

Santo Domingo Natural: El Uso de las Tics y las estrategias mercadológicas en la creación de un nuevo paradigma

Dominican Republic



Luis Emilio Mol...



**Esto está contra la ley pero
peor aun esta contra ti.**

**Los rios son turismo, los rios son ecología, los
rios te pueden sostener cuidalos y sácales
provecho sin destruirlos.**

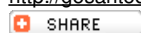


**Organization type:**

nonprofit/ngo/citizen sector

Budget:

\$10,000 - \$50,000

Website:<http://gosantodomingo.travel/>

- [Biodiversity](#)
- [Crime prevention](#)
- [Green business](#)
- [Population](#)
- [Social work](#)
- [Waste](#)
- [Water Supply](#)

Project Summary

Elevator Pitch

Concise Summary: Help us pitch this solution! Provide an explanation within 3-4 short sentences.

El proyecto se basa en un principio elemental: Si lo conoces, lo apreciarás, la idea es trabajar con el Ministerio de Medio Ambiente, la comunidad, un grupo de Empresas Privadas, Los Medios de Comunicación y el Sector Turismo, para la creación de medios de vida sustentables para los habitantes de las áreas costeras y de los ríos y manantiales. El proyecto tiene varios componentes incluidos promoción, comercialización, educación, y manejo de áreas protegidas por medio de la creación de modelos de negocios que incluyen la creación de la Marca, una identidad gráfica, y un "Branding" lo innovador es que todo el proceso será televisado por medio de una alianza con una serie de canales de televisión: Santo Domingo Es: Naturaleza, en el programa se presentaran las comunidades, los proyectos, los sueños, siendo una documentación total del proyecto el cual es transmitido en el formato de televisión real, lo que se busca es ponerle un rostro a la situación, educar a la población de la isla (esta es la clave la educación), por medio del programa de televisión, y el involucramiento de la comunidad con actividades cada semana donde diferentes sectores a través de organizaciones gremiales van aportando algo a la realización del proyecto. La asesoría legal la dará el Colegio de Abogados de la R.D., los planos y otras asesorías técnicas la dará el Colegio Dominicano de Agrimensores, Arquitectos, e Ingenieros (CODIA), el Plan de Negocios será apoyado y asesorado por la escuela de negocios de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), La Escuela de Negocios Barna u otra similar, los aspectos de política medioambiental y permisos los dará el Ministerio de Medio Ambiente de la República Dominicana (existe un acuerdo entre el CTSD y Medio Ambiente), el manejo de los turistas y el proceso de venta, a cargo del Ministerio de Turismo, Las Asociaciones de Guías, Tour Operadores y afines etc. La idea es involucrar, difundir y dar a conocer el trabajo usando las Tecnologías de la Información, comunicaciones y Conocimiento (TICS), para lograr de esta manera que el ejemplo pueda ser replicable. El programa y todo el proceso será documentado y luego subido a un canal en la internet, además de negociar su transmisión a nivel continental, esperamos motivar el cambio por medio de la comunicación a nivel global de una pequeña isla en el Caribe, queremos emplear estas ideas combinadas, con una visión de como el turismo puede ser la base para la sustentación de este tipo de proyectos. Las comunidades seleccionadas construirán toda la infraestructura turística que necesitan, los paquetes turísticos, la comunicación, la marca, y la estructura legal que permita que el proyecto continúe y sea autosostenible. En definitiva el proyecto en sí se mezcla con otro proyecto que es la comunicación del mismo, para así poder educar tanto a nivel nacional como internacional. Creemos firmemente que es necesario un proceso de empoderamiento de las comunidades y que se necesita dar a conocer estos esfuerzos y así sumar las empresas, instituciones, personas, que puedan contribuir al mismo.

About Project

Problem: What problem is this project trying to address?

El problema primario es la falta de oportunidad y desarrollo en comunidades que se encuentran en los márgenes de los ríos, y otras fuentes acuíferas que en la actualidad lo usan para sus desechos, en falta de una políticas que les permita utilizarlos como una fuente de captación de recursos. Fruto de nuestro acuerdo con el Ministerio de Medio Ambiente pudimos ver el esfuerzo por materializar estos atractivos, pero esta no es tarea de un Ministerio, tampoco de una comunidad, el problema es que se necesita la creación de una estructura que pueda hacer el trabajo de infraestructura, de evaluación, de comercialización.

Solution: What is the proposed solution? Please be specific!

