of the country/destination in the light of the COVID-19 pandemic.
- Prioritise product offering to reflect changing demand.
- Provide recommendations and actions regarding priority market segments, their product development and packaging requirements, and promotional tools, both traditional and digital, to reach the segments, and advise on effective allocation of marketing resources per segment.
- Deliver interactive awareness raising seminars on the implementation of the Marketing Strategy for key tourism stakeholder in the country.

- Tourism Diversification Strategy

Objectives:

- Identify needs and opportunities to diversify tourism to build resilience and avoid overdependence on one or a few activities or markets.
- Provide recommendations for product improvements, diversification and packaging, building on the diverse offer of possible products and attractions, to meet preferences and needs of identified priority markets/segments.
- Identify opportunities to incentivize development in products, market segments and marketing activities that contribute to a more responsible and sustainable travel and tourism sector.
- Explore possibilities to develop and boost off-peak tourism products and to stimulate travel by specific groups, e.g. through developing social tourism schemes aimed at seniors, families, youth and people with disabilities.
- Advise on possibilities for intra-regional tourism diversification.
- Apart from including an overall evaluation of available tourism products, including their location and connectivity, an effort will be undertaken to include, wherever possible and/ or applicable, more detailed georeferenced information, such as GPS coordinates of identified sites.
- Organize sector-wide seminars on tourism diversification with a view to validating the tourism diversification strategy and encouraging multi-stakeholder collaboration.

Pillar III: Institutional Strengthening and Resilience Building

- Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.

Objectives:

- Assess priority topics for tourism skills and business development training that may be relevant to build resilience of tourism enterprises in different stages of the COVID-19 mitigation and recovery process. Topics may include: Tourist Safety and Security; Health and Hygiene for the Tourism Sector; Customer Care; Accessible Tourism for All; Language Skills; Business Model Adaptation; and Management and Financing of Tourism Businesses
- Develop tailor-made training programme and deliver courses with interactive working sessions and group exercises, using case studies and best practices, applicable to the local context.

- Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data

Objectives:

- Review of the instruments and activities, both current and planned, that the Dominican Republic aims to implement within the area of tourism market intelligence, specifically in the ambient of big data destination management.
- Apart from a thorough study of planned and current activities, an action plan, based on international best-practices, will assess areas such as involved stakeholders and their specific role, information assessed, and instruments used.

2.1. Activity implementation based on priority criteria

Bearing in mind technical criteria, especially the medium- and long-term beneficial impact of proposed activities for the tourism sector, while assuming a favourable evolution of the COVID-19 pandemic, it was proposed to implement below activities according to following priority levels:

High priority:

1. Tourism Diversification Strategy
2. International Marketing Strategy
3. Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data

Medium priority:

4. Support Programme for Tourism MSMEs
5. Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.

2.2. Project Management and Implementation

Following agreement on the final project document, ICNET and UNWTO signed a project agreement in May 2021, with an expiry date of 31 December 2021. In December 2021, the project agreement was amended to extend the period of project implementation and reporting to March 2022.

Immediately after signing the project agreement in May 2021, UNWTO launched the procurement process to hire a company to collaborate on the implementation of the project. For the procurement process, UNWTO had prepared detailed task descriptions for the technical assistance to be delivered by a team different national and international experts on each of the project components. The tasks descriptions for the international experts are included in Annex 1. In August 2021, UNWTO had completed the review of the different offers received from companies, and had selected a Consortium of two companies, Inmark Europa S.A and Atrevia Comunicación SLU, to collaborate with on the implementation of the project.

In the meantime, arrangements were made with MITUR to issue a letter guaranteeing the privileges and immunities of UNWTO during project implementation. Unfortunately, only at the end of October 2021 was MITUR able to send the required letter to UNWTO. Upon receipt of the letter from MITUR, UNWTO could finally sign the agreement with the selected Consortium, after which it immediately started to make arrangements with the Consortium and other project stakeholders in regards to the planning and implementation of project activities.

On 11 November 2021, the project kick-off meeting took place with representatives from MITUR, JICA, ICNET, UNWTO and the Consortium. In the meeting, the proposed project workplan was presented and discussed, and information was exchanged on technical and logistical aspects relevant for project implementation. Based on the feedback received during the kick-off meeting, a revised project work plan was prepared and shared with MITUR and ICNET on 24 November 2021. The work plan clearly spelt out the main actions to be undertaken for the implementation of each project component, including the time schedule for desk research, online meetings, field missions, seminars to be delivered and reports to be submitted.

For the implementation of the project, the Consortium brought in a team of international and national experts. The national experts had presential meetings with tourism stakeholders in the Dominican Republic on a regular basis, and played an active role in collecting information, sharing local insights, setting up virtual meetings, organizing workshops and seminars, and planning and accompanying the international experts

during their field missions. The international experts undertook the following missions to the Dominican Republic:

- Team Leader and International Marketing Specialist: 24 January – 4 February 2022, and 17-25 February 2022;
- Tourism Diversification Expert: 14 -22 December 2021; 23 January – 4 February 2022;
- Economist specialised in Tourism: 18-23 February 2022
- Expert in Tourism Quality Standards: 13-18 February 2022

During the various missions undertaken by the experts, consultation workshops were organized in the following destinations:

- 25 January 2022, Pedernales
- 26 January 2022, Santo Domingo
- 27 January 2022, Samaná
- 28 January 2022, Puerto Plata
- 31 January 2022, Montecristi
- 01 February 2022, Miches

The desk and field research served as a basis to prepare project reports and plans and to organize awareness raising and capacity building seminars, and online masterclasses, which were delivered as follows:

- 14-15 February 2022, training workshop in Santo Domingo on tourism resilience and health and safety protocols for the public tourism sector.
- 16-17 February 2022, training workshop in Santo Domingo on tourism resilience and health and safety protocols for the private tourism sector.
- 21 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Puerto Plata.
- 22 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Samaná.
- 23 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Santo Domingo.
- 24 February 2022, sector-wide workshop on final recommendations of the 5 project components in Miches.

As part of the Support Programme for Tourism MSMEs, 4 online masterclasses were delivered:

- 14 February 2022, online masterclass on challenges and opportunities for tourism destinations.
- 15 February 2022, online masterclass on tourism digitalization, with a specific focus on business practices.
- 16 February 2022, online masterclass on adapting tourism business practices to COVID-19 and additional global trends.
- 17 February 2022, online masterclass on the development of competitive tourism products and experiences.

Additional information on the 4 tourism masterclasses is provided in chapter 2.3 and in Annex III.

UNWTO officials undertook the following missions to the Dominican Republic to review and discuss the progress, to participate in selected workshops and seminars, and to provide technical inputs and guidance:

- 23 – 27 January 2022 by the Manager of the Technical Cooperation and Silk Road Department and the Technical Coordinator of the Institutional Relations and Partnership Department.
- 17-23 February 2022 by the Technical Coordinator of the Institutional Relations and Partnership Department
- 22-25 February 2022 by the Technical Coordinator of the Technical Cooperation and Silk Road Department

From UNWTO side, the Manager and Technical Coordinator from the Technical Cooperation and Silk Road Department, and the Technical Coordinator from the Institutional Relations and Partnerships Department actively collaborated with MITUR and the Consortium to plan and carry out project activities with a view to ensuring that all outputs are delivered in a timely and effective manner. The UNWTO officials accompanied the overall project implementation throughout its entire duration, and their tasks included project management; liaising between the project partners, MITUR, JICA, and any other identified project partners; logistical assistance; contacting relevant project partners and outside partner institutions; and other supportive tasks, including preparing the final project report for ICNET. Further, the Director of the Regional Department for the Americas and the Technical Coordinator of the Institutional Relations and Partnerships Department provided active project preparation and implementation support, including liaising with MITUR and JICA/ICNET on logistical and administrative matters, together with selected colleaugues from administrative departments, such as the Legal and Finance Departments.

