



**PROYECTO: APOYO AL TURISMO SOSTENIBLE DE  
LA REPUBLICA DOMINICANA**

**MAPEO DEL CONTEXTO REGIONAL:  
LA ALTAGRACIA**



*Taller: RECURSOS, TEMAS Y ACTORES  
PARA UN TURISMO SOSTENIBLE*

*Arq. Julio César Corral  
Consultor*

Higüey, 12 de Marzo 2008  
República Dominicana

## **TABLA DE CONTENIDOS**

<b>A. INTRODUCCION</b>	<b>3</b>
▪ Las alianzas en una acción sistémica para un turismo sostenible de La Altagracia...	3
▪ Los alcances de un turismo sostenible en La Altagracia...	5
<b>B. ANTECEDENTES</b>	<b>7</b>
▪ Las acciones del Cluster Turístico	7
<b>C. MAPEO DE LOS RECURSOS TURISTICOS</b>	<b>10</b>
▪ La pervivencia de los recursos naturales...	11
▪ Los olvidados recursos culturales...	17
<b>D. MAPEO DE LOS RETOS Y OPORTUNIDADES</b>	<b>22</b>
▪ Los retos en el área Ambiental...	22
▪ Los retos en el área Social...	24
▪ Los retos en el área Económica...	25
▪ Los retos en el área de la Gobernabilidad...	26
<b>E. MAPEO DE LOS ACTORES</b>	<b>28</b>
<b>F. CONCLUSIONES</b>	<b>34</b>
<b>G. PROXIMOS PASOS</b>	<b>37</b>

**ANEXO A.** Listado de participantes

**ANEXO B.** Mapa de localización de los atractivos naturales y culturales

## A. INTRODUCCION

### *Las alianzas para un turismo sostenible de La Altagracia...*

El presente reporte sintetiza los resultados obtenidos del Octavo Taller sobre *Recursos, Temas y Actores para un Turismo Sostenible* realizado en las instalaciones del Obispado de Higüey el 12 de Marzo próximo pasado. Este taller, auspiciado por USAID y la Dominican Sustainable Tourism Alliance (DSTA) y coordinado por el Cluster Turístico de La Altagracia, forma parte de 9 talleres regionales que se realizarán entre los días 25 de febrero y 14 de marzo en cada uno de los clusters turísticos estructurados en el país<sup>1</sup>.

El taller contó con la participación de 39<sup>2</sup> representantes de entidades públicas y privadas de la Provincia de La Altagracia. Del total de asistentes al mismo, el 42% (17) pertenece al sector turístico (hotelería, servicios de transporte, servicios turísticos, entre otros), el 23% (9) a productores agropecuarios y pescadores; el 15% (6) al Gobierno Central; el ayuntamiento 5% (2) y en un porcentaje similar del 3% (1) al Obispado de Higüey, a los artistas plásticos (1); al Club Rotario (1), al Sindicato de Periodistas (1) y a la Universidad Central del Este (1).

El propósito de estos talleres es mapear la situación actual del turismo en cada uno de los destinos seleccionados, considerando sus atractivos turísticos (culturales y naturales), los retos y oportunidades que los caracterizan y los principales actores que intervienen y/o deberían intervenir en su desarrollo. Todo ello, con el propósito de formular un plan de acción que integre los componentes sociales, económicos, ambientales y de gobernabilidad para que los destinos turísticos sean más competitivos y más sostenibles. Por ejemplo, ¿Qué hace a La Altagracia más especial?. Cuáles son sus unicidades que lo convierten o pueden convertir en un destino único y diferenciado de otros?.

Las respuestas a estos interrogantes forman parte precisamente de los hallazgos que se presentan en este reporte. Se trata de respuestas orientadas a adecuar la oferta a los actuales requerimientos del turista, quien busca conocer y tener experiencias distintas en una interacción más estrecha con la historia, la cultura y las bellezas naturales del destino elegido. Esta nueva y preponderante modalidad del turista define cambios en la demanda del mercado, que los destinos turísticos deben adaptar para constituirse en una oferta atractiva para ellos.

---

<sup>1</sup> Estos 9 clusters se conformaron entre el período 2001-2007; 7 de los cuales fueron auspiciados por USAID (Puerto Plata, Samana, La Altagracia, Barahona, Constanza, Jarabacoa y Romana-Bayahibe) y 2 por el Consejo Nacional de Competitividad (Pedernales y Santo Domingo). Estos clusters surgieron con el propósito de aunar esfuerzos entre todos los actores que participan de la cadena de la oferta turística y de diversificar la oferta turística del país, complementando la oferta de sol y playa.

<sup>2</sup> Del total de participantes el 84% (33) son hombres y el 16% (6) mujeres.

Focalizados en esta dirección, la alianza USAID-DSTA con sus socios internacionales The Academy for Educational Development Inc. (AED), George Washington University, Solimar International y The Nature Conservancy, inicia con estos talleres una nueva dinámica de trabajo en República Dominicana. Promover el turismo sostenible y apoyar la diversificación de la oferta de productos turísticos del país, constituyen los principales objetivos de esta nueva iniciativa. Con ello se busca generar mayores beneficios económicos para las pequeñas y medianas empresas del sector y mejorar la satisfacción del turista, la imagen internacional del país y la calidad de vida de los dominicanos.

Lo que se espera al final de este proceso, es que los clusters turísticos y todas las pequeñas y medianas empresas del sector turístico continúen sus esfuerzos de forma autónoma y sostenible sin depender de fondos externos. La autonomía, autogestión y autosuficiencia de los involucrados en el sector turístico, sólo se logra mediante el empoderamiento progresivo de los actores. El diseño efectivo de proyectos de desarrollo turístico requiere de insumos y de la participación de todos los actores del sector. Esto supone aplicar el principio de *pensar juntos para actuar juntos*.

En coherencia con estos propósitos, la DSTA construye este nuevo proceso mediante la aplicación de la metodología ESCALA elaborada por The Academy for Educational Development (AED). A través de la misma, se combina una serie de métodos que contribuyen a generar cambios en la comunicación en masa, la promoción social y la resolución de conflictos. El proceso de ESCALA se estructura en 5 pasos fundamentales:

- Mapeo del contexto, lo cual incluye el inventario de todos los activos turísticos existentes, la identificación de los actores claves del sector, el establecimiento de un Grupo Técnico Asesor y el “mapeo del contexto” del turismo en República Dominicana.
- Catalización de coaliciones y sociedades, a partir de la definición de una visión en común y del compromiso a realizar acciones conjuntas para alcanzar objetivos comunes, por parte de todos los involucrados en el proceso.
- Generación de soluciones asociativas y sostenibles, de manera de conformar el capital social requerido para un cambio sostenible.
- Ejecución de acciones a través de la aplicación simultánea de múltiples metodologías para el cambio social, tales como los medios de comunicación masiva, la participación y movilización de la sociedad civil, el mercado social, la educación, el desarrollo de las organizaciones y la resolución de conflictos.

- Valoración del proceso establecido, mediante el monitoreo de los progresos, la medición de los impactos y la reintroducción de las lecciones aprendidas de manera continua.

De acuerdo a esta metodología, el mapeo del contexto de La Altagracia, elaborado participativamente mediante la dinámica de taller, es el primer paso del proceso. Instancia motivacional para el desarrollo progresivo de “lazos de operaciones” entre las entidades del sector público (SEMAREN, SEE, SEC, ayuntamientos, entre otros), del sector privado (empresarios turísticos, Pymes, entre otros) y los donantes internacionales, que participaron del mismo.

### *Los alcances de un turismo sostenible<sup>3</sup> en La Altagracia...*

La construcción de un nuevo proceso para un turismo sostenible de La Altagracia, se fundamenta en el hecho de que hasta el presente se ha recorrido un camino que tiende a generar un destino turístico no sostenible. En la medida que esto se acentúa, los atractivos turísticos tienden a degradarse porque no se garantiza su sostenibilidad social, económica y ambiental. Las prácticas de un **turismo no sostenible** se orientan hacia un *turismo masivo* con atractivos turísticos no diversificados como es el turismo de sol y playa. Esto se realiza bajo la modalidad *estandarizada* del “todo incluido”, donde el turista es uno más en la “masa” de los que pagan para disfrutar únicamente lo que el tour operador le ofrece. El problema de la masificación es que, por obtener beneficios económicos no se protege la capacidad de carga de los recursos naturales que son el atractivo turístico principal.

A esta realidad se agrega la *limitada experiencia local*, que supone una restrictiva participación de las comunidades locales en el desarrollo del destino turístico. Esta ausencia de participación local incrementa los niveles de pobreza en tanto se generan *beneficios concentrados* en las manos de unos pocos, generalmente actores externos al destino turístico, que manejan la cadena de valor del turismo (tour operador, hotelería, líneas aéreas, excursiones, entre otras).

Esta dinámica económica *impacta en la cultura local* en tanto no se preservan los valores culturales (tradiciones, arquitectura tradicional, entre otros) y *afecta al medio ambiente*, dado que no se conservan los recursos naturales. En el caso de La Altagracia, la no sostenibilidad de las prácticas turísticas se observan en la actuación independiente y no articulada entre los actores del sector turístico, la degradación de los litorales costeros con la incorporación de proyectos hoteleros sin un manejo apropiado, y, en la ausencia de promoción de atractivos culturales que son propios de La Altagracia, tanto en la gastronomía como en la creación de productos culturales y el desarrollo de fiestas tradicionales del destino, entre otros.

---

<sup>3</sup> La conceptualización de Turismo no Sostenible y Turismo Sostenible fue presentada en el taller de La Altagracia por Lissette Gil, del equipo Coordinador USAID-DSTA.

Contrario a ello, la iniciativa de USAID-DSTA impulsa un **turismo sostenible** fundamentado en:

- *La rentabilidad* de las actividades turísticas, de manera de garantizar su sostenibilidad en el tiempo. Rentabilidad que supone un conocimiento del mercado, una oferta de servicios de calidad y un incremento progresivo de los beneficios económicos;
- *El desarrollo de las comunidades locales*, involucrándolas en la protección y mejoramiento de los atractivos turísticos del destino. Quienes habitan en el destino turístico son los principales interesados en que sus atractivos naturales y culturales se sostengan en el tiempo, porque son los que les van a permitir obtener beneficios socioeconómicos y una mejor calidad de vida.
- *Las experiencias personalizadas* de los turistas que visitan el destino, en tanto éstos buscan conocer la historia, la cultura y todos sus recursos locales. La experiencia de *vivir lo propio* es la tendencia en la demanda de los turistas al escoger un destino para hacer turismo;
- *El reciclaje y respeto a la cultura local* no sólo contribuye a conservar la identidad y la unicidad de un destino turístico, sino también a incrementar las capacidades creativas de quienes allí habitan. Las artesanías propias de La Altagracia es un ejemplo de ello. El creciente mejoramiento de la calidad u originalidad de las realizadas en cuero y la joyería entre otras, genera el interés por crear paulatinamente nuevos modelos que superen a los anteriores sin perder la expresión propia del sitio.
- *La conservación del medio ambiente* garantiza la sostenibilidad del destino, en tanto conserva a través del tiempo los atractivos naturales que hacen que ese sitio resulte de interés para el turista. Las acciones de manejo de los residuos sólidos y líquidos de los hoteles, por ejemplo, permiten que no se contaminen los litorales costeros ni que se afecten las condiciones de vida de los turistas, entre otras.
- *Los beneficios distribuidos* entre varios beneficiarios, dado que las ganancias económicas no quedan en manos de un solo beneficiario, sino que se distribuyen entre todos los que han participado del proceso de promoción del destino turístico: gobierno local, comunidades locales, tours operadores, pequeñas y medianas empresas, entre otros.

