a Competir

Inteligencia Competitiva

Número 7 Boletín Informativo del CNC Marzo 2009

Clusters Turísticos

en República Dominicana

Mensaje del Director del Consejo Nacional de Competitividad

El turismo es sin dudas uno de los principales pivotes de la economía dominicana, generador de miles de empleos directa e indirectamente, y con un importante efecto multiplicador en otros sectores productivos. Desde la perspectiva de la competitividad de nuestro país, el Consejo Nacional de Competitividad entiende que el turismo tiene un amplio potencial para aumentar mucho más su participación y su posicionamiento en los mercados internacionales, y esto puede lograrse siguiendo los lineamientos estratégicos para el sector ya plasmados en el Plan Nacional de Competitividad Sistémica. En términos generales se debe impulsar la asociatividad empresarial a través de modelos como el de los clusters; se deben continuar los esfuerzos para diversificar la oferta complementaria y los productos y servicios existentes; se debe mejorar la calidad de los recursos humanos en el sector; y además, promover una mayor articulación entre el sector turístico y otros sectores productivos nacionales, como el agroindustrial. Algunos de los logros, y también desafíos importantes en el sector turístico nacional, son los que nos ocupan en esta edición del Boletín a Competir.

Andrés van der Horst Alvarez
Secretario de Estado
Director Ejecutivo

Indice

2. Pilares de la competitividad turística dominicana
4. Primera Conferencia Global sobre Competitividad Turística
7. Acciones concretas que se han formalizado en torno al modelo de clusters turísticos en RD
8. Potencial de la artesanía en la República Dominicana
10. Bandera Azul, signo de compromiso y distinción

Pilares de la competitividad turística. Plan Nacional de Competitividad Sistémica

Por: Tamara V. Vásquez, Coordinadora de Turismo Sostenible y Cultural
Consejo Nacional de Competitividad.

La tendencia en la demanda turística a nivel mundial evidencia como los patrones de decisión de los turistas se supeditan cada vez más hacia la selección de destinos que enfoquen sus estrategias de desarrollo en programas que cumplan con los principios económicos, sociales y medioambientales que rigen el Turismo Sostenible. No es casualidad que los países más exitosos en materia turística estén apuntalando sus esfuerzos hacia la diferenciación de sus productos y servicios a través de iniciativas enfocadas en la apropiación de sus nacionales del acervo cultural que les caracteriza, así como hacia la sensibilización, adecuación y aplicación de los estándares, normas y certificaciones de calidad y medioambiental que galardonen sus destinos.

Es a partir de estas nuevas exigencias que los países con vocación turística reorientan sus políticas hacia la adecuación y aplicación de modelos de gestión que propicien precisamente la sostenibilidad de sus destinos, potenciando la generación de un mayor capital social que garantice una experiencia única y diferente a sus visitantes nacionales e internacionales. El modelo de clúster busca satisfacer parte de estas nuevas exigencias. Como ejes transversales los mismos perfilan sus acciones hacia la inducción de un pensamiento estratégico entre sus actores así como en la generación de cambios de paradigmas orientados a las transformaciones locales basadas en la inclusión social. Igualmente apuestan hacia la articulación intersectorial para la consolidación de instituciones locales más fuertes, que promuevan un desarrollo social e institucional que garantice la competitividad del sector. El Plan Nacional de Competitividad Sistémica (PNCS), en su capítulo de Turismo identifica 6 pilares -**Ordenamiento y Planificación Territorial, Formación, Salud, Seguridad, Promoción e Integración de las Comunidades**- como prioritarios para el desarrollo sostenible y competitivo del sector.