A Project Steering Committee was appointed to guide and oversee the implementation of all proposed activities and regulate all matters relating to the implementation of the deliverables. Meetings of the Project Steering Committee were held in Santo Domingo on 26 January 2022 and on 18 Febraury 2022. The Project Steering Committee was chaired by MITUR, and counted upon the participation of representatives from MITUR, JICA, ICNET and UNWTO. During the Steering Committee Meeting on 18 February 2022, the final outputs and recommendations for each project component were presented and pre-approved by the Steering Committee Members.

2.3. Final project outputs and recommendations

The final outputs and recommendations for each of the five technical assistance activities are presented below:

Pillar I: Economic Recovery

- Support Programme for Tourism MSMEs

Outputs:

- Inception Report, shared with MITUR on 27 January 2022.
- Support Programme for Tourism MSME's, shared with MITUR on 28 February 2022.
- Awareness raising seminars[5], organized on:
  - 21 February 2022 in Puerto Plata.
  - 22 February 2022 in Samaná.
  - 23 February 2022 in Santo Domingo.
  - 24 February 2022 in Miches.
- 4 online capacity building / tourism masterclasses, organized on:
  - 14 February 2022 with approximately 86 participants.
  - 15 February 2022 with approximately 85 participants.
  - 16 February 2022 with approximately 83 participants.
  - 17 February 2022 with approximately 78 participants.

Recommendations:

Financial and economic support measures:

- Fiscal support: with special emphasis on prioritized destinations (Santo Domingo, Pedernales, Samaná, Puerto Plata, Miches and Montecristi), reduce the tax rate and taxes for new businesses by adapting Law No. 158-01 on the promotion of tourism development.
- Financial incentives: to paliate the impact of COVID-19, creation of a credit emergency fund for tourism MSMEs with preferential lending and interest rates.
- Provide tourism MSMEs with preferential / soft loans, as a means to incentivize the development of competitive tourism products and services.

Technical support measures:

- Development of a Tourism Quality Certification Scheme, primarily involving 50 MSMEs in a pilot project. Subsequent extension of the pilot project to the entire country, and development of a benefits campaign.
- MITUR to support tourism MSMEs in the development of novel and competitive tourism products by:
  - Sharing relevant tourism data (tourism segments, traveller profiles, etc.).

[5] For detailed information on individual seminars (attendance, agenda, training materials, etc.), please see the main report.

  - Organizing specialised training workshops, including business management and planification; health and safety protocols and standards; product development; digital transformation; sustainable practices and business models; and tourism quality standards.
  - Creating and promoting a directory of tourism services and products offered by stakeholders.
  - Assisting MSMEs in accessing specialized fairs.
- Support tourism MSMEs in the area of **digital transformation**, including:
  - Digital means and tools; applicable to work (remote / hybrid) and/or client relations, and tools to be adopted by the sector (QR codes, digital payment, mobile applications, etc.).
  - Online / Web presence; especially to enhance business reputation and optimization, and customer perception.
  - Digital marketing strategy; within specific means, development of a clear marketing strategy supported by appropriate implementation mechanisms.
  - Overall, there is a need to reinforce digital infrastructure throughout the country, so as to support targeted assistance in identified areas.
- Assist MSMEs in promiting innovative tourism practices by:
  - Fomenting Innovative Business Group Programmes and/or a Think Tank for innovation in tourism, with the support of universities, public and private tourism stakeholders, and with an annual budget from MITUR. These initiatives should be aimed at developing tourism prototypes and best-practice examples, research and knowledge acquisition.
- Promote sustainable tourism management by:
  - Developing a Manual on Good Sustainability Practices for tourism MSMEs.
  - Creating an Annual Sustainable MiPyme Award, thus raising awareness on good practices within the Dominican Republic.

Measures to strengthen the resilience of tourism MSMES:

- Develop profitable public-private partnership models, especially in the area of destination management. Evolution towards consolidated tourism cluster models (for example, the Convention Bureau in Santo Domingo), including public-private financing schemes.
- Foment local ownership and support of tourism activities and products by engaging local communities in so called "Host Programmes".
- Know-how and capacity building: institutionalize coordination between MITUR, industry associations and the academy to align academic tourism programmes with sector/ business interests and needs to improve know-how and employability.
- Design a Virtual Training Program led by MITUR, including masterclasses, videos and similar content aimed to improve know-how and tourism skills. create a virtual Training Program with video capsules (15-20 minutes each) on the most important issues for the reactivation of tourism and the consolidation of tourism

in the territory, together with an agenda of recurring talks on specific topics of greatest interest

Additionally, 4 online tourism masterclasses were held. Aimed at tourism MSMEs and public sector stakeholders from the Dominican Republic, following topics were assessed:

- 14 February 2022: online masterclass on challenges and opportunities for tourism destinations.
  - Tourism governance
  - Destination management challenges: sustainability, tourism digitalization, and security.
  - Destination planification and sectoral management.

- 15 February 2022: online masterclass on tourism digitalization, with a specific focus on business practices.
  - Key aspects of the digital business model
  - Digital selling techniques.
  - Digital tools and channels.
  - Data collection and analysis.

- 16 February 2022, online masterclass on adapting tourism business practices to COVID-19 and additional global trends.
  - Upcoming trends and challenges.
  - Business planning.
  - HR and skill development.
  - Customer care and satisfaction.

- 17 February 2022, online masterclass on the development of competitive tourism products and experiences.
  - From a tourism resource to a tourism product.
  - Consumer trends and challenges.
  - How to create, plan and manage novel and competitive tourism products.
  - How to ensure qualitative tourism experiences.

Pillar II: Marketing and Promotion

- International Tourism Marketing Strategy

Outputs:

- Inception Report, shared with MITUR on 27 January 2022.
- International Tourism Marketing Strategy, shared with MITUR on 28 February 2022.

- 4 interactive awareness-raising seminars[6], organized on:
  - 21 February 2022 in Puerto Plata.
  - 22 February 2022 in Samaná.
  - 23 February 2022 in Santo Domingo.
  - 24 February 2022 in Miches.

Recommendations:

- **Reputation of the Dominican Republic as a safe travel destination should be maintained** by continuing to adopt beneficial public-private practices in the areas of health and safety standards and protocols, COVID-19 support measures, and flexible travel policies.
- **A sustainable tourism development approach should be actively pursued**. The sustainable use of resources and community integration, in addition to climate change challenges, must be adequately incorporated into the product offer and marketed accordingly.
- **Product diversification**:
  - While the all-inclusive resort and beach tourism approach is a strong asset, additional niche tourism markets focused on culture, gastronomy and adventure tourism should be developed to increase overall destination competitiveness and tourist spending.
  - Improve market intelligence to adapt to new tourism trends and needs, and traveller profiles, including the millennial segment, digital nomads, sustainable and slow-tourism approaches.
  - The Dominican Republic should diversify its source markets to reduce the high dependency on the US market. Maintain and/or strengthen alliances, review acquisition strategies and offer portfolios for high spending / high volume markets such as the UK, Germany, France, Spain and Canada, in addition to promising markets such as Russia, Argentina, Colombia and Puerto Rico.
- **Transportation infrastructure**: improvements in road infrastructure and air connectivity are required to sustain diversification approach.
- **Marketing and communication tools**:
  - Intensify efforts to digitize the industry, especially in regards to the use of apps, social media and travel plaftforms. New tools such as Artificial Intelligence, inbound marketing, augmented reality, and the use of influencers as brand ambassadors should be maximised.
  - Align strategies to digital marketing trends and needs, that is, co-branding, co-creation, digital, emotional and interactive / experiential campaigns, so as to maximise exposure on travel and social media outlets.

Action Plan (summary):

- Priority Level 1: COVID-19 recovery
  - Activation of social listening and data analysis tools.

[6] For detailed information on individual seminars (attendance, agenda, training materials, etc.), please see the main report.

