Logo

Description automatically generated

**MEMORIA**

**INSTITUCIONAL**

**AÑO 20 21**

**REPÚBLICA DOMINICANA**



GOBIERNO DE LA

**REPÚBLICA DOMINICANA**

Imagen que contiene Logotipo

Descripción generada automáticamente

**MEMORIA**

**INSTITUCIONAL**

**AÑO 20 21**

Imagen que contiene Logotipo

Descripción generada automáticamente**TABLA DE CONTENIDOS**



GOBIERNO DE LA

**REPÚBLICA DOMINICANA**

Memoria Institucional 2021

[**I.** **RESUMEN EJECUTIVO** 5](#_Toc91150069)

[**II.** **INFORMACIÓN INSTITUCIONAL** 8](#_Toc91150070)

[2.1 Marco Filosófico Institucional 8](#_Toc91150071)

[2.2 Base Legal 9](#_Toc91150072)

[2.3 Estructura Organizativa 19](#_Toc91150073)

[2.4 Planificación Estratégica Institucional 21](#_Toc91150074)

[**III.** **RESULTADOS MISIONALES** 23](#_Toc91150075)

[3.1 Promoción Internacional. 23](#_Toc91150076)

[3.2 Publicidad. 28](#_Toc91150077)

[3.3 Turismo Interno. 29](#_Toc91150078)

[3.4 Turismo de Salud y Bienestar. 32](#_Toc91150079)

[3.5 Turismo MICE por sus siglas en inglés (reuniones, viajes de incentivos, congresos y eventos). 36](#_Toc91150080)

[3.6 Turismo de Cruceros. 39](#_Toc91150081)

[3.7 Turismo Cultural. 41](#_Toc91150082)

[3.8 Gastronomía. 44](#_Toc91150083)

[3.9 Consejo de Fomento al Turismo (CONFOTUR). 46](#_Toc91150084)

[3.10 Gestión y Promoción de la Inversión Turística. 48](#_Toc91150085)

[3.11 Calidad de los Servicios Turísticos. 50](#_Toc91150086)

[3.12 Programa Integral de Desarrollo Turístico y Urbano de la Ciudad Colonial de Santo Domingo. 52](#_Toc91150087)

[**IV.** **RESULTADOS ÁREAS TRANSVERSALES Y DE APOYO** 59](#_Toc91150088)

[4.1 Desempeño de los Recursos Humanos. 59](#_Toc91150089)

[4.2 Desempeño de los Procesos Jurídicos. 61](#_Toc91150090)

[4.3 Desempeño de la Tecnología. 62](#_Toc91150091)

[4.4 Desempeño del Sistema de Planificación y Desarrollo Institucional. 67](#_Toc91150092)

[a. Resultados de los Sistemas de Calidad 68](#_Toc91150093)

[b. Acciones para el Fortalecimiento Institucional 68](#_Toc91150094)

[4.5 Desempeño del Área de Comunicaciones. 68](#_Toc91150095)

[**V.** **SERVICIO AL CIUDADANO Y TRANSPARENCIA INSTITUCIONAL** 76](#_Toc91150096)

[5.1 Nivel de la Satisfacción con el Servicio. 76](#_Toc91150097)

[5.2 Nivel de Cumplimiento Acceso a la Información 78](#_Toc91150098)

[5.3 Resultados Sistema de Quejas, Reclamos y Sugerencias 79](#_Toc91150099)

[5.4 Resultados Mediciones del Portal de Transparencia. 80](#_Toc91150100)

[**VI.** **PROYECCIONES** 81](#_Toc91150101)

[Plan Operativo Anual 2022. 81](#_Toc91150102)

[**VII.** **ANEXOS.** 111](#_Toc91150103)

[a) Matriz de Principales Indicadores de Gestión por Procesos. 111](#_Toc91150104)

[b) Matriz Índice de Gestión Presupuestaria Anual (IGP). 111](#_Toc91150105)

[c) Plan de Compras. 115](#_Toc91150106)

# **RESUMEN EJECUTIVO**

Memoria institucional 2021

El turismo a nivel mundial representa un sector clave para el progreso socioeconómico de las naciones, es un catalizador del emprendimiento y la innovación, y desde hace algunos años se ha convertido en una las principales actividades económicas del país, generando empleos, ingresos de exportación, así como el diseño y ejecución de infraestructuras en muchos destinos de la República Dominicana.