En síntesis, la conjunción entre *rentabilidad*, *participación comunitaria* y *preservación del ambiente* garantizan la sostenibilidad de todo destino turístico, en tanto diversifican la oferta de atractivos naturales y culturales, fortalece el orgullo y los beneficios para las comunidades que allí residen e integra al proceso a actores tradicionalmente no comprometidos con el turismo como los ayuntamientos y la propia comunidad local.

## B. ANTECEDENTES

### *Las acciones del Cluster Turístico (2006-2007)...*

En la búsqueda de nuevas iniciativas para un turismo sostenible de La Altagracia, la constitución y puesta en funcionamiento del Cluster Turístico ha sido un paso positivo para ello<sup>4</sup>. En consonancia con los principios de rentabilidad, participación comunitaria y preservación del ambiente, la razón de ser del Cluster es aunar esfuerzos para lograr mayor producción y beneficios en la oferta turística. En relación con ello, el Cluster inició sus tareas mediante un estudio soporte, apoyado por USAID/CNC, que comprendió las siguientes fases:

- *Análisis de la situación actual.* Este análisis incluyó una Caracterización de la cadena de valor Cluster de La Altagracia (construcción de un conocimiento objetivo sobre cómo está estructurada la cadena y el valor relativo de cada uno de los actores estratégicos en la misma a través de las reuniones de presentación del Cluster); un Estudio para el desarrollo de los sectores de apoyo turístico (proveedores de alimentos y suministros para la hotelería y restaurantes, escuelas para la formación de personal a nivel operativo, técnico y gerencial, soporte médico, seguros, entretenimiento, etc.) y un Estudio caracterización de la demanda de recursos humanos y capacitación en empresas del cluster
- *Entendimiento de los requerimientos del cliente.* El análisis de este tópico comprendió un Estudio de demanda, parametrización cuali-cuantitativa de targets markets, Muestreo indirecto a través de metodología de recolección de datos en agencias de turismo y tour operadores, Estudio de la competencia y Detección de nichos.
- *Planificación para un posicionamiento competitivo.* En este caso en particular, se abordó un Estudio de mercados alternativos (Sudamérica y Oriente), un Estudio del mercado de la región desde la óptica de los negocios ecoturísticos, turismo de aventura y turismo cultural y un estudio de demanda local.
- *Acciones inmediatas.* Las intervenciones prioritarias planificadas en un primer momento fueron un Estudio de impacto sobre el uso de la Internet como herramienta para mercadear el destino y Detección de nichos y oportunidades; el Desarrollo del portal en Internet del cluster turístico como herramienta para mercadear el destino y el Periódico del Cluster

Esta matriz inicial de programas del Cluster fue avalada por un Acuerdo Multisectorial entre todos los actores sociales, económicos y políticos,

---

<sup>4</sup> Los antecedentes del Cluster Turístico de La Altagracia fueron presentado en el Taller por Juan Carlos Sánchez, Director Ejecutiva del Cluster.

constituyéndose en un Marco de legitimidad, respaldo comunitario y capital social. Bajo este marco se validaron y se validarán todos los programas impulsados desde el cluster. En relación con este proceso, se definieron 7 problemáticas ejes en las cuales concentrar, acciones esfuerzos y proyectos:

a) *Revalorización del producto turístico.* Este eje de trabajo comprende el ordenamiento urbano (censo de viviendas, saneamiento, infraestructura urbana y contaminación visual), el manejo de los recursos naturales (áreas protegidas, humedales, paisajes, litorales costeros, recursos hídricos y aplicación de las leyes ambientales y turísticas), la certificación de calidad (hoteles, playas, bares y restaurantes, sitios ecoturísticos, entre otros) e implementación de la Unidad de Gestión Ambiental Municipal.

Dentro de esta problemática eje se formalizó un Acuerdo de Co-Gestión en el Refugio de Vida Silvestre Laguna Bávaro, se realizó un Curso de Introducción a la Gestión de Áreas Protegidas y se conformaron las UGAM del Municipio de Higüey, Distrito Municipal de Verón-Bávaro y del Municipio de San Rafael del Yuma.

b) *Economía y desarrollo sustentable.* Este eje temático comprende los proyectos de implementación de un Instituto Técnico y Banco de Datos de Recursos Humanos interconectado; bolsa turística (empleos, negocios); acuerdo de cooperación con instituciones; micro emprendimientos, cooperativización e incubadora de empresas complementarias a la cadena de valor; fomento de centros de entretenimientos y corredores turísticos alternativos y fortalecimiento institucional (banca, finanzas y seguridad jurídica).

Dentro de esta problemática eje se participó de la firma del Pacto Global de Naciones Unidas y se firmó un acuerdo de cooperación interinstitucional entre Infotep, la Asociación de Hoteles y la Fundación Punta Cana.

c) *Socialización.* Este eje de trabajo incluye la puesta en funcionamiento de un portal de Internet; desarrollo de estrategias de contactos con medios de comunicación y de marketing social y esponsorio (workshops, eventos, entre otros).

d) *Cultura.* Este eje temático gira en torno a un programa de Revalorización del Patrimonio Cultural y la Identidad Histórica de la provincia de La Altagracia, el cual incluye el rescate de ritos, festividades, costumbres, entre otros.

e) *Educación.* Este eje de trabajo incluye acuerdos de cooperación con instituciones de gobierno para la formación de recursos humanos y la lucha contra la deserción escolar; programas de alfabetización para adultos y como apoyo al nivel inicial; plan minifiscales de medio ambiente



(educación ambiental, reciclado aplicado, entre otros) y programa de capacitación en turismo receptivo.

Dentro de esta problemática eje se firmó un acuerdo de cooperación con INFOTEP para la formación de recursos humanos y se apadrinaron la escuela Cabeza de Toro y el Politécnico Ann y Ted Kheel.

- f) *Salud.* Este eje temático se orienta al desarrollo de programas de medicinas populares; acuerdos de cooperación con instituciones de gobierno; implementación de campañas AIDS contra las adicciones y enfermedades venéreas y de alimentación saludable.

Dentro de este eje de trabajo se firmó un acuerdo de cooperación entre la Fundación Punta Cana y la Policlínica de Verón para el programa de medicinas populares y entre SESPAS/CENDEC y la Asociación de Hoteles para la prevención frente a epidemias.

- g) *Seguridad.* Este eje de trabajo comprende la formalización de acuerdos institucionales para la seguridad ciudadana con Politur, Marina de Guerra, Seguridad Privada, Policía Nacional y Fiscalía del Distrito Municipal de Higüey y para contingencias, incendios y desastres naturales con la Cruz Roja Dominicana, Defensa Civil e instituciones para emergencias y desastres naturales. En este último caso, se firmó un convenio de cooperación con la Fundación Panamericana de Desarrollo.

Todas estas actividades han permitido conocer las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que tiene La Altagracia para su desarrollo. Se consideró que esta iniciativa de DSTA-USAID es una oportunidad para fortalecer el Cluster en su accionar para convertir a La Altagracia en un destino turístico con identidad propia y definida.

### C. MAPEO DE LOS RECURSOS TURISTICOS

Los resultados del mapeo de los recursos turísticos fueron producto de un primer momento del trabajo grupal en el taller facilitado por el equipo de la DSTA. Esta instancia metodológica tuvo como objetivo inventariar los diferentes recursos turísticos naturales, culturales e históricos de la región con la ubicación geográfica de los mismos. La metodología utilizada para ello tuvo tres momentos secuenciales y concatenados entre sí:

- a) *Explicación de la facilitadora de la DSTA del objetivo de esta etapa y de los instrumentos a aplicar para realizar el inventario.* La facilitadora del taller explicó los alcances de esta etapa y el uso de las planillas de inventario de recursos naturales y culturales que utilizarían cada uno de los grupos para realizar este proceso.
- b) *Trabajo grupal sobre recursos naturales y culturales.* Con el apoyo del equipo de la DSTA, los participantes se dividieron en 5 grupos de 8 personas cada uno para realizar el inventario de los recursos turísticos. En este caso en particular, 3 de los grupos trabajaron con el inventario de los recursos naturales y los otros 3 restantes con los recursos culturales.
- c) *Plenaria. Presentación de los resultados del trabajo grupal.* Esta sesión de trabajo concluyó con una plenaria donde cada grupo presentó los resultados de la reflexión realizada. Más allá de una simple presentación de conclusiones de cada grupo, lo importante de esta plenaria es que no sólo se validaron los mismos, sino que cada miembro participante pudo sugerir otros recursos que los grupos no lo habían contemplado.

Esto significa que, los resultados del mapeo fueron producto de las percepciones de cada participante en particular y de cada grupo en general. Una demostración de ello es que en el caso de los recursos naturales, 44 (30%) de 144 atractivos naturales inventariados se agregaron durante la plenaria. Algo similar ocurrió con 25 (55%) de los 45 atractivos culturales identificados como recursos turísticos.

Una característica particular de esta plenaria es que, todos los recursos naturales y culturales tangibles identificados durante la misma se localizaron en un mapa. De esta manera, se confeccionó un mapa de localización de los recursos turísticos naturales y culturales; obteniéndose una información fundamental para la identificación de rutas potenciales y/o el fortalecimiento de las existentes. En ambos casos, alternativas posibles para la identificación de productos que encadenen las distintas propuestas que resulten del plan de acción. Además de ello, el mapa permite visualizar la relación entre los atractivos turísticos y las vías de comunicación, las concentraciones urbanas y los ríos presentes en el territorio.