- Active participation in travel forums and the opening of an official 'B2B' channel on Linkedin to Direct communication with companies in the sector.
- Priority Level 2: Positioning of the Dominican Republic
  - Changes to the visual identity.
  - Launch of a '360º' communication campaign in key markets.
  - Offline and online engagement tools.
  - Strategic approach to participation in fairs and other PR activities.
  - Management of a network of digital influencers.
- Priority Level 3: New Strategic Areas of Interest
  - Incentive programme for the MICE market.
  - Establishment of strategic alliances through co-marketing campaigns.
  - Technical and conceptual improvements to the 'GoDomicanRepublic' website and on its mobile application.

- Tourism Diversification Strategy

Outputs:

- Inception Report, shared with MITUR on 27 January 2022.
- Tourism Diversification Strategy, shared with MITUR on 28 February 2022.
- 4 sector-wide seminars[7], organized on:
  - 21 February 2022 in Puerto Plata.
  - 22 February 2022 in Samaná.
  - 23 February 2022 in Santo Domingo.
  - 24 February 2022 in Miches.

Recommendations:

- **Improve tourism governance and public-private cooperation**:
  - **Completion of the tourism inventory**, including a priorization and characterization of available tourism assets and attractions.
  - Development of a **National Tourism Policy** and a **Tourism Master Plan** to ensure (i) a structured institutional approach, and (ii) a clear roadmap for implementation.
  - Foment a participatory tourism governance scheme by developing horizontal cooperative mechanisms between public and private sector organizations and non-governmental and community organizations.
- **Product Diversification**:
  - There is a high potential for specialization, especially in Pedernales (SAVE), Puerto Plata (urban and historic and TCS); Santo Domingo (orange, creative cities, DTI) and nature-based tourism activities.
  - Reduce dependency on the all-inclusive resort and beach tourism approach by developing a tourism product portfolio of high-value

[7] For detailed information on individual seminars (attendance, agenda, training materials, etc.), please see the main report.

segments. Highly specialized guides, niche tourism offers and a tailored / interactive approach towards visitors should be studied as diversification strategies.
  - Guide tourism development towards a qualified and customer-oriented value chain; and a community with a tourist culture. It is necessary to develop a virtual training program tailored to the needs and interests of tourism MSMEs.
  - Guarantee emblematic products and high-value experiences by developing participatory workshops that bring together the local host community and local businesses / service providers.
  - Study real and potential demand that enables the identification of priority segments. Adapt tourism infrastructure and tourism services accordingly.
  - Prioritize products according to potential, taking into account their level of development.
- Drive towards **sustainability**:
  - Ensure integrity of ecosystems and balanced approach between heritage protection and tourism promotion by developing sustainable management mechanisms such as Carrying Capacity, Limit of Acceptable Change, etc.
  - In collaboration with the private sector, sustainable tourism policies aimed at the implementation of good practices and the surveillance and management of tourism resources should be developed.
  - Study an environmental service tax as part of the tourist activity.
  - Foment community ownership and participation, as a means to improve the visitor experience.

Pillar III: Institutional Strengthening and Resilience Building

- Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.

Outputs:

- Inception Report, submitted to MITUR on 27 January 2022.
- Review of health and safety protocols, submitted to MITUR on 28 February 2022.
- Training Quality Skill Development workshop for the public and private tourism sector, organized on:
  - 14-15 February 2022 in Santo Domingo for the public tourism sector.
  - 16-17 February 2022 in Santo Domingo for the private tourism sector.

Recommendations:

- **Continuous revision and update of health and safety protocols**, including:
  - Sub-sectors currently with no adequate protocols, primarily MICE, beaches, tourist information centres, tourist guides, and car rentals.

  - Certain sub-sectors should be provided with tailored protocols – spas, gyms – as opposed to subsumption under the hospitality protocols.
  - Improve infection traceability and mapping.
  - Alignment with SDGs: 1) Accessibility 2) Environmental Management 3) Gender Perspective 4) Population in situation of vulnerability.
- **Improve tourism governance and public-private coordination**, including:
  - Establish permanent communication and cooperation structures between main stakeholders of the tourism value chain.
  - Establish health and safety management tools allowing for improved and individualized implementarion and control.
  - Simplify and harmonize, as much as possible, available protocols and standards to ensure efficiency and joint ownership.
- Introduction of **control and enforcement mechanisms**, including:
  - Integral control mechanisms (digital traceability and control, and enforcement and inspection norms).
  - Tourism dashboard on tourism and COVID-19 indicators.
  - Improve the human skill-set: 1) Training in resilience and risk management 2) sectoral / business segment containment 3) New skills for the tourism value chain.
- **Communication and promotion of the Dominican Republic as a safe travel destination**:
  - Proactive awareness raising approach: targeted campaigns, an official certification and signage, and specific web-based information.
  - Develop a data-based approach aimed at measuring how tourists perceive and relate to the Dominican Republic as a safe destination.
  - Awareness-raising among stakeholders directly or indirectly related to the tourism sector (taxis, online platforms, small local businesses, etc.).

- Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data

Outputs:

- Inception Report on Tourism Marketing Intelligence submitted to MITUR on 27 January 2022.
- Tourism Marketing Intelligence Action Plan, submitted to MITUR on 28 February 2022.
- MITUR did not manage to confirm attendance to the awareness-raising seminar focused on presenting main recommendations. The recommendations of this activity were presented during the workshops detailed above. Several follow-up dates for online training have been proposed, but, to date, MITUR did not manage to confirm availability.

Recommendations:

- The main objective of a revised tourism intelligence strategy is to increase the competitiveness of the Dominican Republic by **expanding the sectoral analysis beyond numerical data**, and **improving measurement and monitoring capabilities** of the tourism sector. Specific recommendations include:
  - Define and expand the objectives of statistical analysis and display of results.
  - Consolidate a single and uniform tourism database.
  - Deepen cooperation between the main institutions collecting and assessing available tourism data, and ensure participating and engagement of the private tourism sector.
  - Improve technological tools to ensure transformation of data sets into knowledge, especially 'Machine Learning' and 'Deep Learning' processes.
  - Focus on tourism intelligence trainings, so as to improve the skill-set and competencies of involved actors.
  - Micro-segment tourism demand to ensure a more targeted and individualised analysis of ongoing needs and tourism trends.
  - Develop usage profiles in line with the UNWTO Global Code of Ethics. The existence of visualization tools and open access must be integrated into the strategic processes of public and private stakeholders. Public-private cooperation in this sense should be improved through the implementation of cooperative mechanisms.
  - Tourism Intelligence in the area of capacity building, granting those trained with a high degree of specialization.

Key Actions in the area of Tourism Market Intelligence:

- Awareness:
  - Definition of beneficiaries/key actors. Data awareness.
  - Exposure of objectives to interest groups, validation and consensus.
  - Identify data and define value for the tourism sector.
  - Definition of training and awareness plans.
- Analysis and Statistics:
  - Data variable analysis.
  - Definition of 'Dashboard Global'.
  - Review of KPIs and preventive and reactive actions.
  - Statistical integration plan for structured and unstructured data.
- Regulation and Cooperation:
  - Regulation of access to open data and technical interoperability of data.
  - Define public-private governance model.
  - Define impact of opening of data to the private sector.
- Centralization:
  - Interministerial coordination plan for the single convergence of data and synergy definition (transport, security, industry, labour...).
- Definition of a unified beneficiary contact point for the location request of data.Innovation:

- Definition of impacts and innovative product/business models based on data.
- Catalog applications and technological resources.
- Catalog consulting companies focused on data analysis.

- Development
  - Plans to encourage staff training in strategies based on data, primarily aimed at the development of tourism products and services.
  - Definition and incentives for the development of applications and technological resources based on IoT, Big Data, RRSS as well as structured data sources.

Additional note:

The final reports (in Spanish) for each of the five technical assistance activities are being shared with MITUR and ICNET. The names of the experts who prepared the reports have been mentioned on the front page of each report. All reports were prepared under the guidance of and reviewed by UNWTO (Marcel Leijzer and Patrick Fritz) The executive summaries (in English) of each report are included in Annex 2.