Durante el año 2021, la República Dominicana al igual que la mayoría de los países del mundo vio afectada su economía y, en particular el Turismo, por las medidas adoptadas para contener la propagación de la Pandemia causada por el Covid-19. Estas medidas afectaron directamente la actividad turística, ya que somos un país insular receptor de turistas provenientes de Norteamérica y Europa principalmente, con los cuales estamos conectados por vía aérea y en menor proporción por la vía marítima.

Con la creación del Sistema de Información Turística (SITUR) se busca poder tener una oportuna captación de datos turísticos de carácter estadísticos que nos permite el constante monitoreo del Sector. Este sistema contiene un consolidado de datos extraídos de fuentes como la Dirección General de Migración, Banco Central, Forward Keys, entro otros.

Como recompensa a los esfuerzos realizados durante todo el año 2021 a los fines de reactivar el Turismo Dominicano, recibimos un total de 4,995,412 turistas, en donde rompimos récord histórico en llegada de turistas fue en diciembre con un total de visitantes extranjeros de 728,335. Dentro de los países emisores de turistas que visitaron República Dominicana durante el 2021, se destacan: USA con 2,062,328 visitantes extranjeros, Rusia con 178,775 visitantes extranjeros, Canadá con 162,474, Colombia con 122,863 y España con 122,189.[[1]](#footnote-1)

Por otro lado, hay que destacar, que la actividad turística vía marítima inició a partir de febrero 2021. Estas ascendieron a 338,572 cruceristas, con 243 tocadas y 207 buques[[2]](#footnote-2). Dentro de los cuales el 53.3% fueron mujeres y el 46.7% hombres.

Al cierre de año, la ocupación hotelera ascendió a 75% sobre el total de habitaciones en operación, con una distribución, de mayor a menor, por zona de: Romana-Bayahíbe 89%, Bávaro-Punta Cana 80%, Boca Chica-Juan Dolio 72%, Gran Santo Domingo 63%, Samaná 61%, Sosúa-Cabarete 61%, Puerto Plata 54%, Santiago 52%, y el resto del país con un 54%.[[3]](#footnote-3)

Con participación del Ministerio de Turismo (MITUR) en la Feria de Turismo (FITUR) celebrada en Madrid, se afianzaron y fortalecieron los lazos con actores del Sector Turístico Internacional, mediante la validación de acuerdos de cooperación con grupos de Agencias de Viajes, Tour Operadores y Líneas Aéreas: IBERIA, Soltour, Avoris, World2meet, Viajes El Corte, Inglés, Edreams Odiego, Smytravel, Wamos, Nautalia, Logitravel, Lifestyle.

Como parte de Mejores Prácticas y a fin de lograr interacciones seguras en las actividades que realizan los prestadores de servicios turísticos para prevenir y minimizar el contagio del COVID-19, protegiendo a los trabajadores, los visitantes nacionales y los turistas extranjeros en la República Dominicana, fueron colocados un total de 462 Certificaciones del Protocolo Nacional de Gestión de Riesgo de Salud frente al COVID-19, bajo 4 líneas de acción: la autoprotección, gestión de riesgo, identificación y trazabilidad del contagio, y la protección de la vida.

En el ámbito de la Cooperación Internacional se destaca la participación de la República Dominicana como anfitrión de la Reunión Extraordinaria de Ministros de Las Américas, donde se produjo la Declaración de Punta Cana, que reafirma el compromiso y la responsabilidad de los gobiernos, para apoyar al turismo con el fin de asegurar su recuperación rápida, efectiva, segura y sostenible.

Durante todo el año se establecieron nuevas conexiones con Aerolíneas Internacionales como lo son: Air Belgium la ruta Bruselas (Bélgica) hacia Punta Cana (República Dominicana); Avianca la ruta Medellín-Punta (Colombia) hacia (Punta Cana); World2Fly y el Grupo turoperador World2Meet la ruta Madrid (España) hacia Punta Cana (República Dominicana); TAP Air Portugal la ruta Lisboa (Portugal) y Punta Cana (República Dominicana); las aerolíneas Air Century y Sky Cana la ruta Miami (USA) hacia Punta Cana (República Dominicana); American Airlines(USA) la ruta Charlotte (USA) El Catey-Samaná (República Dominicana); American Airlines (USA) la ruta Charlotte NC (USA) hacia Samaná (República Dominicana).