### ***La pervivencia de los recursos naturales...***

Un hallazgo esperado en los resultados del inventario realizado en el taller, es el de la identificación de 144 atractivos turísticos **naturales** (playas, plantaciones y distintos tipos de flora y fauna, ríos y saltos, cuevas y/o cavernas, lagunas y Hoyos arrecifes y humedales y cañones y pozas) de la región de La Altagracia. Se trata de bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza y que son valiosos para la sociedad humana, porque contribuyen a su bienestar y desarrollo de una manera directa o indirecta<sup>5</sup>. La tradicional percepción de La Altagracia como destino turístico atractivo por sus paisajes y recursos naturales, se reflejó en los resultados de este inventario.

Del total de los 144 atractivos naturales identificados en el taller (*Cuadro N° 1*), el 21% (38) corresponde a playas; el 24% (31) a plantaciones y distintos tipos de flora y fauna; el 15% (24) a ríos y saltos; el 14% (18) a cuevas y/o cavernas; el 11% (16) a distintos tipos de parques y montañas de la región; el 7% (9) a lagunas y Hoyos; el 6% (6) a arrecifes y humedales y el 2% a cañones y pozas (2);. Las 8 categorías de atractivos naturales son indicativas de la diversidad tipológica existente en La Altagracia. Sin embargo, mientras algunos de ellos son reconocidos y visitados por los turistas otros solamente son reconocidos y valorados por las comunidades locales.

Esta situación de los atractivos naturales se comprendió al momento de ponderar en la planilla del inventario el estado actual en el que se encuentran. En ello se consideraron sus características de singularidad (único, otros existentes, muy común); accesibilidad (de fácil acceso, hay acceso, no hay acceso); señalización (está señalizado, hay señal, no hay señal); estado de conservación (excelente, hay impacto, presenta grandes daños); infraestructura (excelente, existen servicios, no existe) y manejo (gestión integral, gestión básica, no hay gestión). El análisis realizado comprendió, tanto una valoración individual de cada característica en particular, como una general de cada atractivo identificado. Esto último se efectuó a partir de una ponderación promedio entre todos los resultados obtenidos de cada una de las características señaladas.

El conocimiento de la percepción que tienen los actores del sector turístico respecto a los atractivos naturales, permite no sólo interpretar el nivel de atención brindado a los mismos por parte del sector privado y público, sino también identificar cuáles serían las intervenciones que se deberían realizar para potencializar aquellos que se encuentran en mayor estado de deterioro, abandono o indiferencia y proteger a aquellos otros que presentan un estado apropiado para ofertar a los turistas.

---

<sup>5</sup> Esta conceptualización de los recursos naturales fue presentada en el taller por Lissette Gil, del equipo Coordinador USAID-DSTA.

**CUADRO N° 1.**  
**INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS NATURALES IDENTIFICADOS EN EL TALLER**

<b>Playas</b>	<b>Plantaciones Flora/Fauna</b>	<b>Ríos y Saltos</b>	<b>Cuevas y/o Cenotes</b>	<b>Parques y Montañas</b>	<b>Lagunas y Hoyos</b>	<b>Arrecifes y Humedales</b>	<b>Cañones y Pozos</b>
El Muerto	Mango	Río Chavón	Cueva de Bernard	Loma La Altagracia	Laguna de Miches	Arrecifes del Parque del Este	Cañon Hondo (Sabana de la Mar)
El Soco	Piña	Río Sanate	Cueva de Las Maravillas	Loma de la Sierra	Laguna La Ceja (Sabana de la Mar)	Humedal Macao	Pozo de Tola
El Cortecito	Plátano	Río Boca del Yuma	Cueva Doña Ana	Los Maisillos (Nisibón)	Hoyos de Molinas	Humedal Uvero Alto	
Cabeza de Toro	Toronja	Río Duey	Cueva de Fun-Fun	La Sabana (Nisibón)	Hoyo Azul	Humedal Caño Hondo	
Sabana de Los Martínez	Naranjos	Río Nisibón	Cueva Taína	Cabo Engaño	Hoyo Claro	Humedal Cabo Engaño	
Macao	Limón	Río Yonú	Cueva del Escape	Parque Los Haitises	Laguna del Limón	Arrecifes Cabo Engaño-Nisibón	
Uvero Alto	Los cocales (Nisibón, Miches)	Río Mana	Cenote de Bartolo	Parque nacional del Este	Laguna de Bávaro		
La Vacama	Cigua	Río Maimón	Cenote de Joseleta	Hato de mana Bejucal	Laguna Redonda		
La Sabana	Pájaro carpintero	Río Anamuya	Cenote la punta de	Montaña Redonda	Laguna Boca de Anamuya		

			San Rafael	(Miches)			
Guaco	Barrancolé	Río Quisibani	Cenote Padre Nuestro	Montaña Loma Vieja			
Esmeralda	Ardilla	Río Guanamá	Cenote Liboreo	Pico Peña Alta			
Bayahíbe	Guaraguao	Río Soco	Cenote juanillo	Farallones costeros			
Miches	Sornicaco	Río Higuamo	Caverna de valle Jima	Farallón Palo Amargo			
Juan Dolio	Cotorra	Río Almirante	Caverna Boca de Yuma	Los del Cuey			
Caribe	Perico	Río Manigua	Cueva del Narigón	Los Cerritos			
Guayacanes	Cuervo	Salto de Anamuya	Cueva de San Gabriel	Loma de La Cuchareta			
Palmiyya	Gudío	Salto de Sanate	Cueva de Macao				
La Playita	Caoba	Salto de yabón	Cueva La Hartalle (Verón)				
Cumayasa	Palma	Salto de Yanigua					
Caleta	Cocotero	Salto de Quisibani					
Caletón	Guayabo	Salto Loma de la Cuchareta					
Bávaro	Joroban	Salto Río					

		Llano					
Punta Cana	Palo Blanco	Salto El Conuyo					
Santa Ana	Caimán	Salto Río llano					
Boca de Chavón	Caimito						
Guanabano	Caña						
Marte	Arroz						
Juanillo	Citrus						
Manojuan	Café						
San Rafael	Cacao						
Punta Cana	Pasto para el ganado						
Cabo Engaño							
Punta de los Nidos							
Arena Gorda							
Lo Negro							
Nisibón							
Miches							
Sabana de La Mar							

La ponderación de los recursos naturales solamente se realizó a 100 atractivos, debido a que hubo 44 que se agregaron durante la plenaria, y, en consecuencia, no se evaluaron en las planillas del inventario. En relación con esta evaluación, se concluye lo siguiente:

- Los atractivos turísticos que tuvieron una evaluación promedio correspondiente a una categoría 3 (producto turístico que en la actualidad se puede comercializar en el mercado turístico nacional e internacional) alcanzaron solamente al 15% (15) del total de los atractivos turísticos naturales. Cabe destacar entre ellos, las playas Arena Gorda, Cabeza de Toro, Macao, y las cuevas de Las Maravillas y Fun Fun, entre otros.

Por su parte, los evaluados dentro de la categoría 2 (producto turístico que con algunas modificaciones puede comercializarse a mediano plazo en el mercado turístico nacional e internacional) obtuvieron el mayor promedio con un 55% (55). Finalmente, los correspondientes a la categoría 1 (producto turístico que por sus características particulares puede ser potencialmente comercializable a mediano y largo plazo en el mercado turístico nacional e internacional) alcanzaron un 30% (30).

Cabe señalar que, dentro de la categoría 2 se consideraron los ríos Chavón, Sanate y Anamuya; la loma de la Sierra y el cañon Hondo; las playas de El Muerto, La Caleta, El Caletón y Cabo Engaño; los saltos de Manigua y Anamuya; las plantaciones de caña y de arroz, entre otros. En el caso de la categoría 1 predominaron los humedales de Yanú; la Cueva Doña Ana; las lagunas del limón, Redonda y Bávaro, entre otros.

- Respecto a la singularidad de los recursos naturales, solamente el 41% (41) de los mismos fueron identificados como únicos dentro del contexto municipal, especialmente en el caso de los ríos Boca de Yuma y Nisibón; las playas de Bayahíbe, Miches y Juan Dolio, entre otros. Por el contrario, el 59% (59) de los atractivos turísticos naturales restantes se interpretaron dentro del marco de que existen otros recursos similares al identificado. La predominancia de ellos se observó para el caso de las playas, las cuevas, las lagunas, las plantaciones de caña y arroz, los ríos y saltos y la flora y fauna de la región. Asimismo, cabe señalar que en el taller no se identificó ningún recurso que se considerara común en el territorio de La Altagracia.
- En relación con la Accesibilidad, para el 48% (48) de los atractivos inventariados se consideró que tenían una fácil accesibilidad, principalmente los ríos (Guanamá, Soco); las playas (Macao, Uvero Alto); las cuevas (Bernard, Las Maravillas); las lagunas (Bávaro) y dónde se localizan plantaciones y flora y fauna características de la región. En el caso del 46% (46) de los recursos naturales (cuevas; plantaciones de distintos tipos; manglares, lagunas, playas, entre otros) contaban con un acceso para acceder a ellos. Finalmente, se evaluó que el 6% (6) de los recursos naturales carece de accesos (cuevas, humedales y lagunas).

- En el caso de la señalización, tan sólo en el 8% (8) de los atractivos naturales se indicó que se encuentran señalizados. Cabe citar entre ellos las cuevas de Las Maravillas, Bernard, Fun Fun, Taína y del Escape y las playas de San Rafael, Punta Cana, Bávaro y Juanillo. A su vez, mientras que para el 49% (49) de los casos se evaluó que existen algunas señalizaciones, para el 43% (43) restante se ponderó que carecen de señalización. Esto se observó principalmente en las lomas, cañones, ríos, playas, plantaciones y flora y fauna característica de la región.
- Respecto al Estado de conservación del atractivo turístico natural, se evaluó que sólo el 6% (6) del total de los mismos se encuentra en un excelente estado de conservación. Ejemplo de ello, se mencionan la cueva de Las Maravillas y las playas de Punta Cana, Bávaro, entre otros. Por su parte, para el 77% (77) de los casos se evaluó que tienen un estado de conservación que han sufrido algún impacto que tienden a deteriorarlo con el transcurso del tiempo. Esta situación se observa tanto en las lagunas, como en las cuevas, lomas, flora y fauna local, plantaciones y las playas. Finalmente, el 17% (17) restante se considera que se encuentra deteriorado por el gran daño sufrido en sus elementos constitutivos.
- Con relación a la Infraestructura, se considera que sólo el 16% (16) de los recursos naturales cuentan con una excelente infraestructura de soporte para brindar un servicio turístico de calidad. A su vez, para el 18% (18) de los recursos identificados se señaló que cuentan con algún tipo de servicios, mientras que para el 66% (66) restante se afirmó que no tienen ninguna disponibilidad de servicios para ofertar a los turistas. Estas últimas dos situaciones se observan en todos los tipos de atractivos turísticos naturales existentes en la región de La Altagracia.
- Finalmente, en el caso del manejo del recurso natural, solamente para el 17% (17) de los recursos naturales identificados se considera que se manejan mediante una gestión integral, tanto en la relación entre los actores como en el manejo ambiental del recurso. Por el contrario, al 54% (54) de los atractivos turísticos naturales se ponderó que se conserva mediante un proceso de gestión básica a partir de las actuaciones independientes de los actores y un básico manejo ambiental del producto. De acuerdo a estas magnitudes, el 29% (29) de los recursos naturales considerados como atractivos para el turismo no cuentan con un sistema de gestión que garantice su protección y una apropiada calidad en el manejo de los mismos.