Annex 1 Tasks descriptions international expert team

1 international expert: economist specialised in tourism in charge of elaborating a support programme for tourism MSMEs

The international expert will be responsible for implementing the following tasks:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the concise activity methodology, so as to reflected in the Inception Report.
- Development of the support program for tourism microenterprises and SMEs that will include a strategy to relaunch the sector, including:
- Support needs for tourism microenterprises and SMEs as a result of COVID-19.
- Study and review of topics such as business planning, human resource development, package travel preparation, pricing, marketing and financial planning.
- Identify support mechanisms for microenterprises and SMEs provided by local and national governments, as well as international organizations, that can be applied to the tourism sector.
- Recommend actions to improve the training of micro-enterprises and SMEs, especially to adapt their tourist services and work procedures to the new protocols formulated to guarantee the safety of employees and tourists.
- Prepare a comprehensive support program for tourism microenterprises and SMEs to help mitigate the impact of the COVID-19 pandemic, and help tourism microenterprises and SMEs to adapt to the new reality of the tourism and travel sector.
- Analysis of areas such as:
  - Contributions in kind.
  - Loans without interest,
  - Taxes, rates, national and local tax measures.
  - Tax holidays or deferral of tax payments.
- Prepare and organize a work seminar, including preparation of the program and content, presentations, invitations and all those details that are considered necessary for a correct implementation.
- Within the reasonable, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the activity.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The expert will be responsible for submitting following deliverables to UNWTO:

- Inception Report – in Spanish and in electronic format
- Draft Support Programme for Tourism MSMEs – in Spanish and in electronic format
- Final Support Programme for Tourism MSME's – in Spanish and in electronic format
- Awareness raising seminar in Spanish.

Qualifications:

The expert will have at least 10 years of experience in the implementation of tourism projects with an economic background (support programs and resource management, market studies, business planning, etc.). With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

1 international tourism expert specialised in marketing and promotion responsible for the development of an International Tourism Marketing Strategy for the Dominican Republic

The international tourism expert specialised in marketing and promotion will be responsible for implementing the following tasks:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology. Preparation of the inception report with detailed information on the methodology and activity planification.
- Lead and coordinate the work of the local expert.
- Carry out a rapid assessment of the state of the tourism sector after COVID-19, including a detailed review of the plans and activities carried out, as well as an assessment of confidence in the destination and its international competitiveness.
- Review of the destination image of the Dominican Republic in the main source markets, including the identification of strengths, weaknesses, opportunities and threats for tourism marketing in light of the COVID-19 pandemic.
- Formulate an international tourism marketing and promotional strategy that can be utilised by the main tourism stakeholders in the country. Emphasis on the main international markets in Europe, North America and Japan, as well as emerging markets in Asia, such as India and China (the exact source markets to be determined at a later stage).
- Establish realistic market objectives for the Dominican Republic based on a consideration of available products and priority markets.

- Recommend marketing strategies and actions to reduce seasonality, extend the length of stay and increase income from international tourism.
- Identify and promote marketing tools and techniques that can be used effectively by the main public and private stakeholders (fairs, public relations activities, events, etc.).
- Evaluate the current use of digital marketing tools for tourism promotion, and identify opportunities to strengthen their use within the framework of post-COVID-19 tourism recovery.
- Evaluate the feasibility of introducing competitive prices, special promotions and other possible tools to boost the Dominican Republic brand.
- Analyze the changes produced by COVID-19, especially in travel patterns and marketing trends, to identify targeted opportunities to stimulate demand from source markets.
- Prepare and contribute to the periodic work meetings that will be organized with the actors involved in the project.
- Responsible for preparing and organizing the workshops, including preparation of the program and content, presentations, workshops, invitations and all those details that are considered necessary for the correct implementation of the activity.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the activity.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The expert will be responsible for submitting following deliverables to UNWTO:
  - Inception Report in Spanish and in electronic format.
  - Draft International Tourism Marketing Strategy in Spanish and in electronic format.
  - Final International Tourism Marketing Strategy in Spanish and in electronic format.
  - 3 interactive awareness-raising seminars in Spanish.

Qualifications

The international Tourism Marketing Expert will have at least 10 years experience in formulating tourism strategies, especially in the field of marketing and promotion. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

1 international tourism diversification expert responsible for the development of a Tourism Diversification Strategy for the Dominican Republic

The international Tourism Diversification Expert will assume the following responsibilities:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representatives involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology to follow. Preparation of the initial report with detailed information on the methodology and planning of the activities.
- Lead and coordinate the work of the two local experts specialized in the development of tourism products.
- Carry out a rapid assessment of the state of the tourism sector after COVID-19, including a detailed review of the plans and activities carried out, as well as an assessment of available destination confidence and its international competitiveness.
- Identify tourism diversification needs and opportunities to improve resilience and avoid over-reliance on one or a few activities or markets.
- Provide recommendations to improve, diversify and combine products, based on a diverse offer of possible products and attractions, in order to meet the preferences and needs of the identified priority markets / segments.
- Identify opportunities to encourage the development of products, market segments and marketing activities that contribute to a more responsible and sustainable travel and tourism sector.
- Explore possibilities to develop and promote out of season tourism products and travel by specific groups, for example, through the development of social tourism programs aimed at the elderly, families, young people or people with disabilities.
- Advise on intraregional tourism diversification possibilities.
- Apart from including a general evaluation of tourism products, as well as their location and connectivity, an attempt will be made, wherever possible, to add more detailed information on georeferencing, such as the GPS coordinates of identified products.
- Detailed inventory and evaluation of existing and potential tourist resources and circuits, with special reference to cultural, natural and special interest tourist resources.
- Analysis of the effectiveness of tourism governance at the national, regional and local levels.
- Analysis of stakeholder participation in the tourism implementation process.
- Assess the extent to which public-private partnerships are used in tourism development and management.
- Assessment of training needs in the tourism sector.
- Prepare and contribute to the periodic work meetings that will be organized with the actors involved in the project.

- Responsible for preparing and organizing the 4 seminars, including preparation of the program and content, presentations, workshops, invitations and all those details that are considered necessary for a correct activity implementation.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the project.
- Comply with the reporting standards established by UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The expert will be responsible for submitting following deliverables:
    - Inception Report – in Spanish and in electronic format.
    - Draft Tourism Diversification Strategy – in Spanish and in electronic format.
    - Final Tourism Diversification Strategy – in Spanish and in electronic format.
    - 4 sector-wide seminars in Spanish.

Qualifications

The international Tourism Diversification Expert / Team Leader will have at least 10 years of experience in the formulation of tourism strategies, especially in the field of tourism product development, marketing and promotional strategies. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training competencies will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential

1 international expert in Tourism Quality Standards in charge of evaluating and/or elaborating health and safety protocols for the national/regional/local context.

The Tourism Quality Standards Expert will assume the following responsibilities:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology to follow.
- Review of existing COVID-19 health and safety protocols and measures. Based on a concise assessment that will consider international best practices, recommended improvements will be presented for strategic areas such as airports, hotels, restaurants, museums / cultural heritage, adventure tourism (if applicable) and tour guides.
- Evaluate and recommend improvements in areas such as tourist safety, health and hygiene for the tourism sector, customer service, accessible tourism for all, languages, and adaptation of business and management models.
- Strengthen the country's anti-Covid-19 regulations through the adoption of best practices and international recommendations.