Finalmente, hay que destacar que durante la 24va. Sesión de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), celebrada el 24 de junio 2021, la República Dominicana fue escogida para representar a las Américas ante el Consejo Ejecutivo y Órganos subsidiarios de la UNWTO.

# **INFORMACIÓN INSTITUCIONAL**

# Marco Filosófico Institucional

1. Misión: Asegurar el desarrollo del turismo de la República Dominicana, a través de la implementación de políticas de fomento, promoción y regulación, que impulsen la sostenibilidad económica, medio ambiental y la rentabilidad en la gestión de los destinos turísticos nacionales.
2. Visión: Institución que implementa políticas efectivas para asegurar una oferta turística diversificada, inclusiva, de calidad mundial y que respete el medio ambiente, que aprovecha sus recursos de forma inteligente para posicionarse como el mejor destino turístico.
3. Valores:

**Vocación de Servicio:** Realizamos con dedicación, disposición y esmero las tareas asignadas.

**Integridad:** Actuamos apegados a los principios de la ética y la moral.

**Responsabilidad:** Realizamos nuestra labor con puntualidad y oportunidad, acorde a los compromisos pautados.

**Transparencia:** Manejamos los recursos con pulcritud y honestidad, abiertos siempre al escrutinio público.

**Respeto por el Medio Ambiente:** Desarrollamos nuestras actividades comprometidos con la conservación del medio, fomentando el uso racional y sostenible de los recursos, procurando el control y la minimización de residuos, emisiones y vertidos que impacten al cambio climático.

**Igualdad:** Promovemos que cada colaborador y ciudadano, independiente de su clase social, raza, sexo o religión, tenga los mismos derechos y oportunidades.

# Base Legal

El inicio de la actividad turística en la República Dominicana data de los años 1931, sin embargo, formalmente empieza su regulación oficial con la promulgación de la Ley 541-1969, Ley Orgánica del Turismo de la República Dominicana. Dentro del marco legal del Sector Turístico se encuentran las siguientes leyes y decretos:

• Ley No. 1281, de 1937, que traspasa las atribuciones de dirección y organización del turismo a la Secretaría de Estado de Comercio, Industria y Trabajo.

• Ley No. 3319-1952, que crea la Dirección General de Turismo.

• Decreto No. 3740 del 5 de mayo del 1958 que crea e integra la Comisión Nacional de Turismo, adscrita a la Secretaría de Estado de Industria y Comercio.

• Ley No. 121-1966, que crea las Comisiones de Turismo.

• Ley No. 94-1967, que prohíbe extraer arena de las playas del país declaradas de atracción turística.

• Ley No. 351-1967 autoriza la expedición a las licencias a establecimiento de cazas de azar.

• Ley No. 305-1968, que modifica el artículo 49 de la Ley No 1474.

• Ley No. 541-1969, Orgánica de Turismo de la Republica Dominicana.

• Ley No. 542-1969, Ley Orgánica de la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo.

• Ley No. 153-1971, Promoción e Incentivo del Desarrollo Turístico.

• Ley No 719-1974, que dispone que los permisos de construcciones para cualesquiera edificaciones u obras civiles, solicitadas a la Dirección General de Edificaciones, dentro de la zona declarada de Prioridad Turística e Interés Público, en la Costa Norte del País deberán estar acompañadas de un estudio de subsuelo.

• Ley No. 256-1975, que establece los mecanismos necesarios para la planificación y control de desarrollo de toda la zona denominada, “Polo Turístico de Puerto Plata o Costa de Ambar”.

• Ley No. 84-1979 que modifica la Ley No. 541-1969, Orgánica de Turismo de la República Dominicana, y dispuso que la Dirección Nacional de Turismo e Información fuera elevada a Secretaría de Estado.

• Ley No. 241-1984, que declara Zona Turística a la provincia de Monte Cristi, y declara Monumento Histórico la casa donde fue firmado el Manifiesto de Máximo Gómez y José Martí.

• Ley No. 16-1995, de Inversión Extranjera.