En lo que respecta al primer pilar, importante es destacar que para asegurar la sostenibilidad de las zonas turísticas del país ese hace necesaria la aplicación rigurosa de las regulaciones y estrategias de desarrollo que garanticen una ***planificación y ordenamiento*** integral, así como dotarlas de la infraestructura básica, servicios y condiciones adecuadas del entorno. Estas condiciones deben venir acompañadas con una estrategia de promoción y adopción de prácticas de producción sostenibles que garanticen, especialmente un respeto al medioambiente. No se puede aspirar competir globalmente en el sector de la hospitalidad sin unos recursos humanos capaces de ofertar servicios de calidad a sus turistas nacionales e internacionales. De aquí radica la importancia del pilar *formación*, como condición sinéquanone para la competitividad de los destinos. Es en tal sentido imprescindible dar solución a la compleja situación actual del déficit en la educación primaria-secundaria a nivel nacional. Se debe fortalecer la vinculación entre el turismo y las instituciones educativas, institutos técnicos, universidades y representantes de la comunidad sobre todo en materia de investigación y desarrollo de nuevos productos así como profundizar en campañas de concienciación a nivel nacional sobre el turismo, su importancia, sus aportes y en especial su capacidad de contribuir a la mejora de la calidad de vida de los dominicanos.

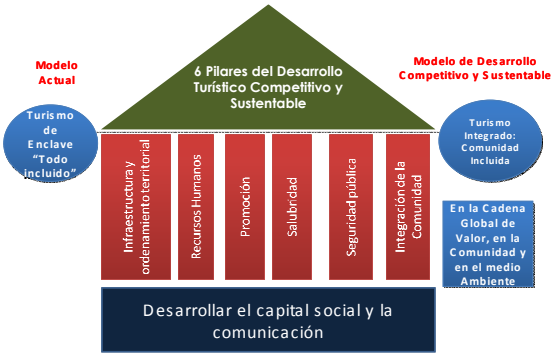
Debemos contar en otro orden con estrategias mercadológicas que potencien y contribuyan al posicionamiento del país a nivel internacional, en especial una estrategia de Marca País que consolide y posicione el destino. En este sentido, en lo que corresponde al pilar de la ***promoción***, debemos destacar el esfuerzo que ha venido desarrollando el Ministerio de Turismo en la promoción internacional del país. Se hace necesario complementar este importante esfuerzo con la articulación de acciones pertinentes para la ejecución de una estrategia país que

consolide una visión integral que abarque el sector exportador de bienes y servicios, más allá del turístico, y que permita potenciar al mismo tiempo el clima de inversión en el país, así como la sensibilización y autenticidad de la sociedad. La tendencia internacional evidencia que es ésta la vía más eficaz y permanente de posicionar a los destinos a nivel mundial. Igualmente se deben fortalecer las acciones enmarcadas a la profesionalización de los planes de marketing en las distintas zonas turísticas del país, que estén debidamente articuladas con la estrategia marca-país.

En lo que respecta *a **salud y seguridad***, se hace necesario contar con una plataforma eficiente que garantice una rápida respuesta por parte de los sectores público y privado para eventuales acontecimientos catastróficos, brotes, epidemias, entre otros, así como para la seguridad de todos los ciudadanos y turistas que nos visitan. Para esto es necesario fortalecer a las instituciones responsables de garantizar estas necesidades con el debido equipamiento, capacitación permanente y con recursos económicos que garanticen su eficiencia y capacidad de respuesta.

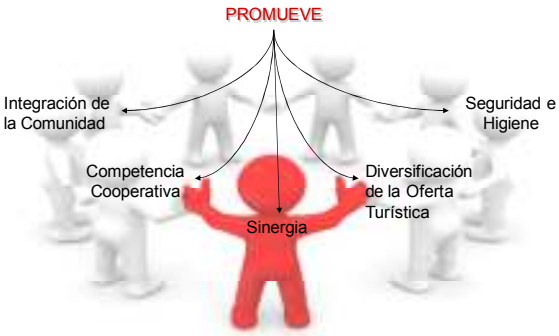
Se ha llamado la atención sobre la necesidad de una mayor integración de las comunidades para garantizar la sostenibilidad del sector. Es por esto que de manera expresa el PNCS incluye el sexto pilar relacionado a la ***Integración de las comunidades*** a través de modelos de asociatividad que potencien un capital social colectivo. Es en tal sentido que plantea el apoyo y fortalecimiento de los modelos de gestión colectiva o clusters que tome en cuenta todos los actores que conforman la cadena de valor de la actividad.