- Guide tourism stakeholders in adapting operations and services to the new realities of COVID-19.
- Recommend improvements in the coordination and exchange of information among the country's tourism actors.
- Develop tailor-made training programmes, and teach courses with interactive work sessions and group exercises, using practical cases and examples of good practices, applicable to the local context:
    - 1 training program for the public sector (2 days), and
    - 1 training program for the private sector (2 days).
- The training for the public sector will be aimed at government officials and inspectors, and will aim to (i) improve cooperation and institutional exchange, and (ii) ensure the correct implementation and follow-up of the recommended standards and protocols. Training for the private sector will be directed mainly at the hotel and hospitality sector, and tourist guide associations. Participants will be selected with the help of the project partners.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the activity.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The Tourism Quality Standards Expert will be responsible for submitted following deliverables:
    - *Review of health and safety protocols:*
        - Inception Report – in Spanish and in electronic format.
        - Draft review of health and safety protocols – in Spanish and in electronic format.
        - Final review of health and safety protocols – in Spanish and in electronic format.
    - *Skills development training*
        - Training programme in Spanish.
        - 2-day training workshop for the public tourism sector
        - 2-day training workshop for the private tourism sector

Qualifications

The expert will have at least 10 years of experience in the field of tourism quality management and assessment. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

1 international tourism intelligence/big data expert responsible for the tourism marketing intelligence review and assessment

The international tourism intelligence expert will assume the following responsibilities:

- Lead in the implementation of activities and serve as the main link between UNWTO, the Ministry of Tourism of the Dominican Republic, JICA and any other representative involved in the activity.
- Review of documents, plans and strategies available, as well as development of the methodology to follow.
- Review and analysis of the instruments and activities implemented by the Dominican Republic in the field of Destination Management and Competitiveness / tourism intelligence / big data, including:
    - Information and strategies available.
    - Instruments used and sources of information.
    - Management and use of tourist data.
    - Available resources (technological, financial and human capital).
    - Platforms and public-private cooperation.
- Recommendations for the development of a Tourist Intelligence System / Tourism Market Intelligence System (TMIS):
    - Review of opportunities and challenges.
    - Definition of Key Performance Indicators / KPIs
- Action Plan to improve tourism intelligence in the Dominican Republic
- Prepare and organize the seminar, including preparation of the program and content, presentations, workshops, invitations and all those details that are considered necessary for a correct implementation.
- To the extent possible, carry out any other tasks agreed between the interested parties to ensure the success of the project.
- Comply with the reporting standards established by the UNWTO (the document will be made available to the expert).
- The international tourism intelligence expert will be responsible for the submission of following deliverables:
    - Action Plan: Tourism Marketing Intelligence review and assessment – in Spanish and in electronic format.
    - 1 awareness-raising seminar presenting main recommendations in Spanish.

Qualifications

The expert will have at least 10 years of experience in the implementation of tourism intelligence, innovation and digital transformation related projects. With experience in international projects and with leadership skills, organizational and training skills will also be valued. Work experience in the Dominican Republic or other coastal destinations will be considered an advantage. A good command of Spanish and English, both spoken and written, will be essential.

Annex 2: Executive Summaries final reports technical assistance activities

Pillar I: Economic Recovery

- Support Programme for Tourism MSMEs

The main aim of this activity was to carry out a comprehensive review of support needs for tourism MSME's in the COVID-19 aftermath. A comprehensive support programme for tourism MSMEs aimed at mitigating the impact of the COVID-19 pandemic was prepared, further supported by a series of capacity building masterclasses helping tourism MSMEs to adapt to the new reality of the tourism and travel industry.

Following the initial desk research and the identification of relevant tourism MSMEs, an assessment of their main needs and sectoral challenges, in addition to an analysis of the main measures taken by the Dominican Republic to mitigate the impact of COVID-19, was undertaken. Hereby a 3-stage resilience model was applied differentiating between immediate emergency measures, measures adopted throughout the pandemic to ensure ongoing operationability, and, finally, measures that will be required to ensure the long-term competitiveness of the sector.

The document proposes three main types of measures: (i) economic and fiscal support measures to resolve difficulties such as lack of liquidity, and, in line with the country's development stage and positioning, access to resources and incentives for the creation of new innovative products and businesses; (ii) technical support measures aimed at improving business competitiveness and crisis response, in areas such as tourism quality, differentiated product development, innovation, digital transformation and sustainable management; and (iii) measures to strengthen the fabric and resilience of the sector, which implies the evolution towards a comprehensive and efficient destination management model, with public-private resources, the promotion of local tourism culture, entrepreneurship and business formalization.

Finally, in relation to the generation of capacities and specific training needs for tourism MSMEs, the following is proposed: first, an institutional roundtable between MITUR, academic institutions and additional tourism stakeholders is proposed to update the curricula to ongoing sectoral needs and challenges; and second, the implementation of a virtual training program, with short training clips on various topics of interest to complement the academic training processes, to be further supplemented through specialised interactive talks and sectoral engagement.

The document is a compendium of strategic actions and recommendations aimed at supporting the Dominican Republic to meet the new tourism challenges and work towards a tourism development model that generates well-being and quality of life for the community, while satisfying consumer and tourist needs.

Recommendations:

Financial and economic support measures:

- Fiscal support: with special emphasis on prioritized destinations (Santo Domingo, Pedernales, Samaná, Puerto Plata, Miches and Montecristi), reduce the tax rate and taxes for new businesses by adapting Law No. 158-01 on the promotion of tourism development.
- Financial incentives: to paliate the impact of COVID-19, creation of a credit emergency fund for tourism MSMEs with preferential lending and interest rates.
- Provide tourism MSMEs with preferential / soft loans, as a means to incentivize the development of competitive tourism products and services.

Technical support measures:

- Development of a Tourism Quality Certification Scheme, primarily involving 50 MSMEs in a pilot project. Subsequent extension of the pilot project to the entire country, and development of a benefits campaign.
- MITUR to support tourism MSMEs in the development of novel and competitive tourism products by:
    - Sharing relevant tourism data (tourism segments, traveller profiles, etc.).
    - Organizing specialised training workshops, including business management and planification; health and safety protocols and standards; product development; digital transformation; sustainable practices and business models; and tourism quality standards.
    - Creating and promoting a directory of tourism services and products offered by stakeholders.
    - Assisting in accessing specialized fairs.
- Support tourism MSMEs in the area of **digital transformation**, including:
    - Digital means and tools; applicable to work (remote / hybrid) and/or client relations, and tools to be adopted by the sector (QR codes, digital payment, mobile applications, etc.).
    - Online / Web presence; especially to enhance business reputation and optimization, and customer perception.
    - Digital marketing strategy; within specific means, development of a clear marketing strategy supported by appropriate implementation mechanisms.
    - Overall, there is a need to reinforce digital infrastructure throughout the country, so as to support targeted assistance in identified areas.
- Promote innovative tourism practices by MSMEs by:
    - Fomenting Innovative Business Group Programmes and/or a Think Tank for innovation in tourism, with the support of universities, public and private tourism stakeholders, and with an annual budget from MITUR, aimed at developing tourism prototypes and best-practice examples, research and knowledge acquisition.
- Promote sustainable tourism management by:
    - Developing a Manual on Good Sustainability Practices for tourism MSMEs.

    - Creating an Annual Sustainable MiPyme Award, thus raising awareness on good practices within the Dominican Republic.

Measures to strengthen the resilience of tourism MSMES:

- Develop profitable public-private partnership models, especially in the area of destination management. Evolution towards consolidated tourism clusters models (for example, the Convention Bureau in Santo Domingo), including public-private financing schemes.
- Foment local ownership and support of tourism activities and products by engaging local community in so called "Host Programmes".
- Know-how and capacity building: institutionalize coordination between MITUR, industry associations and the academy to align academic programmes with business interests and needs to improve know-how and employability.
- Design a Virtual Training Program led by MITUR, including masterclasses, videos and similar content aimed to improve know-how and tourism skills. create a virtual Training Program with video capsules (15-20 minutes each) on the most important issues for the reactivation of tourism and the consolidation of tourism in the territory, together with an agenda of recurring talks on specific topics of greatest interest

Pillar II: Marketing and Promotion

- International Tourism Marketing Strategy

The International Tourism Marketing Strategy asseses the state of tourism in the COVID-19 aftermath, especially the impact on destination confidence and international competitiveness. Priority market segments, product development and packaging requirements, in addition to promotional tools and marketing resources, are analysed. Additionally, interactive awareness raising seminars on the implementation of the Marketing Strategy for key tourism stakeholders were organized as part of this specific activity.