Lo que realmente hace innovador y unico es que nuestro proyecto es a la vez un proyecto de intervencion medioambiental creando destinos turisticos en lugares donde existen comunidades que los usan como su vertedero, mientras el mismo proceso es un especial de television que capitulo a capitulo va llamando a los diferentes sectores de la República Dominicana y el mundo a unirse al esfuerzo. La idea va incluyendo es una idea que mientras se ejecuta, va creando consciencia, educa, y todo bajo el liderazgo de una comunidad. Lo que esperamos es que la comunidad se vaya integrando y sirviendo de modelos a otras comunidades para estos fines el proyecto incluye que existan visitantes de otras comunidades donde existan atractivos naturales como rios, lagos, lagunas, fuentes acuiferas en general y puedan replicar el esfuerzo que llevamos a cabo. Gracias a un acuerdo que tenemos con una televisora a nivel nacional todas las semanas se transmitira el programa que sera presentado por una de las figuras mas iconicas de la television dominicana, se hara con traduccion al ingles y subtítulos en frances y posiblemente en Japones. La idea es que estos programas sean donados y transmitidos en televisiones por todo el mundo aunque iniciaremos en la Republica Dominicana. El proyecto es un medio de comunicacion mientras se ejecuta el programa, volviendose un medio de educacion, que en el proceso va creando un medio de captacion de recursos para la comunidad, que al mismo tiempo crea un atractivo turistico, que a la vez puede ser replicado en otras comunidades ya que todos los procesos son documentados en los especiales de television que son hechos de caracter educativo y que luego serán convertidos en una serie de DVD que a su vez sera distribuidos a los interesados en el proyecto ademas de la creacion de un canal en el internet como guia, para aquellas comunidades con acceso al internet.

About You

Organization:

Cluster Turistico de Santo Domingo

[Visit website](#)

Section 1: About You

First Name

Luis Emilio

Last Name

Molina Pena

Website

<http://gosantodomingo.travel/>

Organization

Cluster Turistico de Santo Domingo

Country

, DN

Section 2: About Your Organization

Organization Name

Cluster Turistico de Santo Domingo

Organization Phone

8096878217

Organization Address

Calle Isabel La Catolica No. 103

Organization Country

, SD

Your idea

Country your work focuses on

, SD

Website URL

<http://gosantodomingo.travel/>

Would you like to participate in the MIF Opportunity 2010?

Yes

Innovation

Do you have a patent for this idea?

Impact

What impact have you had on your clients and the tourism sector?

La educacion, el rescate, el involucramiento de la comunidad, y la comunicacion de todo el proyecto por la Television y las demás redes sociales, es el mayor impacto, Constantemente se realizan intervenciones en lugares similares como los seleccionados por nosotros, pero pocas veces esto

se hace ante los televisores y los medios de todo un país, la idea es tomar lugares como el Cachón de la Rubia, Los Humedales del ozama, Los Tres Ojos, La Playa de Guibia, El Acuario Nacional, y volverlos de la noche a la mañana atractivos turísticos que puedan ser regenteados por la comunidad, pero que puedan ser orgullo nacional, algo que todos los dominicanos sientan como suyo, para lo que crearemos infraestructuras para mostrar el proyecto a los turistas que vengan y conozcan a Santo Domingo Natural.

Esperamos que el impacto en el sector turismo se manifieste por dos vertientes, por un lado una ampliación de la oferta turística, la creación de nuevos y atractivos paquetes, y por el otro un sistema de concienciación del sector en la importancia de un nuevo desarrollo.

La creación del programa es parte de un Plan de Manejo de Destino que estamos implementando de manera experimental y que creemos esta enfocado en un cambio de mentalidad del sector.

Creemos que se implementara con una esta primera de concienciacion del turismo nacional, mientras el programa de television va creando la demanda para el turismo internacional, la televisionse vuelve un medio, el proyecto, y una finalidad en si misma.

Actions

Las acciones empiezan por el Programa de Educción y CONCIENCIACION consistente en una serie de charlas, conferencias, encuentros y proyección de documentales donde se presenta a la comunidad la realidad de su entorno y sus posibilidades de mejora a la luz del proyecto. La segunda es la etapa de promoción se despliega una gran campaña de promoción del proyecto y se invita a todos los sectores a participar a conocer y a replicar el proyecto. La tercera es la de puesta en marcha de los planes de marketing en base a la marca de los atractivos, con la creación de tours, guías, material de apoyo, simultaneamente se hacen los acuerdos con las diferentes instituciones publicas y privadas y se ponen en marcha los replicadores, que son personas de zonas donde los proyectos se puedan replicar que son contratados para que conozcan el proyecto lo aprenda y lo lleven a sus comunidades. Estos replicadores constituyen la semilla que es esparcida, las etapas iniciales buscan crear replicadores mientras se va desarrollando el proyecto en Santo Domingo de manera simultanea a fin de poderlo llevar a otras comunidades.

