

ID Proyecto: PICN-23-0064



I Convocatoria General Especial 2023 para Proyectos de Interés Cultural de la Nación

Nombre del proyecto:

Tourism Living Lab, laboratorio de investigación, desarrollo e innovación turística cultural

Beneficiario	DOMINE ABOGADOS Y ASESORES TRIBUTARIOS S.R.L.		
RNC	130968675		
ID Proyecto	PICN-23-0064	ID Renabe:	J-23-0035
Email	jesus@domine.es		
Presupuesto total del proyecto	25437600		
Presupuesto aprobado	5,087,520.00		
Fecha de inicio del proyecto	01/12/2023		
Fecha de finalización del proyecto	31/12/2024		

Documentos anexos

B: Proyecto diseñado y formulado completamente, con toda la información colocada previamente en el FUPC



Tourism Living Lab Smart Off... .pdf

C: Presupuestos detallados



Presupuesto Tourism Livingxlsx

D: Detalles del equipo de trabajo



CARNET DE RESIDENCIA VT... .pdf

- PDF CEDULA JESUS REOLID 2024.pdf
- PDF CV Fátima Reolid Consultorpdf
- PDF CV JESUS 20062023.pdf
- PDF PASAPORTE FÁTIMA MAR... .pdf
- PDF VISADO FÁTIMA SÁNCHEZ-...pdf
- XLS X Calendario desarrollo del pro...xlsx

E: Cronograma detallado

Detalles del proyecto

ID Proyecto PICN-23-0064

Nombre del proyecto

Tourism Living Lab, laboratorio de investigación, desarrollo e innovación turística cultural

Cantidad total de población impactada por el proyecto 11000000

Región Nacional

Nacional: Provincias impactadas del proyecto

- Bahoruco.
- Espaillat.
- Hato Mayor.
- Independencia.
- La Romana.
- María Trinidad Sánchez.
- Monte Plata.
- Sánchez Ramírez.
- Santiago Rodríguez.
- Azua.
- Barahona.
- Dajabón.
- Distrito Nacional.
- Duarte.
- El Seibo.
- Elías Piña.

- Hermanas Mirabal.
- La Altagracia.
- La Vega.
- Monseñor Nouel.
- Montecristi.
- Pedernales.
- Peravia.
- Puerto Plata.
- Samaná.
- San Cristóbal.
- San José de Ocoa.
- San Juan.
- San Pedro de Macorís.
- Santiago.
- Santo Domingo.
- Valverde.

Área y categoría del proyecto

5. Propuestas y proyectos de investigación sociocultural de orden artístico, histórico, antropológico, arqueológico, etnográfico, sociológico, museológico, museográfico y estudio de economía de la cultura.

Estrategia nacional de desarrollo. Objetivo específico:

END 2.6.1: Recuperar, promover y desarrollar los diferentes procesos y manifestaciones culturales que reafirman la identidad nacional, en un marco de participación, pluralidad, equidad de género y apertura al entorno regional y global.

2.6.1: Línea de acción sectorial asociada: Recuperar, promover y desarrollar los diferentes procesos y manifestaciones culturales que reafirman la identidad nacional, en un marco de participación, pluralidad, equidad de género y apertura al entorno regional y global.

2.6.1.2 Fortalecer, desarrollar y difundir con sentido de equidad la diversidad de procesos y manifestaciones culturales del pueblo dominicano, propiciando, la participación, la pluralidad, la superación de patrones culturales no favorables al desarrollo y la equidad de género.

2.6.1.3 Promover la descentralización en la intervención cultural gubernamental, mediante alianzas estratégicas con municipios y organizaciones culturales no gubernamentales y populares que contribuyan al desarrollo integral y sostenido de las comunidades.

2.6.1.5 Crear o acondicionar espacios municipales para el desarrollo de actividades socio culturales y propiciar su uso sostenido.

Sector

Multisector

Multisector

Consultoría en Planificación estratégica de productos turísticos que conserven y pongan en valor la cultura nacional dominicana, a través de la recolección de datos y el análisis de los mismos mediante el business intelligence

Antecedentes. Diagnóstico de la situación o problema a trabajar

La República Dominicana es un destino turístico consolidado en la tipología de turismo de sol y playa. Este es el producto más comercializado a nivel internacional. Además, este producto se comercializa en su mayoría a través de contratos con turoperadores, de modo que los turistas finales llegan a República Dominicana para consumirlo por un precio cerrado. Se trata del consumo del

denominado “todo incluido” a cambio de un precio determinado cerrado.

La comercialización de actividades turísticas a un precio “todo incluido” supone a día de hoy, el recibimiento de grandes cantidades de turistas que son dirigidos a las empresas implicadas para el consumo del producto comprado en exclusiva. Esto deriva en la adecuación para el turismo de las áreas colindantes. Estas áreas se especializan en estos servicios y modifican su estructura original enfocándose en agradar al viajero.