Despite the undoubtable impact of COVID-19, the Dominican Republic has fared well in terms of maintaining its market share throughout the pandemic. This is primarily due to the attractiveness and good value for money of its tourism products (especially the resort/all-inclusive, sun and beach model and its by-products, such as golf); the rapid vaccination progress within the country; its flexibility in terms of open borders and COVID-19 travel measures; overall good crisis management and support; and its effectiveness in attracting visitation from relevant markets such as the United States, Canada and France, in addition to relevant emerging markets such as Argentina, Colombia and Puerto Rico.

That being said, deficiencies remain, both structural and COVID-19 related, that will need to be addressed if the Dominican Republic is to remain competitive in the medium- to long-term. A too narrow focus on the resort / all-inclusive tourism product, challenged by similar offers in neighbouring countries and a change in traveller interests and needs due to the pandemic, is not counter-balanced by diversification in other areas, such as culture- and community-based tourism products. A deficient infrastructure of terrestrial communication, in addition to a still scarce supply of air connectivity, limits the available tourism offer, which is furthermore overdependent on the US market. In addition to these structural challenges, the Dominican Republic will have to adapt to changing traveller patterns and improve its digital skill-set, two challenges that have gained in importance since the outbreak of the pandemic.

Sustainability and authenticity, two issues that require local interaction and participation, are key factors influencing the present and future traveller choice. The purchase cycle of trips has also changed, with shorter, more personalized and interactive cycles now being the norm. The new tourist seeks to be captivated in seconds, through fast and visual content, and usually through social networks. Thus, new marketing tools that complement more traditional marketing strategies, such as the use of mobile channels, automation, augmented reality, micro-segmentation, inbound marketing, and collaboration with influencers, must gain in relevance. Moreover, public and private tourism stakeholders must digitize their internal and customer relationship procedures, use tourism data more efficiently to reach tourists in a personalized way and modernize available communication channels.

Two of the country's main competitors, Mexico and Jamaica, are already making significant efforts to provide for the digitization of their services and channels. Both destinations are committed to online marketing in a creative, integrated and multi-tactic way, so, in the years to come, the Dominican Republic will have to adapt and reinvent its marketing approach by, firstly, diversifying its tourism offer, and, secondly, taking into account new traveler profiles and preferences.

To support the Dominican Republic in achieving such objectives, the Marketing Strategy includes an action plan presenting concrete marketing activities structured according to their priority level (one to three). Those belonging to the first level are closely related to the recovery after COVID-19, such as the activation of social listening and data analysis tools, active participation in travel forums and the opening of an official 'B2B' channel on Linkedin to Direct communication with companies in the sector.

Second level priority actions are related to the positioning of the Dominican Republic, including a change of the visual identity, the launch of a '360º' communication campaign in key markets, offline and online engagement tools, participation in fairs and other PR activities, and the management of a network of digital influencers.

Finally, third level priority actions focus on the consolidation of new development areas, including an incentive programme for the MICE market, the establishment of strategic

alliances through co-marketing campaigns, and technical and conceptual improvements to the 'GoDomicanRepublic' website and on its mobile application.

Recommendations:

- **Reputation of the Dominican Republic as a safe travel destination should be maintained** by continuing to adopt beneficial public-private practices in the areas of health and safety standards and protocols, COVID-19 support measures, and flexible travel policies.
- **A sustainable tourism development approach should be actively pursued**. The sustainable use of resources and community integration, in addition to climate change challenges, must be adequately incorporated into the product offer and marketed accordingly.
- **Product diversification**:
  - While the all-inclusive resort and beach tourism approach is a strong asset, additional niche tourism markets focused on culture, gastronomy and adventure tourism should be developed to increase overall destination competitiveness and tourist spending.
  - Improve market intelligence to adapt to new tourism trends and needs, and traveller profiles, including the millennial segment, digital nomads, sustainable and slow-tourism approaches.
  - The Dominican Republic should diversify its source markets to reduce the high dependency on the US market. Maintain and/or strengthen alliances, review acquisition strategies and offer portfolios for high spending / high volume markets such as the UK, Germany, France, Spain and Canada, in addition to promising markets such as Russia, Argentina, Colombia and Puerto Rico.
- **Transportation infrastructure**: improvements in road infrastructure and air connectivity are required to sustain diversification approach.
- **Marketing and communication tools**:
  - Intensify efforts to digitize the industry, especially in regards to the use of apps, social media and travel plaftforms. New tools such as Artificial Intelligence, inbound marketing, augmented reality, and the use of influencers should be maximised.
  - Align strategies to digital marketing trends and needs, that is, co-branding, co-creation, digital, emotional and interactive / experiential campaigns, so as to maximise exposure on travel and social media outlets.

Action Plan (summary):

- Priority Level 1: COVID-19 recovery
  - Activation of social listening and data analysis tools.
  - Active participation in travel forums and the opening of an official 'B2B' channel on Linkedin to Direct communication with companies in the sector.
- Priority Level 2: Positioning of the Dominican Republic
  - Changes to the visual identity.

  - Launch of a '360º' communication campaign in key markets.
  - Offline and online engagement tools.
  - Strategic approach to participation in fairs and other PR activities.
  - Management of a network of digital influencers.
- Priority Level 3: New Strategic Areas of Interest
  - Incentive programme for the MICE market.
  - Establishment of strategic alliances through co-marketing campaigns.
  - Technical and conceptual improvements to the 'GoDomicanRepublic' website and on its mobile application.

- Tourism Diversification Strategy

In the last three decades, tourism has played a fundamental role in the economy of the Dominican Republic (DR), with the sector accounting for 8.4% of the Gross Domestic Product (GDP) in 2019. This contribution is due to the attractiveness and good value for money of its tourism products, primarily the resort/all-inclusive, sun and beach tourism model. As a tourism model based on tax incentives for priority development areas, it has ensured the creation of several competitive tourist sites within the country.

That being said, increased regional competition, new traveller patterns and a changing tourism eco-system favouring sustainable and inclusive tourism products, demand structural changes. Fortunately, the Dominican Republic has the resources to benefit from new and upcoming traveller trends and concepts such as slow travel (a travel approach that emphasizes local community interaction), experiential travel experiences / edventures, mindfulness (well-being), road-trips (prolonged trip in a vehicle), and bleisure (business and pleasure), among others. While not being adequately promoted as such yet, the destination is home to a vast range of natural and cultural heritage that would only need to be promoted and managed sustainably in order to be beneficial in the medium- to long-term.

Based on a regional analysis of some of the main competitors of the Dominican Republic – Bahamas, Barbados, and Trinidad & Tobago – several weaknesses within the tourism sector of the Dominican Republic have been identified.

Tourism governance and overall public-private cooperation will need to be improved, especially in regards to the completion of a tourism inventory, and the development of a National Tourism Policy and a Tourism Master Plan aimed at ensuring (i) a structured institutional approach, and (ii) a clear roadmap allowing for the diversification of the tourism offer. Also, in collaboration with the private sector, sustainable tourism policies aimed at the implementation of good practices and the surveillance and management of tourism resources would need to be developed. This can be achieved by fomenting a participatory tourism governance scheme between public and private sector organizations and non-governmental and community organizations.

The dependency on the all-inclusive resort and beach tourism approach will need to be reduced by developing a tourism product portfolio of high-value segments. Highly specialized guides, niche tourism offers and a tailored / interactive approach towards visitors should be studied as diversification strategies. With a high potential for specialization, especially in Pedernales, Puerto Plata (urban and historic and TCS); Santo Domingo (orange, creative cities, DTI) and other destinations with important nature-based tourism activities, there exists a strong opportunity to guide tourism development towards a qualified and customer-oriented offer. To guarantee emblematic products and high-value experiences, however, it will be necessary to (i) train tourism MSME in areas such as customer care and digitalization; (ii) ensure participatory governance schemes to ensure the joint ownership of locally based tourism products; (iii) adapt the tourism
infrastructure and services according to the priority areas identified; (iv) study actual demand to enable the identification of priority segments; and (v) ensure the integrity of ecosystems and a balanced approach between heritage protection and tourism promotion through the development of sustainable management mechanisms.