Results

Esperamos crear espacios de aprovechamientos de los atractivos Medio Ambientales elegidos, una vez se creen estos espacios hacer que con ellos se puedan impactar las comunidades seleccionadas mientras el efecto replicador se expande hacia otras comunidades.

What will it take for your project to be successful over the next three years? Please address each year separately, if possible.

Continuar Editando

Primer año: Creación y puesta en marcha del proyecto en sus etapas de educación, divulgación y comunicación. Creación de la Marca, creación del branding, establecimiento de las unidades de negocios, y de los sistemas en general, así como la puesta en marcha de los primeros tres proyectos pilotos, El Cachón de la Rubia, Los Tres Ojos, La Playa de Guibia. Creación de la pagina web, y acuerdos con las instituciones ligadas al turismo. Por otro lado simultaneamente se prepara El especial de television muestra una introducción de estos sectores, donde hablan historiadores, personalidades de la zona, y habitantes de la mayor edad posible, contando como poco a poco estos lugares fueron creados, olvidados, sus momentos de esplendor (caso playa de Gubia) o los momentos en que se han construido infraestructuras o diferentes proyectos. La meta es crear toda la estructura. Todos los procesos serán filmados, documentados y puestos en un contexto internacional a fin de poder transmitir el programa a nivel global. La idea es que no importan donde se encuentre uno pueda entender el contenido.

Segundo año: La consolidación y creación de tres nuevas unidades de negocios, proyecto de comunicacion, y la creación de productos de reconocidas marcas para estos territorios, en este proyecto se iniciarian con paquetes familiares,empresariales y su promoción en el extranjero con la firma de acuerdos con instituciones publicas y privadas para su ejecución. Puesta en marcha de alianzas con tiendas y cadenas de minoristas y acuerdos con instituciones Bancarias y financieras para un proceso de patrocinazgo. Nuestro proyecto contempla el involucramiento del sector privado y tiene paquetes de acercamiento.

Tercer Año: Año de ejecución supervisada, se entregaría a la comunidad la administración bajo paquetes de acompañamiento que incluirán un manejo de estos procesos. Cierre del programa y estudio y evaluacion de su alcance. El programa contempla la creación de una colección en DVD además de un estudio de resultados y su impacto para poder medir los resultados.

What would prevent your project from being a success?

Creemos que lo principal es que debemos enfrentar es la falta de educación, debemos concientizar a la población que esta directamente en la zona, y a la población del resto del país, nuestro proyecto se basa en un componente educativo interno (a las comunidades afectadas) al publico en general (resto del país) y a nivel internacional (vía los especiales de television) este componente de educción es básico para el éxito. Otro componente que debe ser tomado en cuenta es el componente del involucramiento de la comunidad que sera la beneficiaria, y el tercero componente que creemos importante para el éxito es la participacion gubernamental de manera pasiva en la ejecución y activa en la protección del proyecto. Los riesgos principales son de carácter político, los cambios de políticas, la falta de interés, la falta de involucramiento del sector privado y la siempre necesario acompañamiento.

Pot otro lado como un proyecto de dos partes en una, creemos basica la realización de un especial de televisión, creible, interesante, basado en datos historicos, y con mucha información de caracter humana, que nos permita realizar un cambio en la mentalidad de los televidentes, romper la indiferencia y crear una simpatia de los televidentes no solo hacia nuestro proyecto, la idea es que la simpatia sea para los proyectos similares en sus comunidades, ciudades, zonas, paises, y que puedan volverse parte de un esfuerzo mundial el salvar el planeta.

How many people will your project serve annually?

1001 10,000

What is the average monthly household income in your target community, in US Dollars?

Less than \$50

Does your project seek to have an impact on public policy or introduce models and tools that benefit the tourism sector in general?

Yes

Sustainability

What stage is your project in?

Operating for less than a year

In what country?

, SD

Is your initiative connected to an established organization?

Yes

If yes, provide organization name.

Cluster Turístico de Santo Domingo

How long has this organization been operating?

1 5 years

Does your organization have a Board of Directors or an Advisory Board?

Yes

Does your organization have any non-monetary partnerships with NGOs?

Yes

Does your organization have any non-monetary partnerships with businesses?

Yes

Does your organization have any non-monetary partnerships with government?

Yes

Please tell us more about how these partnerships are critical to the success of your innovation.