Competitividad Turística en el Plan Nacional de Competitividad Sistémica



El PNCS identifica algunos retos adicionales que deben ser tomados en cuenta por los hacedores de políticas y sector turístico privado nacional. Estos retos se circunscriben a continuar todos los esfuerzos que potencien el fortalecimiento de las MIPYMES turísticas a través de programas de formalización, capacitación y mecanismos que faciliten su financiación. Igualmente la implementación de sistemas de estandarización y certificación –medioambiental, formación y calidad- a nivel nacional e internacional así como el estímulo a medidas que potencien la innovación y creatividad como ejes prioritarios de la diferenciación. Un reto adicional, y no menos importante en nuestra opinión, radica en la necesidad de diversificar la oferta turística en aras de estimular un incremento en el gasto promedio de los visitantes, sus pernoctaciones, así la repetición de su visita. Igualmente estructurar y monitorear los indicadores de medición de impacto del sector así como de sostenibilidad.

Modelo de Turismo Competitivo y Sustentable



siguenos en:
facebook
twitter
Consejo Nacional de Competitividad (CNC) @CNCRD

1st TCI GLOBAL CONFERENCE ON TOURISM COMPETITIVENESS

"World class sustainable competitive tourism clusters"

www.drtourismclusters.com

República Dominicana: elegida como sede para la Primera Conferencia Global sobre Competitividad Turística

Hotel Barceló Bávaro, Punta Cana

Otras conferencias de TCI

La República Dominicana ha sido seleccionada por The Competitiveness Institute (TCI) (entidad líder a nivel mundial en la promoción de la competitividad a través del modelo de clusters) para ser la sede de la Primera Conferencia Global sobre Competitividad Turística, a ser celebrada los días 7 al 10 del mes de Abril de 2010, en las instalaciones del Centro de Convenciones del Complejo Barceló Bávaro, en Punta Cana.

El Consejo Nacional de Competitividad (CNC), en su relación directa y constante con TCI ha sido designado anfitrión y contraparte nacional de este importante evento. Esta importante iniciativa, de alta proyección internacional, es un reconocimiento a la labor que ha venido realizando el CNC para consolidar el modelo de competitividad sistémica y el desarrollo y fortalecimiento de los clusters del país.

El objetivo principal de la celebración de la Conferencia Global "Competitividad Turística de Clase Mundial, Punta Cana 2010", es generar un espacio de discusión de alto nivel, en el que expertos internacionales del área, estudiantes de hotelería, empresarios privados del sector turístico (hoteles, restaurantes, agencias de viaje, tour-operadoras, líneas aéreas, etc.), representantes de clusters turísticos, medios de comunicación especializados en turismo, funcionarios de gobierno, académicos de todas partes del mundo, así como la sociedad civil organizada, contemplen las oportunidades y desafíos que presenta el modelo de clusters para el desarrollo sostenible del sector turismo. Igualmente, se aprovechará el de eventos y convenciones globales de alto nivel. La conferencia promete promover nuestro destino en los escenarios de desarrollo de la TCI y se espera contar con una participación de aproximadamente 400 invitados nacionales e internacionales, éstos últimos expertos en materia de competitividad y clústerización.