Finally, the Tourism Diversification Strategy should be considered as the common roadmap for all destinations, whereby specific regional nuances and particularities are integrated. The document includes a battery of specific recommendations for each territory (Santo Domingo, Montecristi, Samaná, Puerto Plata, Pedernales, and Miches), and lessons to be learned from the Sustainable Community Tourism project, which could be applied to the development of proposed new tourism products and experiences.

Recommendations:

- **Improve tourism governance and public-private cooperation**:
  - **Completion of the tourism inventory**, including a priorization and characterization of available tourism assets and attractions.
  - Development of a **National Tourism Policy** and a **Tourism Master Plan** to ensure (i) a structured institutional approach, and (ii) a clear roadmap for implementation.
  - Foment a participatory tourism governance scheme by developing horizontal cooperative mechanisms between public and private sector organizations and non-governmental and community organizations.
- **Product Diversification**:
  - There is a high potential for specialization, especially in Pedernales (SAVE), Puerto Plata (urban and historic and TCS); Santo Domingo (orange, creative cities, DTI) and nature-based tourism activities.
  - Reduce dependency on the all-inclusive resort and beach tourism approach by developing a tourism product portfolio of high-value segments. Highly specialized guides, niche tourism offers and a tailored / interactive approach towards visitors should be studied as diversification strategies.
  - Guide tourism development towards a qualified and customer-oriented value chain; and a community with a tourist culture. It is necessary to

    develop a virtual training program tailored to the needs and interests of tourism MSMEs.
  - Guarantee emblematic products and high-value experiences by developing participatory workshops that bring together the local host community and local businesses / service providers.
  - Study real and potential demand that enables the identification of priority segments. Adapt tourism infrastructure and tourism services accordingly.
  - Prioritize products according to potential, taking into account their level of development.
- Drive towards **sustainability**:
  - Ensure integrity of ecosystems and balanced approach between heritage protection and tourism promotion by developing sustainable management mechanisms such as Carrying Capacity, Limit of Acceptable Change, etc.
  - In collaboration with the private sector, sustainable tourism policies aimed at the implementation of good practices and the surveillance and management of tourism resources should be developed.
  - Study an environmental service tax as part of the tourist activity.
  - Foment community ownership and participation, as a means to improve the visitor experience.

Pillar III: Institutional Strengthening and Resilience Building

- Building Resilience of Tourism Enterprises to adapt to the COVID-19 Reality, including Safety and Hygiene.

The main study results show that the Dominican Republic has successfully carried out various health and safety measures that, directly or indirectly, apply to tourism, with the aim of promoting the reactivation of tourism in a safe way. One of these measures has been the preparation and implementation of 8 biosafety protocols for the tourism sector that have been implemented to date by more than 500 organizations of different nature and size. A determined commitment by the authorities, in addition to effective public-public cooperation in the design and implementation of health and safety measures, has resulted in the Dominican Republic being considered a safe travel destination that will allow for a gradual path to recovery.

Whereas available protocols cover the needs of the tourism sector to a wide extent, there are several relevant sub-sectors that currently do not count upon adequate protocols, including the MICE sector, beaches, tourist information centres, tourist guides, and car rentals. Additionally, certain sub-sectors would need to be provided with tailored protocols – for example, spas and gyms – as opposed to being subsumed under the more generic hospitality protocols.

To guarantee efficiency and effectiveness in the implementation of health and safety measures in the tourism sector, monitoring, control and continuous improvement is considered key. There is a clear need to improve infection traceability and mapping. Permanent communication and cooperation structures between the main stakeholders of the tourism value chain would also need to be further strengthened. This would not only improve integral control mechanisms (digital traceability and control, and enforcement and inspection norms), but also promote efficient implementation through joint ownership of applicable norms.

A more proactive approach towards promoting the Dominican Republic as a safe destination would also need to be explored, including targeted campaigns, the introduction of an official certification and signage system, and the development of specific web-based information. A data-based approach aimed at measuring how tourists perceive and relate to the Dominican Republic as a safe destination, as well as awareness-raising among stakeholders directly or indirectly related to the tourism sector, such as taxis, online platforms, and small local businesses, is also recommended.

More than 30 representatives of the tourism sector of the Dominican Republic strengthened their skills and knowledge in workshops organized to prevent, reduce and manage risks related to COVID-19 and any other potential external crisis. Additionally, measures and strategies, aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs) and the 2030 Agenda, the Sendai Framework for Disaster Risk Reduction and the Paris Agreement on Climate Change, were presented during the workshops that will contribute to the resilience and sustainable recovery of the post-pandemic tourism activity, and assist in promoting innovation, digitization, sustainable governance alliances.

Beyond COVID-19, the training instances also allowed to identify additional potential risks to the Dominican Republic, including climate change, natural threats and local and international economic crises capable of severely affecting the tourism industry. In this sense, the sessions focused on how to build personal, organizational and destination resilience, as a means to enhance existing skills and disaster knowledge response. Overall, a holistic approach to human security – promoted as the foundation for tourism security, resilience, vulnerability, risk, threats and disaster risk management - was conveyed through interactive and practical group sessions and work.

Recommendations:

- **Continuous revision and update of health and safety protocols**, including:
  - Sub-sectors currently with no adequate protocols, primarily MICE, beaches, tourist information centres, tourist guides, and car rentals.
  - Certain sub-sectors should be provided with tailored protocols – spas, gyms – as opposed to subsumption under the hospitality protocols.
  - Improve infection traceability and mapping.
  - Alignment with SDGs: 1) Accessibility 2) Environmental Management 3) Gender Perspective 4) Population in situation of vulnerability.

- **Improve tourism governance and public-private coordination**, including:
  - Establish permanent communication and cooperation structures between main stakeholders of the tourism value chain.
  - Establish health and safety management tools allowing for improved and individualized implementarion and control.
  - Simplify and harmonize, as much as possible, available protocols and standards to ensure efficiency and joint ownership.
- Introduction of **control and enforcement mechanisms**, including:
  - Integral control mechanisms (digital traceability and control, and enforcement and inspection norms).
  - Tourism dashboard on tourism and COVID-19 indicators.
  - Improve the human skill-set: 1) Training in resilience and risk management 2) sectoral / business segment containment 3) New skills for the tourism value chain.
- **Communication and promotion of the Dominican Republic as a safe travel destination**:
  - Proactive awareness raising approach: targeted campaigns, an official certification and signage, and specific web-based information.
  - Develop a data-based approach aimed at measuring how tourists perceive and relate to the Dominican Republic as a safe destination.
  - Awareness-raising among stakeholders directly or indirectly related to the tourism sector (taxis, online platforms, small local businesses, etc.).

- Tourism Market Intelligence Review and Analysis: destination management and big data

Currently, the Dominican Republic is at a very initial stage in terms of collecting and assessing tourism data. That being said, with the support of various organizations from the tourism sector and beyond, a vast array of statistical data is available, which will have to be adequately collected and assessed to remain useful and target-oriented. Hence, the main objective of this component was to revise the country's tourism intelligence strategy and focus on improving the overall measurement and monitoring capabilities of the tourism sector.

Currently, the main information is collected by the platform SIT – *Sistema de Inteligencia Turística* – and further complemented by reports and statistical data received from other stakeholders, both public and private and from the tourism sector and beyond. As the preliminary step that is to guide all further actions, the report proposes to utilise the open data sources of all relevant organizations to create a single and uniform database or source channel. Once established, it would then be crucial to clarify overarching objectives and needs, so as to ensure a targeted collection of statistical data; that is, what data would need to be collected, for what purpose, and through which available

channels. Also, technicalities, including the automatic download and tabulation of data, would need to be adequately assessed.