• Ley No. 2498-1997, que modifica el artículo 14, de la Ley No. 351, de 1964, modificado por la Ley No. 405, de 1969.

• Ley No. 158-01, sobre Fomento al Desarrollo Turístico para los Polos de Escaso Desarrollo.

• Ley No. 77-02 que declara la provincia Hato Mayor, como Provincia Ecoturística.

• Ley No. 184-02, que introduce modificaciones a la Ley No. 158-01, de Fomento al Desarrollo de Nuevos Polos Turísticos.

• Ley No. 151-04 que declara la provincia de San José de Ocoa, como Provincia Ecoturística.

• Ley No. 212-04 que declara la provincia de Barahona como Provincia Ecoturística.

• Ley No. 195-04 que declara la provincia Monseñor Nouel como Provincia Ecoturística.

• Ley No. 202-04 del 30 de julio del 2004, Ley Sectorial de Áreas Protegidas.

• Ley No. 266-04 que establece como demarcación turística prioritaria, el llamado Polo Área Turística de la Región Suroeste, en las provincias Barahona, Independencia y Pedernales.

• Ley No. 318-04 que modifica el Párrafo i-11, del artículo 1, de la Ley No. 158-01, modificada por la Ley No. 184-02.

• Ley No. 163-05 que declara la provincia San Juan como Provincia Ecoturística.

• Ley No. 511-05 que declara la provincia El Seibo como Provincia Ecoturística.

• Ley No. 156-06 que declara la provincia Elías Piña, como Provincia Ecoturística y crea el Consejo de Desarrollo Ecoturístico de dicha provincia.

• Ley No. 40-08 que declara la provincia Juan Sánchez Ramírez, “Provincia Ecoturística”.

• Ley No. 195-13 que modifica varios artículos de la Ley No. 158-01 del 9 de octubre del 2001, sobre Fomento al Desarrollo Turístico para los Polos de Escaso Desarrollo y Nuevos Polos en provincias y localidades de gran potencialidad. G. O. No. 10739 del 20.

• Decreto No. 5118 del 5 de enero de 1940, que declara carretera, de turismo la que une a San Francisco de Macorís y Villa Rivas.

• Decreto No. 1236, del 4 de octubre del 1941, declara de Turismo la carretera costera Ciudad Trujillo, Boca Chica, y se prohíbe por ella el tránsito de camiones y camionetas.

• Decreto No 3685 del 26 de julio del 1946 que nombra al señor Ing. Emile de Boyrie de Moya delegado del gobierno de la 1era.

• Decreto No. 3740 del 5 de mayo del 1958 que crea e integra la Comisión Nacional.

• Decreto No. 4210 del 18 de octubre del 1958 que integra la Comisión Nacional de Turismo (modifica nuevamente).

• Decreto No. 8446 del 6 de agosto del 1962, que pasa a la Dirección General de Turismo, la Corporación de Fomento Industrial de R. D.

• Decreto No. 3134, del 24 de enero del 1963, que declara de utilidad pública e interés social la adquisición, por el Estado dominicano, de varias parcelas en el Distrito Nacional.

• Decreto No. 1396 del 15 de junio del 1967, que pone bajo la responsabilidad de la Dirección General de Turismo el patrocinio, mantenimiento y adquisición del Alcázar Colón.

• Decreto No. 1397 del 15 de noviembre del 1967, que crea dentro de la Dirección General de Turismo, la Oficina de Patrimonio cultural.

• Decreto No. 2555 del 18 de junio del 1968, que designa al Sr. Juan M. Valdez Peña, regidor del Ayuntamiento del, municipio de Ramón Santana.

• Decreto No. 438, del 9 de diciembre del 1970, que nombra al Sr. Rafael E. Bobadilla Rejincos, consejero comercial del consulado.

• Decreto No. 1918, del 28 de diciembre del 1971, que declara zona de atracción y fines turísticos, el sitio denominado Arroyo Salado.

• Decreto No. 2125 del 13 de abril del 1972 que establece come demarcación turística prioritaria el llamado costa de Ámbar.

• Decreto No. 2126 del 13 de abril del 1972 que declara de utilidad pública e interés nacional la adquisición por el estado dominicano de varias parcelas en la ciudad de puerto plata.

• Decreto No. 3133, del 24 de enero del 1973, que establece una demarcación turística prioritaria llamada, Costa Caribe.