La agenda del evento contempla para el primer día una apertura oficial por parte del Secretario de Estado y Director Ejecutivo del Consejo Nacional de Competitividad (CNC), seguida de un curso introductorio de clusters y en la noche un cóctel de bienvenida. El desarrollo de la actividad seguirá los tres próximos días, y se prevén visitas tours al clúster turístico La Altagracia, Romana - Bayahibe y otros puntos turísticos del área (como Altos de Chavón, Casa de Campo), conferencias magistrales de representantes del sector a nivel nacional e internacional, así como de representantes del sector privado (académicos, representantes de las asociaciones y líderes empresariales e industriales), y la sociedad civil organizada, una cena de gala, así como el desarrollo de conferencias paralelas sobre temas relacionados a clusters turísticos.

En este sentido, se han predefinido algunos temas que conformarán el programa de exposiciones en la Conferencia:

Programa Tentantivo (comprimido)

Día	Temas
Miércoles 07 de abril	Clusters 101: Curso Introductorio Inauguración oficial y en la noche coctel de bienvenida
Jueves 08 de abril	Visitas al Clúster Turístico de La Altagracia y al Clúster de Romana Bayahibe
Viernes 09 de abril	Rol de los clusters turísticos en la competitividad Promoviendo la excelencia en los clusters turísticos Promoviendo la sostenibilidad en los clusters turísticos Incrementando la competitividad de los clusters en conferencias y talleres paralelos en: 1) Los ABC de la cauterización en la industria del turismo, 2) Mejorando el emprendedurismo en los clusters turísticos, 3) Desarrollo de productos de comunicación para incrementar la atención del público para la conservación y la comunidad del ecoturismo, 4) Clusters turísticos como iniciativa para desarrollar el sector turismo, 5) Rol de los medios de comunicación para promover los clusters turísticos, 6) Caso de estudio del Cluster Turístico de Punta del Este, Uruguay.
Sábado 10 de abril	Cena Emblemática Articulación de los diferentes actores de los clusters Caso de estudio de un clúster turístico en la República Dominicana Impacto de los clusters turísticos en el desarrollo de otros clusters (industriales, agrícolas) Explorando los diferentes nichos para los clusters turísticos Creando alianzas globales y regionales para clusters turísticos sostenibles Sesión de cierre

Algunas de las instituciones expositoras en el evento

Entre los expositores de estos temas estarán: Alonso Ramos Vaca, director del TCI; el doctor Don Hawkins, de la Universidad George Washington; Juan Manuel Martín de Oliva, del Banco Popular Dominicano; Chris Seek, de Solimar Internacional, entre otros. También se espera la presencia del ministro de Turismo, Francisco Javier García Fernández y de otros altos funcionarios del Estado Dominicano, por la importancia de esta actividad a nivel mundial

La realización de este evento en la República Dominicana es una oportunidad para la industria local, ya que las empresas de los diferentes sectores productivos del país pueden obtener más conocimientos sobre el modelo de clusters e incrementar las posibilidades de beneficiarse del mismo. De la misma manera el evento contribuye, entre otras cosas, al posicionamiento de la República Dominicana como destino que ofrece más que sol y playa y un inmenso potencial para la celebración de eventos de tal magnitud.

1st TCI GLOBAL CONFERENCE ON

TOURISM
COMPETITIVENESS

"World class sustainable competitive tourism clusters"

Punta Cana 2010

www.drtourismclusters.com
April 7-10, 2010
Punta Cana
Dominican Republic

Acciones concretas que se han formalizado en torno al modelo de Clusters Turísticos en RD

Por: Tamara V. Vásquez, Coordinadora de Turismo Sostenible y Cultural Consejo Nacional de Competitividad.

En la República Dominicana se ha venido trabajando en la creación, apoyo y consolidación de más de nueve clusters turísticos a nivel nacional. Estos Clusters, situados en las provincias de Romana, La Altagracia, Samaná, Puerto Plata, La Vega (con clusters en Jarabacoa y Constanza), Montecristi, Barahona, Pedernales y la ciudad de Santo Domingo, aúnan sus esfuerzos para la consolidación de la República Dominicana como un destino turístico de clase mundial. Aunque existe un grado de madurez distinto entre éstos, sus líneas de intervención comienzan a evidenciar efectos positivos en los destinos donde operan.