El análisis realizado permite visualizar cuáles son los puntos más débiles de los recursos naturales identificados como atractivos turísticos, de manera que su superación posibilite constituirlos en un conjunto de unicidades que caractericen la particularidad del destino turístico de La Altagracia.



### ***Los olvidados recursos culturales...***

Un hallazgo no esperado en los resultados del inventario realizado en el taller, es el de la identificación de 45 atractivos turísticos **culturales** (edificios de valor urbanístico-arquitectónico e histórico, personajes y tradiciones, gastronomía, fiestas populares y eventos culturales y artesanías, arte y arqueología) en la región de La Altagracia. Se trata de bienes materiales y servicios producidos históricamente por las comunidades locales que definen su identidad y son valiosos para la sociedad humana, porque contribuyen a su bienestar y desarrollo de una manera directa o indirecta. Este hallazgo resulta interesante, en tanto tradicionalmente La Altagracia se percibió como destino turístico atractivo por sus paisajes y recursos naturales.

Del total de los 45 atractivos culturales identificados en el taller (*Cuadro N° 2*), el 39% (17) corresponde a distintas obras de arquitectura de interés paisajístico y/o patrimonial; el 24% (11) a personajes y leyendas tradicionales; el 15% (7) a producciones típicas de la gastronomía de la región de La Altagracia y en un porcentaje similar del 11% (5) a la producción de artesanías propias de la región y a elementos arqueológicos y artísticos propios de La Altagracia y a festividades religiosas, artísticas y musicales (5). Las 5 categorías de atractivos culturales son una muestra de la diversidad tipológica de bienes culturales tangibles e intangibles existentes en La Altagracia. Sin embargo, mientras muy pocos de ellos son reconocidos y visitados por los turistas, la mayor parte solamente son reconocidos y valorados por las comunidades locales.

Esta situación de los atractivos culturales se comprendió al momento de ponderar en la planilla del inventario el estado actual en el que se encuentran. En ello se consideraron sus características de singularidad (único, otros existentes, muy común); accesibilidad (de fácil acceso, hay acceso, no hay acceso); información (está señalizado, hay señal, no hay señal); estado de conservación (excelente, hay impacto, presenta grandes daños); infraestructura (excelente, existen servicios, no existe) y manejo (gestión total, gestión básica, no hay gestión). El análisis realizado comprendió, tanto una valoración individual de cada característica en particular, como una general de cada atractivo identificado. Esto último se efectuó a partir de una ponderación promedio entre todos los resultados obtenidos de cada una de las características señaladas.

El conocimiento de la percepción que tienen los actores del sector turístico respecto a los atractivos culturales, permite no sólo interpretar el nivel de atención brindado a los mismos por parte del sector privado y público, sino también identificar cuáles serían las intervenciones que se deberían realizar para potencializar aquellos que se encuentran en mayor estado de deterioro, abandono, indiferencia, o que se ignora que existen, y proteger a aquellos otros que presentan un estado apropiado para ofertar a los turistas.

**CUADRO N° 2**  
**INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES IDENTIFICADOS EN EL TALLER**

<b>Arquitectura Tradicional</b>	<b>Personajes y Tradiciones</b>	<b>Gastronomía</b>	<b>Festividades</b>	<b>Artesanías, Arte y Arqueología</b>
Museo Juan Ponce de León	Música de los atabales	Sancocho	Carnavales	Artesanías de joyería
Monumento Iglesia San Dionisio	Peregrinación Higüey-Yuma	Locrio	Fiestas patronales	Artesanías de Villa Padre Nuestro
Basílica de Higüey	Peregrinación Bayaguana-Higüey	Minuta de Sabana de La Mar	Corrida de toros de El Seybo	Artesanías de Cuero (talabarteros de Cambelen)
Iglesia Santa Cruz del Seibo	Baile de la mariomba	Dulce de Leche	Corrida de caballos	Asentamientos taínos de Hoyo Claro
Ciudad histórica de Higüey	El rey Tarquino	Chicharrón de La Ceiba	Feria Agropecuaria	Asentamientos taínos de Macao
Centro Histórico de El Seibo	Guanchiro	Mabi seybano		
Centro Histórico de Hato Mayor	Dormir la siesta	Dulce de Tula		
Parque 15 de Agosto	Beber café con dulce			
Universidades de la UASD y UCE	Dr. Duke (literatura)			
Plaza ceremonial de Anamuya	Los Guloyas			
Centro Histórico de San Pedro de Macorís	Elupina Cordero			
Arquitectura vernácula de La Otra Banda				

Iglesia Moraviana (San Pedro de Macorís)				
Catedral de San Pedro de Macorís				
Edificio Moré				
Estadio Tetelo Vargas				
Museo de San Pedro de Macorís				

En el caso de los resultados culturales, la ponderación se realizó solamente a 20 de los 45 atractivos culturales identificados en el taller. Los 25 restantes no recibieron ninguna ponderación dado que fueron agregados a la lista durante el desarrollo de la plenaria. En consecuencia, las conclusiones que se presentan a continuación responden al análisis evaluativo realizado a 20 atractivos turísticos culturales. En relación con ello, se concluye lo siguiente:

- Los atractivos turísticos que alcanzaron una evaluación promedio correspondiente a una categoría 3 (producto turístico que en la actualidad se puede comercializar en el mercado turístico nacional e internacional) alcanzaron solamente al 25% (5) del total de los atractivos turísticos culturales. Cabe destacar entre ellos, el monumento de la Iglesia San Dionisio; la Basílica de Higüey; la Iglesia Santa Cruz de El Seybo; la arquitectura vernácula y las creencias propias de la región.

Por su parte, los evaluados dentro de la categoría 2 (producto turístico que con algunas modificaciones puede comercializarse a mediano plazo en el mercado turístico nacional e internacional) alcanzaron el 45% (9) del total de los atractivos culturales evaluados. Dentro de esta categoría predominaron el Museo Ponce de León; los centros históricos de Higüey, el Seybo y Hato Mayor y los edificios públicos, entre otros. Finalmente los correspondientes a la categoría 1 (producto turístico que por sus características particulares puede ser potencialmente comercializable a mediano y largo plazo en el mercado turístico nacional e internacional) alcanzaron el 30% (6). Predominaron en esta categoría las fiestas tradicionales como el carnaval, el Parque 15 de Agosto y las artesanías producidas en la región, entre otros.

- Respecto a la singularidad de los recursos culturales, el 60% (12) de los mismos fueron identificados como únicos dentro del contexto regional, especialmente en el caso del Museo Juan Ponce de León; la Iglesia San Dionisio; la Basílica de Higüey; la Iglesia Santa Cruz de El Seybo; los centros históricos de Higüey, El Seybo y Hato Mayor y los elementos característicos de la región en relación con las creencias y gastronomía. Este alto porcentaje es demostrativo de la magnitud de los elementos singulares que definen la unicidad de La Altagracia como destino turístico. Por el contrario, el 25% (5) de los atractivos turísticos culturales se interpretaron dentro del marco de que existen otros recursos similares al identificado. La predominancia de ellos se observó para el caso de edificios del patrimonio arquitectónico. Finalmente, un 15% (4) de los recursos se identificaron como muy comunes en el territorio de La Altagracia, especialmente las artesanías y las festividades como el carnaval.
- En relación con la Accesibilidad, sólo para el 30% (6) de los atractivos inventariados se consideró que tenían una fácil accesibilidad, principalmente los edificios propios del patrimonio urbanístico-

arquitectónico de la Altagracia (Iglesias San Dionisio y Santa Cruz y Basílica de Higüey) y algunas de las zonas donde se producen comidas tradicionales y donde se practican creencias populares. En un porcentaje del 50% (10), se ponderó que los recursos culturales identificados (edificios del patrimonio arquitectónico y zonas de localización de eventos culturales) contaban con un acceso para acceder a ellos. Esto significa que el restante 20% (4) se evaluó como carente de accesos (lugares donde se realizan eventos y se producen artesanías).

- En el caso de la señalización, el 30% (6) de los atractivos culturales se indicó que están señalizados. Cabe citar entre ellos la Basílica de Higüey; las Iglesias de la Santa Cruz y de San Dionisio y los sitios donde se reviven creencias y se producen elementos propios de la gastronomía local, entre otros. A su vez, mientras que para el 50% (10) de los casos se evaluó que existen algunas señalizaciones, para el 20% (4) restante se ponderó que carecen de señalización. Esto se observó principalmente en aquellos sitios donde se realizan festividades tradicionales de La Altagracia.
- Respecto al Estado de conservación del atractivo turístico cultural, se evaluó que sólo el 25% (5) del total de los mismos se encuentra en un excelente estado de conservación. Ejemplo de ello, se mencionan al Museo Juan Ponce de León, la Basílica de Higüey, la Iglesia de La Santa Cruz y los lugares donde se producen elementos propios de la gastronomía local y donde se realizan actividades y eventos culturales. En un porcentaje del 45% (9) se evaluó que tienen un estado de conservación que han sufrido algún impacto que tienden a deteriorarlo con el transcurso del tiempo. Esta situación se observa tanto en algunas de las obras del patrimonio arquitectónico como en las áreas donde se realizan actividades culturales. Finalmente, el 30% (6) restante se considera que se encuentra deteriorado por el gran daño sufrido en sus elementos constitutivos.
- Con relación a la Infraestructura, el 25% (5) de los recursos culturales identificados, se evaluó que tienen una excelente infraestructura de soporte para brindar un servicio turístico de calidad. Por su parte para el 50% (10) de los recursos, se ponderó que cuentan con algún tipo de servicios. Esto significa que el 25% (5) restante se afirmó que no tienen ninguna disponibilidad de servicios para ofertar a los turistas. Tal es el caso de algunos edificios del patrimonio arquitectónico y de las áreas donde se realizan actividades tradicionales de la región de La Altagracia.
- Finalmente, en el caso del manejo del recurso cultural, solamente hubo una ponderación de un manejo integral para el 20% (4) de los recursos culturales; lo cual supone que el 80% restante cuenta con una gestión básica o carece de ella, en lo que respecta a la relación entre los actores como al manejo ambiental del recurso.