• Decreto No. 2729, del 9 de febrero del 1977, que dispone la elaboración de un plan de desarrollo turístico en los municipios de Constanza y Jarabacoa.

• Decreto No. 2508 del 17 de junio del 1981 que pone a cargo de la Secretaría de Estado de Turismo, las funciones y atribuciones de los Decretos Nos. 3133 y 3134 de enero de 1973.

• Decreto No. 3327 del 19 de septiembre del 1985, que establece como demarcación turística prioritaria el área Turística de Barahona.

• Decreto No. 2.56-86, del 26 de febrero del 1986, que declara el Parque Nacional Monte Cristi, las áreas aledañas.

• Decreto No. 1256-86-479 del 15 de diciembre del 1986, que establece como demarcación turística prioritaria, el polo turístico Macao- Punta Cana, localizada en la zona este del país.

• Decreto No. 226-87 del 29 de abril del 1987 que aprueba planes y reglamento turísticos para la región suroeste del país.

• Decreto No. 215-91 del 4 de junio del 1991 que declara Puerto Turístico, la ensenada de Luperón, ubicada en el municipio de Luperón; provincia de Puerta Plata.

• Decreto No. 251-91 del 9 de junio del 1991, que modifica el Art. 1ro. del Decreto No. 215-91 del 4 de junio de 1991, que declara puerto turístico, la ensenada de Luperón, Puerto Plata.

• Decreto No. 321-91, del 21 de agosto del 1991, que designa a la Licda. Margarita Páez, Agregada Cultural de la Embajada de la República Dominicana en Madrid, España.

• Decreto No. 133-92, del 24 de abril del 1992, que designa a la señorita Perla Bello, secretaria de Segunda Clase de la Embajada de la República Dominicana en Roma, Italia.

• Decreto No. 135-92 24, del 24 de abril del 1992, que autoriza el uso para el atracamiento transitorio de buques turísticos de recreo o placer y desembarque en la Isla Catalina.

• Decreto No. 356-93, del 31 de diciembre del 1993, que declara carretera turística, la antigua Carretera Luperón, que une las ciudades de Santiago de los Caballeros y Puerto Plata.

• Decreto No. 293-94, del 02 de noviembre del 1993, que declara carretera turística la autopista construida por el Estado Dominicano entre la ciudad de Santiago de los Caballeros y la ciudad de Puerto Plata.

• Decreto No. 16-93, del 22 de enero del 1993, que modifica el artículo 1 del Decreto No. 156-86 del 26 de febrero de 1986, sobre el Parque Nacional de Montecristi.

• Decreto No. 91-94, del 31 de marzo del 1994, que declara la provincia de Samaná, como Polo Turístico.

• Decreto No. 177-05 del 3 de agosto del 1995 declara polo turístico a la provincia de Peravia.

• Decreto No. 396-98, que crea el Instituto de Formación Turística del Caribe, Adscrito al Ministerio de Turismo.

• Decreto No. 395-98, que declara de Utilidad Pública e Interés Social la adquisición, por el Estado, de porciones de terreno para ser destinados a la sede del Instituto de Formación Turística del Caribe.

• Decreto No. 30-98, del 29 de enero del 1998, que modifica el artículo 3, del Decreto No. 322-91, del 21 de agosto de 1991, sobre el Polo Turístico IV Ampliado de la Región Suroeste.

• Decreto No. 196-99, del 4 de mayo del 1999, que amplía el Polo Turístico No. 8 creado por Decreto No. 177-95, a fin de incluir todas las demarcaciones y delimitaciones del municipio de Palenque y todo el litoral marino de la provincia de Azua.

• Decreto No. 197-99, del 4 de mayo del 1999, que declara polo o área turística en todas sus demarcaciones y delimitaciones a la provincia Azua de Compostela.

• Decreto No. 199-99, del 4 de mayo del 1999, que declara polos o áreas de interés turístico los municipios de Nagua y Cabrera, provincia María Trinidad Sánchez.

• Decreto No. 406-00, del 11 de agosto del 2000, que aprueba la nueva planificación y la incorporación de parcelas al desarrollo turístico del Polo Turístico de Puerto Plata, Costa del Ámbar.

• Decreto No. 397-00, del 11 de agosto del 2000, que declara de Utilidad Pública una porción de terreno en Higüey para ser destinado a fines turísticos.