Por solo citar algunos ejemplos, destacamos el caso de ***Romana-Bayahibe*** la cual, a través de la gestión del Cluster se convirtió en el primer destino turístico en el Caribe en obtener la Certificación Bandera Azul así como contribuyó a que todos los hoteles de la zona obtuvieran certificaciones Globo Verde. Se consolidó igualmente en el primer Clúster en firmar un acuerdo de co-manejo con la Ministerio de Medio Ambiente para ayudar a administrar el jardín botánico y arqueológico del Este de la comunidad de Padre Nuestro. El ***clúster Turístico Cultural de Puerto P****lata* por su parte, ha contribuido a la renovación del centro histórico de la ciudad así como la restauración de las casas victorianas tradicionales. Ha apoyado el proyecto eco-turístico dirigido por la comunidad "Charcos de Damajagua" a través de la asistencia de Globo Verde, así como ha contribuido en la ejecución de programas de concienciación de los líderes de la comunidad. Ha apoyado la gestión para la obtención de certificación Bandera Azul para las playas de Costa Dorada y Playa Dorada, entre otras actividades de igual importancia.

El ***clúster turístico de Barahona***, el cual además de sus aportes en la elaboración del plan estratégico de mercadeo para ayuda a las MiPYMEs de la zona, ha trabajado arduamente en la promoción de la inversión pública y privada para mejorar la infraestructura, el medio ambiente y la calidad de vida de la provincia, destacándose el acercamiento con el municipio y otros socios en la planificación urbana. Igualmente ha sido un apoyo clave a los inversionistas privados, a través del apoyo a proyectos de inversión turística importante. Junto al **Clúster de Pedernales**, Barahona ha venido apoyando las gestiones de la actual campaña Orgullo de mi Tierra de la empresa CCN (Centro Cuesta Nacional), cuyos aportes apuestan hacia la valorización y rescate cultural de estas provincias, así como su consolidación como destinos turísticos sostenibles.

Santo Domingo por su parte, cuenta con un clúster que ha impulsado importantes iniciativas para la sensibilización sobre la importancia de proteger el entorno, ha apoyado el proceso de consolidación y consenso para la creación de la marca ciudad de Santo Domingo, así como dirige sus acciones, entre otras cosas, hacia el remozamiento y ordenamiento de la zona Colonial como atractivo distintivo del país, como ciudad primada de América. Igualmente apoya la consolidación dl destino a través de la promoción e implementación de programas innovadores y de concienciación a nivel local.

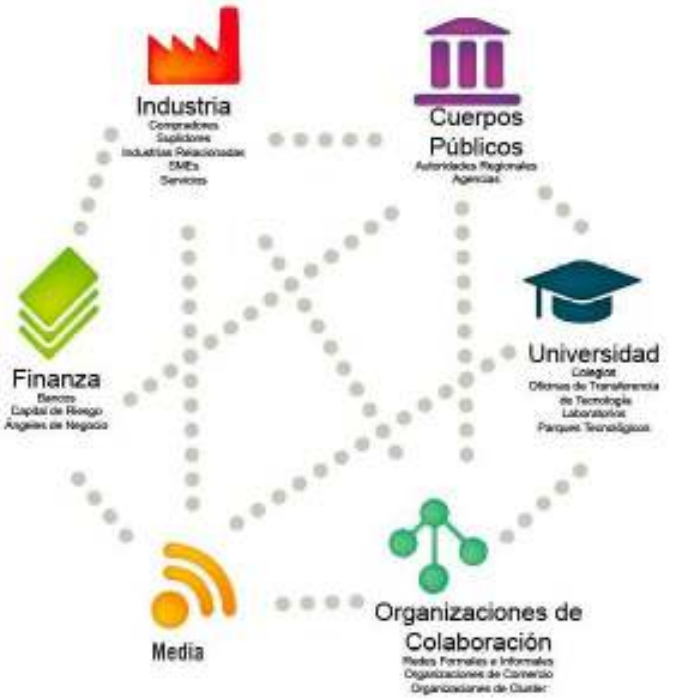


Foto extraída del libro: Clusters, Equilibrando Fuerzas Constructivas y Evolutivas.