La especialización turística de áreas, promueve la pérdida de identidad cultural y provoca desequilibrios económicos sociales respecto de otras áreas sin enfoque turístico. Por ello y teniendo en cuenta que la actividad de turismo de sol y playa se desarrolla en la costa nacional, es importante planificar el desarrollo del turismo hacia multitud de áreas que logran conectar el interior del país a los flujos de viajeros.

Estrategia del proyecto

Ser proveedor referente en el desarrollo de estrategias de planificación responsable del turismo en la República Dominicana que contribuyan a un desarrollo justo de la actividad turística en la República Dominicana que conserve su patrimonio cultural, natural y económico para generaciones futuras. Ser proveedor referente de información acerca de la industria del turismo en la República Dominicana que sirva para conocer el comportamiento del turista, anticiparnos a los flujos de la actividad y mejorar la toma de decisiones en el sector de manera más ágil, eficiente y rentable.

Ser entidad que contribuya al posicionamiento competitivo de la marca país de la República Dominicana y a incrementar su nivel de competitividad como destino turístico.

Contribuir a la diversificación del modelo turístico de paquete “todo incluido” estandarizado en la mente del turista internacional mediante la ampliación de la oferta turística nacional en áreas de turismo cultural: turismo histórico, turismo religioso, turismo gastronómico, turismo artístico, turismo urbano, turismo rural, turismo etnológico, -entre otros-.

Ser oferente de productos accesorios y complementarios como la creación de una serie de podcast, radiofonías y vídeos donde se converse acerca de la inteligencia turística en el marco del fomento de la cultura y herramientas para su conservación y puesta en valor.

Descripción técnica y argumental del proyecto

Se presenta el proyecto de oficina de inteligencia turística, conocido como Smart Office, siendo esta un vehículo de planificación e intermediación turística basado en la investigación, el desarrollo y la innovación que aporte soluciones legales competitivas a las instituciones públicas y privadas nacionales que deseen conectarse a la actividad turística que recibe República Dominicana.

Objetivo general del proyecto

Concebir Planes Estratégicos de Turismo para instituciones públicas y privadas basado en un desarrollo sostenible que conecte los intereses del visitante y de la población local. Ser fuente de información veraz primaria e innovación en desarrollo de la actividad turística competitiva. La creación de experiencias enriquecedoras que ponen en valor el patrimonio cultural de la República Dominicana.

Objetivos específicos del proyecto

Descripción objetivo específico 1

Contribuir a un desarrollo sostenible de la actividad turística en la República Dominicana que conserve su patrimonio cultural, natural y económico para generaciones futuras.

Meta del objetivo específico 1

Ser proveedor referente en el desarrollo de estrategias de planificación responsable y consultoría de turismo en la República Dominicana

Actividades para lograr el objetivo específico 1

Promoción de servicios, planificación estratégica de planes de sostenibilidad turística que defiendan los intereses de todos los actores.

Descripción objetivo específico 2

Ser proveedor referente de información acerca de la industria turística nacional así como del comportamiento del turista.

Meta del objetivo específico 2

Anticiparnos a los flujos de actividad turística, así como a la tendencia en el comportamiento del turista

Actividades para lograr el objetivo específico 2

Compra, análisis y organización de datos turísticos e históricos.

Descripción objetivo específico 3

Contribuir al posicionamiento de la marca país.

Meta del objetivo específico 3

Incrementar el nivel de competitividad turística del destino República Dominicana.

Actividades para lograr el objetivo específico 3

Estructura de planes estratégicos de turismo competitivos, en sostenibilidad , técnicas de desarrollo, tecnología, accesibilidad e innovación

Descripción objetivo específico 4

Diversificar la oferta turística nacional dominicana.

Meta del objetivo específico 4

Diversificar el modelo turístico consolidado actual del "todo incluido" la república dominicana.

Actividades para lograr el objetivo específico 4

Potenciar de manera profesional y competitiva las actuales tipologías turísticas competitivas de la República Dominicana con el objetivo de conectar el mayor número de áreas posibles a los flujos turísticos. Esto se realizará a través de la creación de producto para instituciones públicas y privadas, así como la creación de órganos de gestión.

Explicación de contenido, características, impacto e importancia del proyecto para el desarrollo socioeconómico y cultural del país, destacando la favorabilidad en las comunidades de alto impacto al que va dirigido.

En la actualidad, los destinos turísticos que lideran el mercado, así como los productos, basan su estrategia en la generación de experiencias turísticas. En este sentido, la identidad cultural, la diferenciación y la autenticidad cultural juegan el papel más importante. Estos tres factores son los que potencian la experiencia turística.

Si dos o más destinos comparten tipologías turísticas en su abanico de oferta turística, ¿qué los hace especiales?, ¿qué diferencia a un producto de otro?, ¿qué factor hará que el turista decida consumir mi producto o destino y no el del destino competidor?