• Decreto No. 1301-00, del 21 de diciembre del 2000, que crea la Dirección General de la Policía de Turismo.

• Decreto No. 74-02, que aprueba el Segundo Reglamento de Aplicación de la Ley No. 158-01.

• Decreto No. 373-01 del 16 de marzo del 2001 que declara la provincia de Puerto Plata, Polo de Desarrollo Cultural.

• Decreto No. 966-02, del 18 de diciembre del 2002, que aprueba el cambio de designación y uso de la Parcela No. 43, del D. C. No. 5, del municipio de Luperón, provincia Puerto Plata.

• Decreto No. 977-02 del 31 de diciembre del 2002 que crea las Zonas Francas Comerciales en los hoteles y centros turísticos de R.D.

• Decreto No. 389-03, del 23 de abril del 2003, que modifica el Bloque 22 del Artículo 2 del Decreto No. 406-00.

• Decreto No. 388-03, del 23 de abril del 2003, que modifica el Bloque 3 del Artículo 1 del Decreto No. 406-00. Se designa como zona de desarrollo turístico.

• Decreto No. 390-03, del 23 de abril del 2003, que modifica el Bloque 3 del Artículo 2 del Decreto No. 406-00. Se designa como Zona de Desarrollo Residencial Turístico.

• Decreto No. 447-03 del 1 de mayo del 2003 que declara al Turismo como Prioridad Nacional y Política de Estado.

• Decreto No. 457-03, del 7 de mayo del 2003, que nombra a varios señores en cargos ejecutivos dentro de la Comisión Presidencial para la Reforma del Sector Agropecuario.

• Decreto No. 812-03, del 20 de agosto del 2003, que aprueba el Reglamento para Transporte Turístico Terrestre de Aventura.

• Decreto No. 813-03, del 20 de agosto del 2003, que aprueba el Reglamento de Clasificación y Normas de las Tiendas de Regalos.

• Decreto No. 814-03, del 20 de agosto del 2003, que aprueba el Reglamento para Negocio de Alquileres de Vehículos.

• Decreto No. 815-03, del 20 de agosto del 2003, que aprueba el Reglamento de Clasificación y Normas de las Agencias de Viajes.

• Decreto No. 816-03, del 20 de agosto del 2003, que aprueba el Reglamento de Clasificación y Normas para la clasificación d restaurantes.

• Decreto No. 817-03 del 20 de agosto del 2003 que aprueba el Reglamento para Transporte Turístico Terrestre de pasajeros.

• Decreto No. 818-03 del 20 de agosto del 2003 que aprueba el Reglamento del Funcionamiento de los establecimientos hoteleros.

• Decreto No. 785-04 del 9 de agosto del 2004 que aprueba el Reglamento del Consejo Superior de Turismo.

• Decreto No. 16-05, del 31 de enero del 2005, que declara a la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo, entidad responsable de las instalaciones de la Mansión Hotel y Parque y/o Parque Turístico Los Pinos (La Mansión).

• Decreto No. 336-05 del 16 de junio del 2005 que crea e integra el Comité Ejecutor de Infraestructuras de Zonas Turísticas.

• Decreto No. 403-05, del 26 de julio del 2005, que modifica el Decreto No. 336-05, del 16 de junio del 2005.

• Decreto. No. 634-05 del 22 de noviembre del 2005 que crea el Parque Temático de Atracciones Submarinas de Sosúa.

• Decreto No. 336-06 del 8 de agosto del 2006 que crea el Parque Turístico Costero de Puerto Plata y el Patronato que regirá sus funciones.

• Decreto No. 559-06, del 21 de noviembre del 2006, que establece el Certificado de Uso de Suelo, expedido por la Secretaría de Estado de Turismo, requisitos para todo proyecto.

• Decreto No. 568-06, del 21 de noviembre del 2006, que declara de interés nacional la creación del Complejo Puerto Plata e integra una comisión para iniciar de inmediato un estudio.

• Decreto No. 41-07, del 23 de enero del 2007, que crea el Parque Turístico Costero de Cabarete e integra el patronato que dirigirá dicho parque.

• Decreto No. 42-07, del 23 de enero del 2007, que crea el Parque Turístico Costero de Juan Dolio y Guayacanes e integra el patronato que dirigirá dicho parque.