El Cluster Turístico de Santo Domingo tiene en su Consejo Directivo representantes del sector Público: Alcaldía del D.N. (Santo Domingo) el Ministerio de Cultura, y el Ministerio de Turismo, además de la firma de un acuerdo de cooperación con el Ministerio de Medio Ambiente. Entre sus miembros se encuentran: Hoteles, Restaurantes, Asociaciones de Tour Operadores, Guías Turísticos, Artesanos, Municipalidades, Instituciones Gubernamentales, Personas, Universidades, Instituciones Académicas, además de acuerdo con el Arzobispado de Santo Domingo y el Instituto Postal Dominicano, todos estos son componentes del éxito pues nos permitirán hacer un proceso completo de involucramiento público privado que permite el éxito de este tipo de proyectos. Por otro lado tenemos miembros que son productores de televisión, canales de televisión, además de contactos con Cadenas de televisión y acceso a los medios de edición y de producción a nivel mundial.

What are the three most important actions needed to grow your initiative or organization?

La puesta en marcha del programa educativo: Necesitamos iniciar un programa formativo y educativo de las comunidades para cambiar su visión de los ríos, costas, y manantiales, el programa busca concientizar. Segundo la realización de una serie de infraestructuras y encuentros para presentar el proyecto y comunicarlo involucrando instituciones públicas y privadas, así como el Sector Empresarial. Tercero: Puesta en marcha del plan de negocios.

The Story

What was the defining moment that led you to this innovation?

Gracias al apoyo de uno de nuestros patrocinadores Don Dutty Green (USAID), este nos impulso a hacer un acuerdo con el Ministerio de Medio Ambiente, ellos nos presentaron sus atractivos Medio Ambientales, el Ministro de Medio Ambiente Don Jaime David Fernández Mirabal (Gobierno Dominicano) nos dijo que estas maravillas estos atractivos Debían ser promovidos, mercadeados, promocionados, y asumimos la tarea de hacer un plan integral que hemos iniciado de manera pequeña pero entusiasta.

Tell us about the social innovator behind this idea.

La Comunicación la involucración de todo el país en un movimiento de turismo ambiental sostenible busca impactar no solo al grupo de beneficiarios, busca un cambio de actitud en toda la población, haciendo sentir un amor por su áreas protegidas, sin embargo este amor se replicara y se aplicara en otras áreas, haciendo un cambio en la actitud de la población con un involucramiento de toda la sociedad dominicana.

How did you first hear about Changemakers?

Through another organization or company

If through another, please provide the name of the organization or company

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

MIF Opportunity 2010

Has your organization been legally constituted or registered in your country or one of your target countries for at least three years?

Yes

Does the applicant organization have sufficient financial resources to guarantee the co-financing required by MIF during the execution period of the project? (This amounts to at least 50% of the project's total budget with 25% in cash and 25% in-kind.)

Yes

Does the applicant organization have experience managing projects co-financed by international organizations? Please describe below

El Cluster Turístico de Santo Domingo (CTSD) hasta el momento ha trabajado con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo a través de programa DSTA y con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo de España (AECID).

Please classify the applicant organization according to the options below

Other

What problem-area does your project address?

Access to markets.

How will your project address this problem?

Primero con un amplio programa de Educación y fortalecimiento e el conocimiento y segundo con la creacion de herramientas de marketing que permitan el acceso a mercados. La base del programa el uso de las nuevas tecnologias de la informacion y el conocimiento.

Who is benefited by the initiative? (Please highlight the type and number of beneficiaries, and their role in the tourism value-chain.)

Primero: Las comunidades y sus habitantes

Segundo: Los guias

Tercero: Los artesanos

Cuarto: Los Touroperadores

Quinto: Los prestadores de servicios.

How will the project's results assist the region's tourism sector and micro, small and medium-sized enterprises?

Todo el proyecto es un gran llamado a la creacion de nuevos negocios, se basa en la promoción de los principios necesarios para la creacion de micos, pequenos y medianas empresas. Se presentan expertos y experiencias y mientras se aplican son grabados y vueltos un programa de televisión, que a su vez impactará a miles creando un manual audiovisual en varios idiomas que podra ser aplicado via internet en todo el mundo.

A. Total Budget (100%)

US\$300,000.00

B. MIF Contribution (up to 50% of total budget and US\$. 500.000 max)

US\$150,000.00

C. Cash co-financing (at least 25% of total budget)

US\$75,000.00

D. In kind co-financing (at least 25% of total budget)

US\$75,000.00

Source URL: <https://www.changemakers.com/coasts/entries/santo-domingo-natural-el-uso-de-las-tics-y-las#comment-0>