Es aquí donde se debe buscar y potenciar los factores diferenciadores, siendo el más importante el factor cultural.

Comercialización de servicios al turista en conglomerado a cambio de un precio único cerrado.

Estudiando y practicando la puesta en valor del patrimonio cultural, estamos

invirtiendo recursos en la defensa del liderazgo de la competitividad turística en

destinos con productos similares y en general en el panorama global de la industria turística.

Este producto de consultoría, sirve de herramienta de apoyo a cualquier institución pública y privada de la nación, así como impacta a los 11,12 millones de habitantes de la república dominicana, por su grado de implicación en el desarrollo sostenible del país.

Documentación sobre particularidades y características, según la naturaleza temática y técnica del proyecto.

Las tipologías turísticas que ofrece un destino, son las diferentes modalidades de turismo que se encuentran consolidadas en la gama de servicios que comercializa en esta industria.

Por otro lado, los destinos consolidados son lugares que reciben altas cuotas de turismo para la práctica de una determinada tipología turística. Este es el caso de República Dominicana. La isla centroamericana es un destino turístico consolidado en la tipología de turismo de sol y playa. Este es el producto más comercializado a nivel internacional. Además, este producto se comercializa en su mayoría a través de contratos con turoperadores, de modo que los turistas finales llegan a República Dominicana para consumirlo por un precio cerrado. Se trata del consumo del denominado "todo incluido" a cambio de un precio determinado cerrado.

4

La comercialización de actividades turísticas a un precio "todo incluido" supone a día de hoy, el recibimiento de grandes cantidades de turistas que son dirigidos a las empresas implicadas para el consumo del producto comprado en exclusiva. Esto deriva en la adecuación para el turismo de las áreas colindantes. Estas áreas se especializan en estos servicios y modifican su estructura original enfocándose en agradar al viajero.

La especialización turística de áreas, promueve la pérdida de identidad cultural y provoca desequilibrios económico sociales respecto de otras áreas sin enfoque turístico. Por ello y teniendo en cuenta que la actividad de turismo de sol y playa se desarrolla en la costa nacional, es importante planificar el desarrollo del turismo hacia multitud de áreas que logran conectar el interior del país a los flujos de viajeros.

Dados los históricos desequilibrios de desarrollo demográfico presentes en países como España, derivados de un turismo no planificado entre 1970 y 1990 (J. Vera, 1994), poseemos modelos de desarrollo que observar y analizar para poder ser previsores en materia de planificación turística en República Dominicana.

Ofrecer productos culturales nacionales al turismo, es una excelente manera de ganar competitividad dentro del mercado turístico internacional porque existen muchas opciones a la hora de elegir dónde viajar para disfrutar del mar, pero la cultura es única en cada lugar y ese es un gran factor diferenciador. En este punto es donde hemos de poner en valor la autenticidad, pues es cierto que en muchos destinos algunos elementos culturales son modificados y adaptados para facilitar su consumo.

Instituciones privadas que estructuran varios servicios en un mismo producto y lo proveen a agencias de viaje minoristas para que estas lo ofrezcan al turista final, haciéndolos más accesibles, más económicos y -lamentablemente-

reduciendo su pureza en la mayoría de los lugares. Es el caso de la artesanía típica y su elaboración. Los artículos de artesanía que adquiere el turista, son con el tiempo fabricados de manera industrial, en destinos diferentes al de su procedencia inicial, rompiendo la esencia del producto artesanal y de su origen.

Otros elementos como la gastronomía o los espectáculos culturales, son consumidos directamente en el interior de resorts de grandes dimensiones, junto a otros cientos de turistas como espectadores. Esta alimentación y espectáculos son sacados totalmente del contexto local, producidos de manera organizada y adaptada a la vez, para que su exposición y consumo suponga el menor riesgo posible para el visitante. Por todo ello, para diferenciarnos de otros destinos competidores que juegan en el mercado a ofrecer el turismo de sol y playa y destacar, hemos de potenciar el valor de otras tipologías y la promoción de la experiencia turística.

Planificar productos turísticos que conecten la realidad cultural histórica y cotidiana de cualquier destino del país con los flujos de turismo. Fomentar la inversión del desarrollo de estructuras de soporte turístico de manera igualitaria en el mapa de la República Dominicana.

En términos de comercialización, el factor diferenciador es sumamente importante. Diferenciarnos de la competencia, nos permite ser recordados con atención, aumenta el deseo de retorno del cliente y podemos incrementar las cuotas de fidelización. En este sentido, el patrimonio cultural es la mayor fuente de exclusividad otorgada a un territorio, pues la influencia de las personas y la historia es única en cada lugar.

Desde las edificaciones a la herencia cultural gastronómica son absolutamente únicas por la suma de todas las influencias históricas que las han conformado.