## D. MAPEO DE LOS RETOS Y OPORTUNIDADES

Los resultados del mapeo de los retos y oportunidades fueron producto de un segundo momento del trabajo grupal en el taller facilitado por el equipo de la DSTA. Esta instancia metodológica tuvo como objetivo identificar las limitaciones, problemáticas, retos y oportunidades que afectan el desempeño del sector turístico en el destino y que no permiten que se desarrolle un turismo sostenible en la región. La metodología utilizada para ello tuvo tres momentos secuenciales y concatenados entre sí:

- a) *Explicación de la facilitadora DSTA del objetivo de esta etapa y de los instrumentos a aplicar para realizar el inventario.* La facilitadora del taller explicó los alcances de esta etapa e indicó las 4 áreas temáticas (social, economía, gobernabilidad y medio ambiente) sobre las que se identificarían los retos y las oportunidades. En relación con ello, los participantes se dividieron en 4 grupos de un promedio de 10 personas cada uno.
- b) *Trabajo grupal sobre retos y oportunidades.* Con el apoyo del equipo de la DSTA, los participantes realizaron grupalmente el análisis de las áreas temáticas que inciden en el turismo sostenible.
- c) *Plenaria. Presentación de los resultados del trabajo grupal.* Esta sesión de trabajo concluyó con una plenaria donde cada grupo presentó los resultados de la reflexión realizada. Más allá de una simple presentación de conclusiones de cada grupo, lo importante de esta plenaria es que se validaron los mismos. Esto significa que, los resultados del mapeo fueron producto de las percepciones de cada participante en particular y de cada grupo en general.

El análisis de los retos y oportunidades que tiene La Altagracia como destino turístico se realizó considerando como Meta *La Altagracia más competitiva y más sostenible*. Es por ello que las áreas elegidas para el mapeo fueron las de medio ambiente, social, económica y gobernabilidad. Todas ellas fundamentales para el logro de una mayor rentabilidad de las actividades turísticas, una mayor participación integrada de los actores locales, especialmente las comunidades tradicionalmente menos beneficiadas por esta actividad, y una preservación de los valores ambientales que caracterizan al destino turístico.

En este caso en particular, el concepto de *retos* alude a las limitaciones que presenta cada una de estas áreas temáticas para conseguir la meta planteada y a las potencialidades que posee el destino que aún no han sido exploradas, o se desconoce de las mismas, o, no existe un interés por parte de los tomadores de decisiones o inversionistas por promoverlas en el mercado turístico. De la misma manera que el mapeo de los recursos turísticos naturales y culturales contribuyen a definir un plan de acción de acuerdo a su estado actual para

ofrecerse como un producto turístico, los retos posibilitan detectar cuáles son los procesos de gestión, comunicación, negociación que deben realizarse para el mejoramiento de los productos identificados.

En el caso de las *oportunidades*, se refiere a las estructuras sociales, capacidades y niveles de organización para el turismo sostenible que caracterizan a los actores intervinientes en el destino turístico; a las potencialidades ambientales que posee La Altagracia que pueden aprovecharse para fortalecerlo como un destino turístico único; a los sistemas de inversión y desarrollo económico que pueden garantizar la rentabilidad de los recursos turísticos culturales y naturales identificados y a las estructuras y modalidades de relaciones entre todos los sectores en la dinámica de gobernabilidad del territorio.

***Los retos en la educación, el control en la aplicación de las leyes y la gestión más eficiente de las entidades gubernamentales para un medio ambiente sostenible en La Altagracia...***

Los resultados del mapeo en el tema ambiental, son una muestra cabal del estado de conservación y de la infraestructura disponible en los recursos naturales y culturales inventariados por los participantes al taller. En relación con ello, el tema de la educación (conciencia ambiental y capacidad de los actores) se considera que es el que presenta las mayores limitaciones para la protección de los recursos naturales y culturales. Los retos a implementar para un turismo sostenible de La Altagracia suponen superar las siguientes limitaciones:

- Falta de educación de la ciudadanía
- Ruidos innecesarios
- Contaminación biosfera
- Contaminación acuífera
- Deforestación
- Depredación fauna y flora
- Uso inadecuado de los residuos fósiles

Una relación directa a las limitaciones que presenta la débil educación de los actores involucrados en el turismo sostenible de La Altagracia, es el tema de la debilidad en los mecanismos de control por parte de las sectoriales del gobierno central y del gobierno municipal. El desinterés por establecer mecanismos e instrumentos apropiados para ello, así como las capacidades del personal encargado del mismo contribuye a degradar progresivamente los componentes ambientales de La Altagracia. Ejemplo de ello son las limitaciones que fueron identificadas por los grupos de trabajo, tales como:

- Mal manejo de los residuos sólidos
- Aplicación deficiente de las leyes vigentes
- Incumplimiento de la ley por parte de la ciudadanía

- Falta actitud de hacer
- Permisividad de las autoridades gubernamentales

Este mapeo de los retos y oportunidades en el tema ambiental orienta el camino hacia la búsqueda e implementación de nuevas estrategias fundadas en la educación y formación de recursos humanos; en la gestión integrada de todos los actores y en el mejoramiento del control de parte de los gobiernos central y local.

***Los retos en la educación, en la gestión integrada de los actores sociales y en la distribución de las inversiones sociales para la equidad social de un turismo sostenible en La Altagracia...***

Los resultados del mapeo en el tema social, son representativos de las condiciones de vida en las que se desarrolla el destino turístico de La Altagracia. En relación con ello, el tema de la educación (conciencia de las tradiciones y el patrimonio cultural y capacidad de los actores) se considera que es el que presenta las mayores limitaciones para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales. Los retos a implementar para un turismo sostenible de La Altagracia suponen superar las siguientes limitaciones:

- Pérdidas de valores culturales
- Desconocimientos de las tradiciones locales
- Impactos negativos de la transculturización
- Falta de concientización del significado de la equidad de género
- Excesivos casos de violencia intrafamiliar
- Falta de oportunidad a la mujer
- Abuso de la mujer hacia el hombre por su condición de mujer
- Falta de capacitación recursos humanos
- Poca vocación docente
- Pérdidas de principios y valores en la familia
- Falta de civismo e identidad
- Falta de conocimiento y valor de los elementos patrióticos
- Falta de orientación
- Poco respeto a las reglas y a las personas

En una situación similar, en términos de la magnitud del problema, el tema de la gestión integrada de los actores sociales y la distribución de las inversiones sociales constituyen otro gran reto para el logro de un turismo que genere equidad en la distribución de los beneficios que se generan en el destino y hacia el destino turístico. En relación con ello, las limitaciones que deben superarse para lograr un medio social más apropiado a las metas de un turismo más sostenible, son las siguientes:

- Poca capacidad de integración
- Falta de centros docentes



- Poca capacidad de cooperación y ayuda mutua
- Falta de apoyo a los grupos comunitarios
- Débil integración institucional y comunitaria
- Ausencia de políticas de reducción de la pobreza:
- Falta de aptitud política y comunitaria
- Deficiente distribución de las riquezas.
- Falta de alimentación adecuada
- Ausencia de políticas de medicina preventiva
- Hacinamiento excesivo
- Altos costos de la medicina
- Poca calidad de vida
- Déficit de profesionales

Este mapeo de los retos y oportunidades en el tema social orienta el camino hacia la búsqueda e implementación de nuevas estrategias fundadas en la educación y la reorientación de las inversiones públicas y privadas que procuran disminuir los niveles de pobreza del destino turístico, así como una atención especial a los grupos vulnerables que sistemáticamente se ven segregados de las políticas de mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.

***Los retos en la gestión integrada de los actores, en la educación para un conocimiento más profundo del mercado turístico y en una adecuación de los sistemas de financiamiento para una competitividad económica de un turismo sostenible en La Altagracia...***

Los resultados del mapeo en el tema económico refuerzan las debilidades que presentan los recursos turísticos naturales y culturales identificados previamente. En relación con ello, el tema del conocimiento del mercado turístico (conciencia de los productos, de la competencia y de las estructuras más apropiadas para competir), incluyendo una mayor promoción del destino turístico, se considera que es el que presenta las mayores limitaciones para la rentabilidad económica de las ofertas turísticas en particular y, del destino turístico de La Altagracia en general. Los retos a implementar para un turismo sostenible de La Altagracia suponen superar las siguientes limitaciones:

- Competitividad: descontrol en la competencia desleal.
- Marketing: falta de iniciativas de publicidad y conocimiento de oportunidades de inversión
- Utilización de guía turísticas y representantes de tour operadoras extranjeras que incluso hablan mal del país.-
- Desarrollo de productos: no se valora el producto local, falta de compromiso de los consumidores
- Encadenamiento: facilidades de acceso y enlace con toda la cadena vinculada a la industria turística
- Inversión: problemas de motivación y garantía de rentabilidad.

Una relación directa a las limitaciones que presenta el desconocimiento del mercado turístico por parte de los actores involucrados en el turismo sostenible de La Altagracia, es el tema de la gestión independiente que se ha realizado hasta el presente para la promoción de los productos turísticos y la inadecuación de los sistemas de financiamiento vigentes para insertar de manera más competitiva La Altagracia a nivel nacional e internacional. Ejemplo de ello son las limitaciones que fueron identificadas por los grupos de trabajo, en los siguientes aspectos:

- Falta seguridad
- Debilidades en el sistema de educación
- Falta señalización y vías de accesos
- Políticas migratoria nula o deficiente
- Financiamiento: falta de facilidades para el inversionista local y recursos blandos para proyectos viables.

Todos los resultados de este mapeo de los retos y oportunidades en el tema económico, orientan el camino hacia la búsqueda e implementación de nuevas estrategias fundadas en la formación de recursos humanos más competitivos y con mayor información e inversión sobre el mercado turístico, en una gestión integrada y no independiente entre todos los actores que participan del desarrollo del destino turístico y en la reformulación de las estructuras de financiamiento para los gestores y promotores turísticos.