Los ***clusters turísticos de Constanza y Jarabacoa,*** aúnan sus esfuerzos en la consolidación de productos turísticos integrales que potencien el segmento eco y agroturístico, así como la conservación de su medioambiente. De manera concreta vale destacar el esfuerzo que ha venido desarrollando el clúster de Constanza en la formalización y adecuación de planes de co-manejo en sus atractivos naturales de "Aguas Blancas" y Monumento de "La Piedra Letrada", así como en Valle Nuevo, donde han aportado en la definición de nuevas rutas y senderos, señalización y mantenimiento de vías de acceso. Por su parte a través del ***Cluster de Montecristi,*** se empieza a trabajar en la elaboración de su plan estratégico así como en la promoción de la cohesión entre sus miembros. Estas actividades están siendo apoyadas por el CNC, el Programa DSTA de la USAID y el Consorcio Dominicano de la Competitividad Turística.

Estas actividades, conservadoras dentro de las muchas que componen la agenda actual de cada cluster, permite evidenciar a grandes rasgos la trascendencia de este modelo como medio eficaz para contribuir a fortalecer las estrategias públicas-privadas que garanticen la eficacia en la implementación de las acciones orientadas hacia la conservación del medioambiente y recursos naturales, promoción y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas con vocación turística y fortalecimiento de la cadena de valor que conforma el sector. Estos avances han contribuido al fortalecimiento de redes asociativas entre los distintos destinos turísticos convirtiéndose en un camino unificado para la promoción de los mismos a nivel regional. Otro de los aportes de clusters radica en su capacidad para aportar a la planificación del destino y desarrollo de infraestructuras, entrenamiento profesional y desarrollo de habilidades personales, en las áreas de tecnología y desarrollo de sistemas así como en la coordinación de las industrias relacionadas y compra de productos locales. Es por esto que consideramos necesario se

continúen aunando los esfuerzos que permitan consolidar el modelo así como se trabaje en un programa de concienciación nacional sobre la importancia del turismo así como su capacidad para contribuir a la generación de capital social colectivo y bienestar social de la nación.

Son muchos los retos y oportunidades que se pueden potenciar a través de los clusters. Los mismos requieren sin embargo de mucha visión pero sobre todo de un verdadero compromiso y espíritu de cooperación.

Clusters Turísticos del País

Clúster de Barahona

Cluster de Puerto Plata

Cluster de La Altagracia

Potencial de la artesanía en la República Dominicana

Extraído del Informe de Investigación de Mercado de la Artesanía realizado por Fátima Portorreal, MSc. Septiembre 2008. En el marco de un proyecto CNC-AIDEICA.

El mercado de artesanías en el país se caracteriza por no tener información disponible que permita planificar de manera eficaz el sector. Por tal motivo en el año 2008 el Fondo de Competitividad (FONDEC) y la Asociación Iberoamericana para el Desarrollo y Cooperación de la Artesanía (AIDECA), solicitaron la realización de la Investigación de Mercado de Artesanía Dominicana en la Región Este del país.