With the creation of SITUR – *Sistema de Información Turística de República Dominicana* – the Dominican Republic has already commenced developing its initial tourism intelligence strategy. However, a medium- to long-term vision capable of adapting to constant technological innovation (new sources of information and tools, artificial intelligence, etc.) and stimulating the participation of the private sector, which plays a key role in the acquisition and analysis of relevant data through advanced technical tools, is required. Establishing such a holistic approach will strengthen the crisis response of the Dominican Republic and improve its overall tourism competitiveness.

As to specific actions, the future evolution of the platform implies: (i) committing to deepened cooperation between the main stakeholders identified – the Central Bank of the Dominican Republic / *Banco Central de la República Dominicana (BCRD)*, the Civil Aviation Authority / *Junta de Aviación Civil,* the central Migration Directorate / *Dirección General de Migración (DGM),* and the Ministry of Tourism of the Dominican Republic / *Ministerio de Turismo (MITUR)*; (ii) carrying out a diagnosis of areas for improvement based on updated objectives – for example, aggregation of existing and non-grouped data sources, and the clear insertion of data statistics from the Internet and social networks; (iii) clarifying the information sources / the data environment by assessing the information gathered or not by SIT and incorporating new technological trends that are currently not being assessed, such as atificial intelligence and certain information available on social networks; (iv) committing to the formalization of training planning policies in the area of tourism market intelligence, so as to raise the capacities and competencies of involved actors; and (v.) micro-segmenting tourism demand, based on a qualitative analysis of potential clients, including socio-economic and cultural profiling, which will allow for a more targeted analysis of traveller needs and interests, and thus a more competitive destination offer.

Overall, the predictive application of data is considered an efficient tool against external shocks, such as the COVID-19 pandemic. By promoting a horizontal tourism intelligence stategy involving all levels, both institutional and sectoral, a developmnent path is proposed capable of ensuring a competitive future for the tourism sector of the Dominican Republic.

Recommendations:

- The main objective of a revised tourism intelligence strategy is to increase the competitiveness of the Dominican Republic by **expanding the sectoral analysis beyond numerical data**, and **improving measurement and monitoring capabilities** of the tourism sector. Specific recommendations include:
  - Define and expand the objectives of statistical analysis and display of results.
  - Consolidate a single and uniform tourism database.

  - Deepen cooperation between the main institutions collecting and assessing available tourism data, and ensure participating and engagement of the private tourism sector.
  - Improve technological tools to ensure transformation of data sets into knowledge, especially 'Machine Learning' and 'Deep Learning' processes.
  - Focus on tourism intelligence trainings, so as to improve the skill-set and competencies of involved actors.
  - Micro-segment tourism demand to ensure a more targeted and individualised analysis of ongoing needs and tourism trends.
  - Develop usage profiles in line with the UNWTO Global Code of Ethics. The existence of visualization tools and open access must be integrated into the strategic processes of public and private stakeholders. Public-private cooperation in this sense should be improved through the implementation of cooperative mechanisms.
  - Tourism Intelligence in the area of capacity building, granting those trained with a high degree of specialization.

Key Actions in the area of Tourism Market Intelligence:

- Awareness:
  - Definition of beneficiaries/key actors. Data awareness.
  - Exposure of objectives to interest groups, validation and consensus.
  - Identify data and define value for the tourism sector
  - Definition of training and awareness plans.
- Analysis and Statistics:
  - Data variable analysis.
  - Definition of 'Dashboard Global'.
  - Review of KPIs and preventive and reactive actions.
  - Statistical integration plan for structured and unstructured data.
- Regulation and Cooperation:
  - Regulation of access to open data and technical interoperability of data.
  - Define public-private governance model.
  - Define impact of opening of data to the private sector.
- Centralization:
  - Interministerial coordination plan for the single convergence of data and synergy definition (transport, security, industry, labour...).
- Definition of a unified beneficiary contact point for the location request of data.Innovation:
  - Definition of impacts and innovative product/business models based on data.
  - Catalog applications and technological resources.
  - Catalog consulting companies focused on data analysis.
- Development
  - Plans to encourage staff training in strategies based on data, primarily aimed at the development of tourism products and services.
  - Definition and incentives for the development of applications and technological resources based on IoT, Big Data, RRSS as well as structured data sources.

Annex 3: Promotional flyers produced for the 4 online tourism masterclasses

Plan de Resiliencia Turística de Republica Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan **talleres online gratuitos** dirigidos a Mipymes turísticas:

Madurar o envejecer: los nuevos retos de los destinos hoy

14Feb
09:00-10:30h

- El reto de los **nuevos modelos de cogobernanza**. Las OGD.
- El reto de la **sostenibilidad**. Los ODS.
- El reto de **trabajar con datos**: los Destinos inteligentes.
- El reto de la **seguridad**, la gran olvidada.
- **Planificar** para **atender la vocación de los territorios y las comunidades**.

Expuesto por Ginesa Martínez del Vas

Doctora en Dirección y Planificación del Turismo. Licenciada en Historia del Arte y Licenciada en Historia Antigua y Arqueología. Vicedecana de Turismo de la Universidad Católica de Murcia y Directora de los Masters en Innovación y Marketing Turístico y en Dirección de Hoteles y Empresas de Restauración. Profesora e Investigadora. Miembro del Comité Científico de Destinos Inteligentes (OMT- SEGITTUR).

Inscríbete aquí

Ministerio de Turismo República Dominicana · UNWTO · JICA

Plan de Resiliencia Turística de Republica Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan **talleres online gratuitos** dirigidos a Mipymes turísticas:

Inmersión al desarrollo de negocio digital en turismo

15Feb
09:00-10:30h

- **Hoja de ruta para el desarrollo de negocio digital**.
- Nuevas **metodologías y técnicas de venta digitales**.
- Estrategia de **marketing omnicanal**.
- Implementar **sistemas de información y aplicaciones necesarias**.
- **Medir medición e interpretar los datos**.

Expuesto por Tirso Maldonado

Profesor de la Escuela de Organización Industrial, Facilitador para UNWTO Academy , la University of LleidaVatel Andorra, la International Hospitality School CETT-UB - Escuela de Turismo Barcelona.

Inscríbete aquí

Ministerio de Turismo República Dominicana · UNWTO · JICA

Plan de Resiliencia Turística de Republica Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan **talleres online gratuitos** dirigidos a Mipymes turísticas:

Claves en la gestión de la empresas y la nueva realidad

16Feb
09:00-10:30h

- **Nuevos horizontes** en la gestión.
- **Gestión de costos y productividad**.
- El **talento humano**, hardware del negocio turístico.
- **Calidad y fidelización. Sistemas integrales** de gestión.

Expuesto por Victor Gorga

Experto en gestión e innovación. Licenciado en Comunicación, Master en Marketing y Turismo. Profesor y Conferenciante. Ha sido director de programación y contratación en Grupo Marsans, Director de Marketing de Intercontinental Hotels, Director Regional de Intercontinental Hotels, Director General del Ritz Madrid, Director de Desarrollo de Golden Tulip Worldwide y Presidente del Comité ISO de Calidad Turística y miembro de la Comisión de Turismo de la CEOE.

Inscríbete aquí

Ministerio de Turismo República Dominicana · UNWTO · JICA

Plan de Resiliencia Turística de Republica Dominicana

Mitur, OMT y JICA convocan **talleres online gratuitos** dirigidos a Mipymes turísticas:

Productos que seducen

17Feb
09:00-10:30h

- **Del recurso al producto**.
- El nuevo consumidor, los **nuevos valores**.
- **Experiencias** versus productos.
- La **conceptualización** de los productos.
- Gestionar las **experiencias** del viajero.
- Generación de **valor**.
- Mercadear la **experiencia**.

Expuesto por Fernando Mandri

Experto en Desarrollo Turístico Sostenible y Marketing Turístico, con más de 20 años de trayectoria internacional. Conferenciante, Doctor Honoris Causa y Master en Turismo. Ha dirigido proyectos en 18 países, entre ellos Panamá, México, Ecuador, España y Chile. Miembro de ISTO y representante de México del Instituto de Turismo Responsable.

Inscríbete aquí

Ministerio de Turismo República Dominicana · UNWTO · JICA