***Los retos en la gestión integrada de los actores, en el fortalecimiento de las capacidades y los instrumentos de control de las instituciones de gobierno y en una reorientación de las inversiones en infraestructuras de apoyo al turismo para una gobernabilidad del territorio en una estructura de turismo sostenible en La Altagracia...***

Los resultados del mapeo en el tema de gobernabilidad forman parte de un hallazgo fundamental para proteger las redes y relaciones entre todos los actores que habitan en La Altagracia. En relación con ello, el tema de la débil gestión de las autoridades gubernamentales (ausencias de normas de ordenamiento territorial y de control en la aplicación de las leyes vigentes para una convivencia ciudadana sin conflictos) se considera que es el que presenta las mayores limitaciones para la gobernabilidad del territorio en un destino en el que se busca incrementar la calidad y cantidad de productos turísticos. Los retos a implementar para un turismo sostenible de La Altagracia suponen superar las siguientes limitaciones:

- Desmotivación en aplicación de las leyes (inequidad)
- Falta de concientización turística a la ciudadanía
- Ausencia de transparencia en los procesos administrativos legales
- Falta coordinación interinstitucional entre las autoridades municipales y provinciales
- Incapacidad de las autoridades por identificar los problemas

- Falta de normativas generales y específicas para destino turístico
- Debilidades en la educación ciudadana
- Falta de responsabilidad social por parte de los empresarios
- Ausencia de una ley ordenamiento territorial
- Muchas ventanillas regulatorias para permisos
- Desinterés de las autoridades
- Debilidad institucionales

Las debilidades en la gestión integrada de los actores y en la debilidad institucional del gobierno local y las sectoriales del gobierno central se acentúan aún más cuando se observan limitaciones en el área de las políticas de inversión en la infraestructura requerida para un turismo sostenible. En relación con ello, las limitaciones que deben superarse para lograr un medio ambiente más sostenible, son las siguientes:

- No hay participación de los clubes y las ONGs en la toma de decisiones en los problemas de la comunidad
- Falta de una oficina local de orientación al ciudadano y al inversionista
- No retorno de los ingresos generado por turismo a la provincia a la proporción que la ley establece
- Falta señalización vías

Este mapeo de los retos y oportunidades en el tema de la gobernabilidad orienta el camino hacia la búsqueda e implementación de nuevas estrategias fundadas en el fortalecimiento de las estructuras de gestión y control de la seguridad ciudadana y en la reorientación de las inversiones de apoyo al sector turístico. Algunos aspectos como el fortalecimiento de las oportunidades que brindan los recursos culturales, que hacen única a La Altagracia como destino turístico, son alternativas que han surgido en el marco de los resultados obtenidos de este taller.

De manera relacional a lo expuesto, cabe señalar el reto de aprender a asociarse de manera de competir con aquellos que tienen más recursos, más capacidades y más poder en la toma de decisiones. Asociativismo que no sólo incluye a los actores turísticos entre sí, sino a éstos con las comunidades locales y las estructuras organizacionales del gobierno central y del gobierno local.

En síntesis, los retos y oportunidades para un turismo sostenible tienen en común acciones transversales a las áreas de medio ambiente, social, económica y de gobernabilidad que se focalizan en la educación, la gestión integrada de los actores, el fortalecimiento de las instituciones gubernamentales, la reorientación de las inversiones públicas y privadas en las políticas sociales y de infraestructura básica y en el control y aplicación de las leyes vigentes a nivel municipal y nacional.

## E. MAPEO DE LOS ACTORES

Los resultados del mapeo de los actores fueron producto de un tercer momento del trabajo grupal en el taller facilitado por el equipo de la DSTA. Esta instancia metodológica tuvo como objetivo identificar los diferentes actores conectados a las metas de desarrollo, los retos y oportunidades y empezar a realizar las relaciones entre ellos y potenciales puntos de apalancamiento para producir un cambio, usando el mapa de retos y oportunidades como el contexto para desarrollar las ideas sobre los actores que están relacionados con cada tema, problema o meta, tanto en el sector económico, ambiental, gobernanza, políticas/regulación y ejecución del gobierno local y nacional, sector social. La metodología utilizada para ello tuvo tres momentos secuenciales y concatenados entre sí:

- a) *Explicación de la facilitadora DSTA del objetivo de esta etapa y de los instrumentos a aplicar para realizar el inventario.* La facilitadora del taller explicó los alcances de esta etapa e indicó las 4 áreas temáticas (social, economía, gobernabilidad y medio ambiente) sobre las que se identificarían los actores que participan de cada una de ellas. En relación con ello, los participantes se dividieron en 4 grupos de un promedio de 10 personas cada uno.
- b) *Trabajo grupal sobre los actores.* Con el apoyo del equipo de la DSTA, los participantes realizaron grupalmente el análisis de los actores en cada una de las áreas temáticas que inciden en el turismo sostenible.
- c) *Plenaria. Presentación de los resultados del trabajo grupal.* Esta sesión de trabajo concluyó con una plenaria donde cada grupo presentó los resultados de la reflexión realizada. Más allá de una simple presentación de conclusiones de cada grupo, lo importante de esta plenaria es que se validaron los mismos. Esto significa que, los resultados del mapeo fueron producto de las percepciones de cada participante en particular y de cada grupo en general.

El resultado producido con el mapeo de los actores contiene un inventario de todos aquellos que tienen ingerencia en las áreas ambientales, sociales, económicas y de gobernabilidad. Aunque el rol de cada uno, por su naturaleza jurídica y social, lo distingue de otro, su participación afecta a cualquiera de las áreas en tanto toda acción resulta sistémica en el desarrollo del territorio. En tal sentido, algunos actores como el ayuntamiento municipal de Higuey y el Distrito Municipal de Verón-Punta Cana, dependiente del ayuntamiento de Higuey, y las Universidades inciden o, pueden incidir directamente en todas las áreas que hacen al turismo sostenible. Por el contrario, otros actores inciden particularmente en alguna de las áreas o en dos de ellas, por sus intereses organizacionales y jurídicos. El cuadro siguiente sintetiza los resultados del mapeo en relación con los resultados obtenidos del mapeo de los retos y oportunidades:

**CUADRO N° 3. TEMA MEDIO AMBIENTE**  
**ACTORES IDENTIFICADOS EN EL TALLER PARA ABORDAR LOS RETOS Y OPORTUNIDADES**

<b>Retos y oportunidades</b>	<b>Gobierno Local</b>	<b>Gobierno Central</b>	<b>Sector Económico</b>	<b>Sociedad Civil</b>
<b>Educación Ambiental</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de educación de la ciudadanía</li> <li>▪ Ruidos innecesarios</li> <li>▪ Contaminación biosfera</li> <li>▪ Contaminación acuífera</li> <li>▪ Deforestación</li> <li>▪ Depredación fauna y flora</li> <li>▪ Uso inadecuado de los residuos fósiles</li> </ul>	<p>Ayuntamiento Distrito Municipal Verón-Punta Cana</p>	<p>SEMARN SEE INAPA SECTUR Marina de Guerra Secretaría de Industria y Comercio</p>		<p>Iglesias Instituciones privadas de educación</p>
<b>Control en la aplicación de leyes</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mal manejo de los residuos sólidos</li> <li>▪ Aplicación deficiente de las leyes vigentes</li> <li>▪ Incumplimiento de la ley por parte de la ciudadanía</li> <li>▪ Falta actitud de hacer</li> <li>▪ Permisividad de las autoridades gubernamentales</li> </ul>	<p>Ayuntamiento Distrito Municipal Verón-Punta Cana</p>	<p>SEMARN SEE INAPA SECTUR Marina de Guerra Secretaría de Industria y Comercio</p>		<p>Iglesias Instituciones privadas de educación</p>

**CUADRO N° 4. TEMA SOCIAL**  
**ACTORES IDENTIFICADOS EN EL TALLER PARA ABORDAR LOS RETOS Y OPORTUNIDADES**

<b>Retos y oportunidades</b>	<b>Gobierno Local</b>	<b>Gobierno Central</b>	<b>Sector Económico</b>	<b>Sociedad Civil</b>
<b>Educación para el turismo</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pérdidas de valores culturales</li> <li>▪ Desconocimientos de las tradiciones locales</li> <li>▪ Impactos negativos de la transculturización</li> <li>▪ Falta de concientización del significado de la equidad de género</li> <li>▪ Excesivos casos de violencia intrafamiliar</li> <li>▪ Falta de oportunidad a la mujer</li> <li>▪ Abuso de la mujer hacia el hombre por su condición de mujer</li> <li>▪ Falta de capacitación recursos humanos</li> <li>▪ Poca vocación docente</li> <li>▪ Pérdidas de principios y valores en la familia</li> <li>▪ Falta de civismo e identidad</li> <li>▪ Falta respeto hacia los símbolos patrios</li> <li>▪ Poco respeto a las reglas y a las personas</li> </ul>	Ayuntamiento	SECTUR INFOTEP SESPAS SEE SEOPC SEMARN SEA Policía Nacional		Ong's Clubes deportivos Sindicatos y Asociaciones Universidades Compañías de Seguridad Clínicas privadas Profesionales
<b>Inversiones Sociales</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Poca capacidad de integración</li> <li>▪ Falta de centros docentes</li> <li>▪ Poca capacidad de cooperación</li> <li>▪ Falta de apoyo a los grupos comunitarios</li> <li>▪ Débil integración institucional y comunitaria</li> <li>▪ Faltan políticas de reducción de la pobreza</li> <li>▪ Falta de aptitud política y comunitaria</li> <li>▪ Deficiente distribución de las riquezas.</li> <li>▪ Falta de alimentación adecuada</li> <li>▪ Ausencia de políticas de medicina preventiva</li> <li>▪ Hacinamiento excesivo</li> <li>▪ Altos costos de la medicina</li> <li>▪ Déficit de profesionales</li> </ul>	Ayuntamiento	SECTUR INFOTEP SESPAS SEE SEOPC SEMARN SEA Policía Nacional		Ong's Clubes deportivos Sindicatos y Asociaciones Universidades Compañías de Seguridad Clínicas privadas Profesionales

**CUADRO N° 5. TEMA ECONOMIA**  
**ACTORES IDENTIFICADOS EN EL TALLER PARA ABORDAR LOS RETOS Y OPORTUNIDADES**

<b>Retos y oportunidades</b>	<b>Gobierno Local</b>	<b>Gobierno Central</b>	<b>Sector Económico</b>	<b>Sociedad Civil</b>
<b>Educación en el Mercado Turístico</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Competitividad: descontrol en la competencia desleal.</li> <li>▪ Marketing: falta de iniciativas de publicidad y conocimiento de oportunidades de inversión</li> <li>▪ Utilización de guía turísticas y representantes de tour operadoras extranjeras que incluso hablan mal del país.-</li> <li>▪ Desarrollo de productos: no se valora el producto local, falta de compromiso de los consumidores</li> <li>▪ Encadenamiento: facilidades de acceso y enlace con toda la cadena vinculada a la industria turística</li> <li>▪ Inversión: problemas de motivación y garantía de rentabilidad.</li> </ul>	Ayuntamiento	SECTUR INFOTEP SESPAS SEE SEOPC SEMARN SEA		Ong's Clubes deportivos Sindicatos y Asociaciones Universidades
<b>Gestión Independiente y desarticulada</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta seguridad</li> <li>▪ Debilidades en el sistema de educación</li> <li>▪ Falta señalización y vías de accesos</li> <li>▪ Políticas migratoria nula o deficiente</li> <li>▪ Financiamiento: falta de facilidades para el inversionista local y recursos blandos para proyectos viables.</li> </ul>	Ayuntamiento	PROMIPYME SECTUR INFOTEP SESPAS SEE SEOPC SEMARN SEA		Ong's Clubes deportivos Sindicatos y Asociaciones Universidades