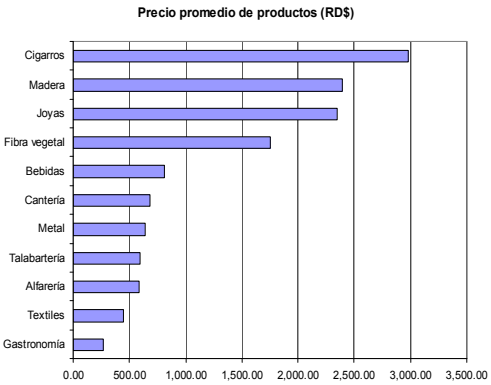
Para esto se desarrolló un censo de negocios de artesanías en la Zona Este del país, cubriendo toda el área costera desde Boca Chica hasta Bávaro – Macao. Los resultados arrojaron que la zona posee unos 461 negocios de venta de artesanías a turistas, estos se encuentran ubicados mayormente en la zona de Bávaro – Punta Cana – Macao (57%), seguidos por Boca Chica – Juan Dolio, La Romana, Higuey – La Otra Banda.

La mayor parte de los negocios de venta de artesanías se clasifican como micro o pequeñas empresas, debido a que su cantidad de empleados no supera los 20 trabajadores. Cerca del 50% de las empresas tiene 2 o menos empleados, mientras un 20% posee 3 y casi el 33% supera los 4 empleados.

En general, existe una fuerte mezcla de productos artesanales la cual es un posible determinante de la mayor duración en el mercado, puesto que los negocios que logran combinar las artesanías con otros productos también tienden a permanecer más tiempo en el mercado. Algo más del 50% de los negocios de venta de artesanías estudiados, sólo venden artesanías, mientras que más de un tercio combina las artesanías con otros productos, y apenas 12% son otros tipos de negocios como de venta de textiles, puros o talleres.

En cuanto a los tipos de productos que venden los negocios de artesanías para turistas el estudio arrojó que la joyería es el producto que más negocios venden, la cual es distribuida por cerca de 75% de los negocios. Las maderas, cerámicas, textiles y bebidas son vendidas por más del 50% de los negocios, mientras los cigarros puros y la cantería lo son por más del 40%.

De los 4 productos más vendidos y de mayor presencia en los negocios, dos, la madera y las joyas, poseen precios comparativamente elevados, mientras otros dos, las alfarerías y los textiles, poseen precios reducidos. Los precios medios muestran otra cara de la mezcla de productos que hacen los tenderos, entre productos de precios elevados, medios y bajos.



A través de este estudio se estimó que los negocios estudiados generan unos 494 millones de pesos semanales durante la temporada alta, cifra que se reduce a 111 millones en temporada baja. Este indicador muestra que los negocios de artesanía venden alrededor de 402 mil pesos semanales en temporada alta, mientras sólo 25 mil en temporada baja.

Un aspecto importante arrojado por el estudio es la persistencia de bajos niveles de relación con el exterior, lo cual se refleja en un elevado desconocimiento de espacios de participación como la Feria de Regalos y Souvenirs de El Caribe, y en la no participación en otras

A la luz de los resultados se considera pertinente la promoción de modelos organizativos entre los diversos negocios que permitan homogenizar precios y prácticas entre los diversos negocios, así como negociar grupalmente con guías, Tour operadores y hoteles. El sector evidencia un elevado grado de desconexión con las actividades internacionales a las que pueden acceder, lo que hace pensar en la necesidad de desarrollar programas de difusión en este sentido.

Es necesario desarrollar modelos de crédito que aseguren al sector su permanencia. En este sentido, AIDECA juega un papel importante puesto que puede promover el desarrollo de programas de cooperativas y otras vías de crédito en mejores condiciones. Dado el reducido tamaño de las firmas abordadas, parece pertinente la incorporación del sector a los proyectos de promoción como PROMIPYME, pero también de la difusión de prácticas administrativas y servicios acorde a esta realidad.

Sin lugar a dudas es un sector con mucho potencial competitivo, que debe ser impulsado como elemento vital del sector turístico nacional.

Bandera Azul, signo de compromiso y distinción

Por: Tamara V. Vásquez Sosa
Coordinadora de Turismo Sostenible y Cultural, Consejo Nacional de Competitividad.