**CUADRO N° 6. TEMA GOBERNABILIDAD**  
**ACTORES IDENTIFICADOS EN EL TALLER PARA ABORDAR LOS RETOS Y OPORTUNIDADES**

<b>Retos y oportunidades</b>	<b>Gobierno Local</b>	<b>Gobierno Central</b>	<b>Sector Económico</b>	<b>Sociedad Civil</b>
<b>Fortalecimiento de la gestión gubernamental</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desmotivación en aplicación de las leyes (inequidad)</li> <li>▪ Falta de concientización turística a la ciudadanía</li> <li>▪ Ausencia de transparencia en los procesos administrativos legales</li> <li>▪ Falta coordinación interinstitucional entre las autoridades municipales y provinciales</li> <li>▪ Incapacidad de las autoridades por identificar los problemas</li> <li>▪ Falta de normativas generales y específicas para destino turístico</li> <li>▪ Debilidades en la educación ciudadana</li> <li>▪ Falta de responsabilidad social por parte de los empresarios</li> <li>▪ Ausencia de una ley ordenamiento territorial</li> <li>▪ Muchas ventanillas regulatorias para permisos</li> <li>▪ Desinterés de las autoridades</li> <li>▪ Debilidad institucionales</li> </ul>	Ayuntamiento	SECTUR Politur SEMARN SEOPC CEI-RD DGII Oficina de Registros de Títulos SESPAS Congreso nacional		Universidades Institutos Técnicos Grupos comunitarios Ong's Medios de Comunicación
<b>Políticas de Inversión</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No hay participación de los clubes y las ONGs en la toma de decisiones en los problemas de la comunidad</li> <li>▪ Falta de una oficina local de orientación al ciudadano y al inversionista</li> <li>▪ No retorno de los ingresos generado por turismo a la provincia a la proporción que la ley establece</li> <li>▪ Falta señalización vías</li> </ul>	Ayuntamiento	SECTUR SEMARN SEOPC CEI-RD DGII Oficina de Registros de Títulos		Universidades Institutos Técnicos Grupos comunitarios Ong's Medios de Comunicación



La identificación de estos actores posibilita un conocimiento más profundo de quienes son los interlocutores más interesados en superar las limitaciones señaladas precedentemente en toda acción que se planifique a corto y mediano plazo. A su vez, esta identificación supone también el reto de la concientización de los mismos sobre los alcances de un turismo sostenible para La Altagracia y las oportunidades que se le presenta en el mercado turístico nacional e internacional cuando se lo considera como un destino turístico con sus unicidades que las diferencian de otros.

El mapeo de Actores resultantes del taller no es excluyente de otros actores que hayan sido incluidos en cada una de las áreas temáticas, con sus correspondientes retos y oportunidades. Representa una primera aproximación a sus responsabilidades de acuerdo a los roles que asumen en el contexto de la sociedad de La Altagracia. Por su parte, la relación que se presenta entre éstos y los retos y oportunidades tampoco excluye otras relaciones posibles entre ambos. Sin embargo, los resultados obtenidos constituyen una base fundamental para el diseño de un plan de acción inmediato y mediano, porque se conoce qué se debe hacer y porque se ha identificado a quién lo puede hacer.

## F. CONCLUSIONES

Los resultados alcanzados en el taller de La Altagracia permiten visualizar la percepción que los miembros intervinientes tienen respecto a este destino turístico. Relacionando todos los tópicos descriptos precedentemente, cabe concluir lo siguiente:

*a) La Altagracia se ha desarrollado como destino turístico focalizado en sus recursos naturales, ignorando el potencial que tienen sus recursos culturales.*

Uno de los principales hallazgos de este taller es el inventario de 45 atractivos turísticos culturales que pueden complementar a los atractivos turísticos naturales ofertados hasta el presente. Más aún cuando se observa que las mejores evaluaciones de sus características principales (singularidad, accesibilidad, señalización, conservación, infraestructura y manejo) las tienen los recursos culturales más que los naturales. Probablemente incida en ello la sobreexplotación a las que se han visto sometidos estos últimos en relación con aquellos.

Algunas relaciones permiten comprender esta situación. En el caso de la valoración promedio de los recursos se observa que el 25% de los recursos culturales pertenecen a la categoría 3 (producto turístico que en la actualidad se puede comercializar en el mercado turístico nacional e internacional), frente a un 15% correspondiente a los naturales. Esto es indicativo del conjunto de potencialidades culturales que aún no han sido explotadas como parte de las unicidades de La Altagracia. Algo similar ocurre con las singularidades, ya que esta característica se observa en el 60% de los recursos culturales frente a un 41% de los naturales.

Sin embargo, esto cambia en relación con la localización de los recursos turísticos, dado que el porcentaje de los recursos que tienen un excelente acceso es mayor para los recursos naturales, ya que el 48% de los mismos se encuentran en esta situación frente a un 30% de los recursos culturales. Esto varía respecto a las características de la señalización y el estado de conservación. En el primer caso, el 30% de los recursos culturales y el 8% de los recursos naturales cuentan con una excelente señalización. Mientras que en el segundo caso, se observa que el 25% de los recursos culturales y el 6% de los recursos naturales se encuentran en un excelente estado de conservación.

Algo similar ocurre con la infraestructura, donde el 25% de los recursos culturales se encuentra en excelente condición frente a un 16% de los recursos naturales. Las diferencias entre ellos es producto de una gestión independiente de cada uno de los actores intervinientes en el desarrollo turístico de La Altagracia. La gestión integrada sólo se identifica en el 20% de los recursos culturales y en el 17% de los recursos naturales.

***b) La educación ambiental y el control en la aplicación de las leyes, constituyen los principales retos para un medio ambiente sostenible en La Altagracia.***

La conciencia ambiental entre todos los actores que participan del desarrollo de La Altagracia, es un reto fundamental para la protección de los recursos naturales y culturales. La desvalorización del patrimonio arquitectónico, la destrucción de los recursos naturales, entre otros, son las principales limitaciones que deben superarse para garantizar un turismo sostenible. Sin embargo, estos retos exigen superar otras limitaciones como la ausencia de vigilancia ambiental, la debilidad de las organizaciones estatales, la indiferencia del sector empresarial en una responsabilidad social y empresarial y las deficiencias observadas en el control de la aplicación de las leyes vigentes.

Finalmente, una mayor conciencia ambiental y un mayor compromiso de los actores, no es suficiente para el logro de un turismo sostenible. Una mayor inversión del gobierno local y central en señalización, accesibilidad y servicios básicos para una mejor oferta turística, es otro reto clave para el logro de un recurso natural y cultural atractivo y único.

***c) El débil empoderamiento de las comunidades locales como agentes catalizadores de un turismo sostenible y la inequidad en las inversiones sociales, disminuye progresivamente las posibilidades de hacer de La Altagracia un destino atractivo por sus unicidades.***

La práctica común de no educar para el turismo sostenible ni en una conciencia ambiental capaz de garantizar la preservación del patrimonio cultural y ambiental, así como la indiferencia para promover programas para micro y pequeños emprendedores de las comunidades locales, socava paulatinamente las bases del capital social que cuenta con voluntad y ánimo para incursionar en la creación, difusión y gerencia de productos turísticos. Esto alcanza una repercusión de tal nivel que progresivamente se van perdiendo el interés por las tradiciones culturales y por la revalorización de los atractivos culturales y naturales.

En contraposición a los principios del turismo sostenible, ni el gobierno local ni el gobierno central ha realizado las inversiones sociales suficientes como para reducir los niveles de pobreza y la accesibilidad de los grupos vulnerables a los beneficios que brinda el desarrollo turístico. Superar esta limitación es otro requerimiento fundamental especialmente para un turismo sostenible que garantice la equidad en la distribución de las riquezas generadas en el territorio.

*d) La rentabilidad de los productos turísticos que se ofertan se ven afectadas por el desconocimiento del mercado turístico, el desajuste del sistema financiero y la discriminación en las políticas de inversión que se ejecutan respecto a los requerimientos del sector turístico.*

El desconocimiento y la débil información con que se cuenta para hacer más competitivo el destino turístico, no encuentra apoyo en las instancias del sector público y privado que podría contribuir para ello. Tal es el caso de las dificultades para acceder al financiamiento de la banca privada y las erradas políticas gubernamentales que no consideran al turismo en sus inversiones en infraestructura básica y en la formación de recursos humanos capaces de generar nuevas iniciativas que fortalezcan las unicidades del destino turístico de La Altagracia. Superar estas limitaciones representa un reto para la construcción de un turismo más competitivo en el contexto nacional e internacional.

Estas limitaciones tienden a arraigarse de tal manera que debilitan el accionar conjunto de los actores al punto tal que no existen programas de promoción turística sostenidos para atraer turistas e inversionistas para un mayor desarrollo de la práctica del turismo.

*d) La gestión desarticulada entre los actores sociales incide para que La Altagracia no sea un destino competitivo y, a su vez, genera una competencia y discriminación entre ellos que los vuelve menos competentes frente al mercado turístico nacional e internacional.*

La disociación entre los diferentes actores, producto de la defensa de sus propios intereses, así como la competencia desleal entre ellos, afecta el nivel de competitividad de La Altagracia como destino turístico. El problema tiende a agravarse aún más, si se considera que con la degradación del patrimonio natural y cultural se degrada el capital que genera beneficios económicos en unos pocos. Esta situación tiene tal importancia que socava paulatinamente el capital social de La Altagracia, en tanto incrementa los niveles de pobreza y de desinformación en los componentes básicos de un turismo sostenible. Esto se agrava aún más cuando se señalan como limitaciones para un turismo sostenible el incremento de la pobreza y la inseguridad ciudadana. Todos ellos, retos fundamentales a superar en toda intervención que se proponga realizar a corto y mediano plazo.

Finalmente, haciendo eco de los resultados del taller y del interés manifestado por los participantes al mismo, la frase que define la experiencia desarrollada es: *Juntos debemos comprometernos para lograr que La Altagracia se desarrolle aún más a partir del Turismo Sostenible.*

## G. PROXIMOS PASOS: LA DEFINICION DE UN PLAN DE ACCION

Los resultados alcanzados en el taller de La Altagracia constituyen un insumo invaluable para la elaboración del Plan de Acción que se realizará en una próxima instancia en el denominado encuentro nacional de todos los clusters turísticos “Todos bajo un mismo techo”. Lo señalado en este reporte es la base principal para la definición de un plan de acción, que incluirá metas, proyectos, actividades, recursos y actores, entre otros elementos. A modo de síntesis de las principales conclusiones señaladas en el tópico anterior, se presentan a continuación algunas ideas globales que pueden servir de punto de partida para la formulación de dicho plan.