El programa de Certificación de calidad Bandera Azul busca promover el desarrollo sostenible y uso adecuado de las playas y marinas a nivel mundial a través del cumplimiento de 29 criterios directamente relacionados con: 1) la calidad de las aguas, 2) el desempeño medioambiental, 3) información y educación y 4) seguridad y servicios.

El programa inicia en el 1987 con una participación de 10 países del continente Europeo. Hoy día, sin embargo, 38 países –Europa, Suráfrica, Canadá, Nueva Zelanda y cuatro del Caribe- han implementado exitosamente el programa con un total de 3,450 certificaciones. España ocupa el primer lugar con 455 playas certificadas, seguido de Grecia con 419. Francia, Italia y Dinamarca le prosiguen en orden de liderazgo, con un total de 263, 225 y 202 certificaciones, respectivamente. En el segmento de marinas, Alemania lidera el número de Banderas Azules con un total de 115 certificaciones seguida España con 75, Francia con 71, Dinamarca con 68 e Italia con 60.

La Región del Caribe cuenta con 19 playas y 5 marinas certificadas. Puerto Rico, República Dominicana, Bahamas y Jamaica honran la región con este galardón. En nuestro país, la playa de Bayahibe fue la primera en ondear con orgullo la Bandera Azul. La misma se obtuvo en el 2003 gracias al liderazgo asumido por los comunitarios de dicho municipio así como el compromiso de los hoteleros de la zona para el cumplimiento de los estándares básicos que exige el programa.

El Consejo Nacional de Competitividad, en su visión de contribuir con las bases para llevar el turismo a ser competitivo y sustentable, ha aunado sus esfuerzos junto al Instituto de Derecho Ambiental de la República Dominicana (IDARD) en la asesoría a los cluster turísticos y operadores locales para la implementación conjunta de una estrategia de protección medioambiental enfocada al desarrollo turístico sostenible. Gracias a estas iniciativas, y al compromiso asumido por los clústers turísticos existentes, el país cuenta actualmente con 8 tramos de playas certificadas ubicadas las zonas de Samaná, Bávaro, Puerto Plata y Bayahibe, lo que posiciona a la República Dominicana como líder en el Caribe en galardones Bandera Azul, seguido de Puerto Rico con 6 galardones. Jamaica por su parte cuenta con 5 certificaciones.

Nuevos segmentos de playas están en proceso de obtención de la certificación de calidad ambiental en nuestro país. Los grupos hoteleros Bahía Príncipe, Iberostar, junto a OASIS, Viva Windham, Catalonia, Dreams y Natura Park son algunas de las cadenas hoteleras más comprometidas en la apuesta por elevar los niveles de competitividad de las zonas de playas a través de la mejora de sus indicadores de desempeño ambiental. En lo que respecta al segmento de las Marinas, Bahamas lidera el indicador con 5 certificaciones, seguido de Bahamas con tres y Jamaica con una. República Dominicana aunque no cuenta con ningún galardón para este segmento, aúna sus esfuerzos a través del IDARD para que las principales marinas deportivas del país se aboquen al cumplimiento de los estándares del programa. Felicitamos la iniciativa y más en estos momentos donde se evidencia el incremento en la construcción de nuevas marinas deportivas en el territorio.

Bandera Azul es un signo de compromiso continuo. Los turistas se muestran cada vez más conscientes sobre la importancia de la sostenibilidad medioambiental, y la tendencia evidencia que éstos factores se están convirtiendo en aspectos esenciales a la hora de selección de un destino final para vacacionar. Su obtención es mérito de prestigio, sin embargo su mantenimiento en el tiempo es lo que nos permitirá como destino apostar hacia un desarrollo sostenible del sector turístico nacional.

Las fotos publicadas en esta edición del boletín electrónico “a Competir” han sido extraídas del website www.google.com, www.corbis.com y de publicaciones impresas como el Plan Nacional de Competitividad Sistémica y el libro “Clusters, Equilibrando Fuerzas Constructivas y Evolutivas”.