- a) *La revalorización de los recursos culturales y naturales identificados en el mapeo de recursos es una instancia clave para el rescate de la unicidad de La Altagracia y de su ámbito regional y la diversificación de la oferta turística del destino.* La difusión de las potencialidades que presentan los recursos naturales y culturales para un turismo sostenible y su revalorización con intervenciones que los rescaten del anonimato, son algunas de las líneas posibles de actuación hacia un cambio de un turismo no sostenible hacia otro sostenible.
- b) *El fortalecimiento institucional del ayuntamiento y de las Unidades sectoriales del gobierno central son fundamentales para el desarrollo de un turismo sostenible.* La concientización del rol del gobierno para un turismo sostenible, el mejoramiento de los mecanismos y estructuras de control en la aplicación de las leyes vigentes, la adecuación organizacional de sus estructuras de gestión y el incremento de las capacidades de sus recursos humanos, forman parte de estas áreas de trabajo tendientes a reorientar el accionar de las entidades gubernamentales.
- c) *La reorientación de las inversiones sociales y de la infraestructura básica de apoyo al turismo resultan imprescindibles para la implementación de un turismo sostenible.* La creación de fondos especiales o mejores condiciones de financiamiento para la promoción de las pequeñas y medianas empresas y el mejoramiento de la infraestructura de apoyo al sector turístico (señalizaciones, accesibilidad, conservación de los recursos, entre otras), constituyen algunas de las nuevas líneas de actuación requeridas para la revalorización de los atractivos culturales y naturales de La Altagracia.
- d) *La capacitación técnica, administrativa y operativa de todos los actores vinculados a la oferta turística resultan importantes para garantizar la rentabilidad de los productos turísticos y el incremento del capital social.* El desconocimiento del mercado, las débiles producciones artesanales y/o artísticas, la ausencia de conocimientos de cómo promover integralmente el destino turístico, son algunas de las limitaciones que exigen una superación necesaria para la instalación de un turismo sostenible.

- e) *El establecimiento de modalidades de gestión integrada incrementa las posibilidades de superar las acciones independientes y desleales entre los actores involucrados en el desarrollo turístico.* La conformación de nuevas modalidades asociativas de gestión de las que participen estrechamente todos los actores de La Altagracia, tales como asociaciones, cooperativas, clusters, comités, etc., implican un cambio fundamental para impulsar iniciativas que permitan el acceso de todos los actores a los beneficios que se generan con el quehacer del turismo.
- f) *El fortalecimiento de redes asociativas entre La Altagracia y otras comunidades localizadas en las provincias del Este (El Seybo, San Pedro de Macorís y Hato Mayor), es un camino fundamental para la promoción del destino turístico no tanto como provincia sino como región.* Las unicidades que caracterizan a La Altagracia trascienden los límites de su territorio provincial, en tanto su población identifica como recursos naturales y culturales aquellos localizados en diferentes zonas de la región Este. Esta identidad regional supone la conformación de redes de trabajo y cooperación para la creación de circuitos turísticos y ecoturísticos, mancomunidad de programas de capacitación y financiamiento, entre otras alternativas posibles y viables.

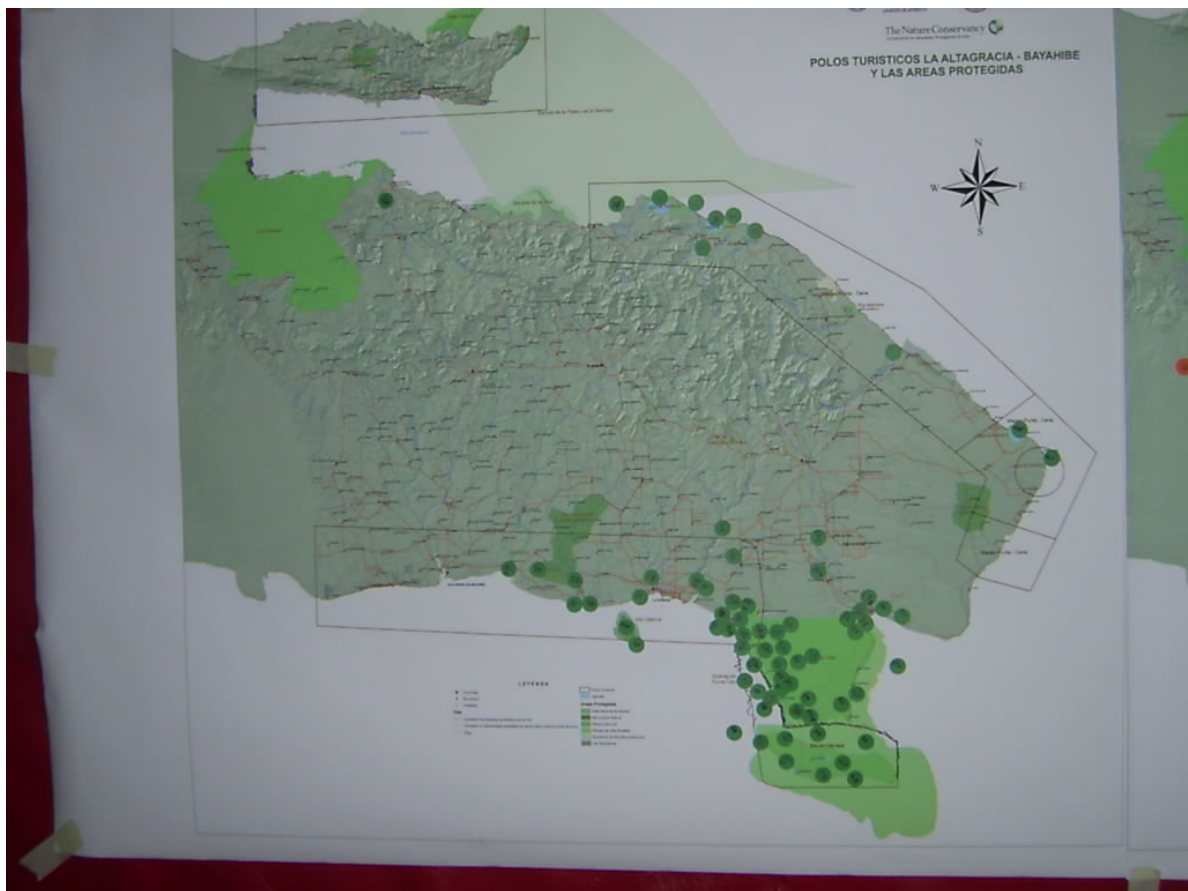
Estas ideas globales, sintetizadas a partir de los resultados del taller, no son excluyentes de otras que factibles de ser interpretadas por los representantes de las diferentes entidades gubernamentales y no gubernamentales que participarán de la definición del plan de acción a 5 años para La Altagracia. Solamente intenta constituirse en un punto de partida a partir de la categorización de las distintas alternativas en particular y sus relaciones para el logro de un turismo sostenible en La Altagracia.

**ANEXO A.  
LISTADO DE  
PARTICIPANTES**

**ANEXO B.**  
**MAPA DE RECURSOS**  
**NATURALES Y**  
**CULTURALES**

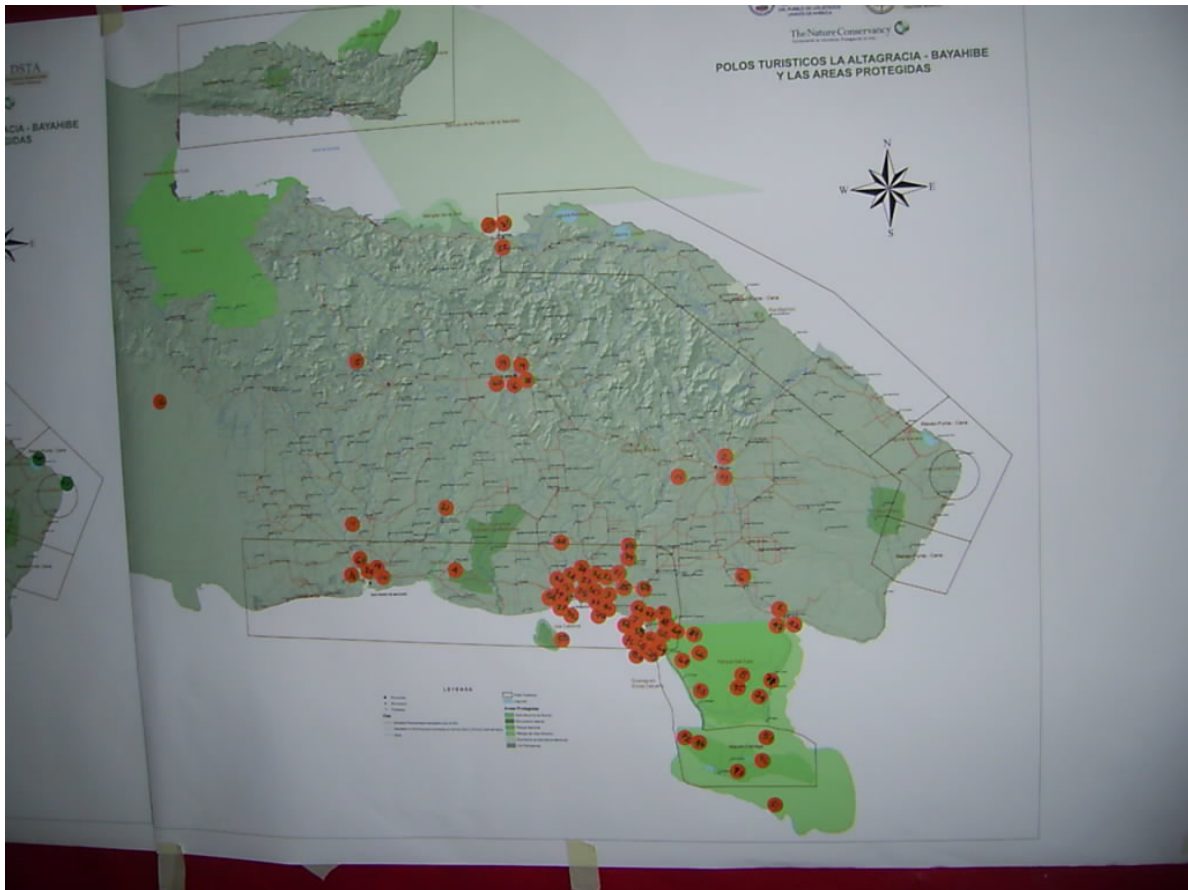


# LA ALTAGRACIA Y SU ENTORNO REGIONAL



● RECURSOS NATURALES

# LA ALTAGRACIA Y SU ENTORNO REGIONAL



● RECURSOS CULTURALES