• Decreto No. 396-07, del 17 de agosto del 2007, que pone a cargo de la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo, el centro vacacional Ercilia Pepín.

• Decreto No. 127-09 del 27 de octubre del 2008 que establece el Reglamento Normativo de Salas de Masajes localizadas en áreas turísticas.

• Decreto No. 747-08, del 13 de noviembre del 2008, que establece un nuevo parámetro para las edificaciones del Proyecto Turístico.

• Decreto No. 835-08, del 12 de diciembre del 2008, que modifica el artículo 26, del Decreto No. 1125-01.

• Decreto No. 58-09, del 23 de enero del 2009, que declara de utilidad pública e interés social la adquisición de varias porciones de terrenos en Majagual y Gran Estero, del municipio de Sánchez, provincia Samaná, para la construcción del Boulevard Turístico.

• Decreto No. 161-11, del 15 de marzo del 2011, que nombra al Ing. Omar Muñoz Lora, director ejecutivo de la Corporación del Acueducto y Alcantarillado de Boca Chica, modifica el Decreto No. 547-08.

• Decreto No. 328-11, del 17 de mayo del 2011, que declara de Utilidad Pública e Interés Social, una porción de terreno en Samaná, para ser destinados a los trabajos de construcción del Bulevar Turístico del Atlántico.

• Decreto No. 372-14, del 9 de octubre del 2014, Reglamento de Aplicación de la Ley No. 158-01 y sus modificaciones, sobre Fomento al Desarrollo Turístico.

# Estructura Organizativa

Listado de principales funcionarios:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nombres** | **Cargo** | **Área** |
| Lic. David Collado Morales | Ministro | Despacho |
| Licda. Jacqueline Mora | Viceministra | Viceministerio Técnico |
| Licda. Yaneris Then Medina | Viceministra | Viceministerio Administrativo |
| Licda. Patricia Mejía de Rannik | Viceministra | Viceministerio de Gestión de Destinos Turísticos |
| Licda. Tammy Mercedes Reynoso Vargas | Asesora | Viceministerio de Fomento Turístico |
| Arq. Carlos Andrés Peguero Rivera | Asesor | Viceministerio de Cooperación Internacional |
| Lic. Francisco Roberto de Jesús Henríquez Pereyra | Asesor | Viceministerio de Calidad de los Servicios Turísticos |
| Lic. Benito Napoleón de la Cruz Solano | Director | Dirección de Comunicaciones |
| Lic. Manuel Antonio Cueto Pascual | Director | Dirección de Planificación y Desarrollo |
| Licda. Numida Natachu Dominguez Alvarado | Directora | Gabinete (Despacho Superior) |
| Lic. Yarin Baltazar Casquero González | Director | Dirección de Empresas y Servicios |
| Ing. Edgar González | Subdirector | Dirección de Empresas y Servicios |
| Arq. Shaney Peña Gómez | Directora | Dirección de Planificación y Proyectos Turísticos |
| Licda. Yvette Josefina Bodden Tejada | Directora | Recursos Humanos |
| Licda. Beatriz Lafontaine Rabsatt | Directora | Dirección de Educación y Formación Turística Sector Informal |
| Licda. Brenda Morales Mejía | Directora | Dirección Técnica del CONFOTUR |
| Licda. Britt De Moya Victoria | Directora | Dirección de Promoción |
| Licda. Giselle Anaybelca Díaz Gómez | Directora | Dirección de Relaciones Internacionales |
| Licda. Jacqueline Altagracia Monegro Castellanos | Directora | Dirección de Turismo de Salud |
| Licda. Madell Guzmán Carrasco | Directora | Dirección Administrativa |
| Licda. Minerva Cocco | Directora | Dirección Jurídica |
| Licda. Sarah Sanchis Madera | Directora | Dirección de Ecoturismo |
| Licda. Vanessa Frías Mercado | Directora | Dirección Financiera |
| Licda. Yvette Bodden Tejada | Directora | Dirección de Recursos Humanos |
| Sra. Altagracia Antonia Corletto Hasbun | Directora | Dirección de Turismo Cultural |
| Sra. Orfila Yvelisse Salazar Simó | Directora | Dirección de Cruceros |

# Planificación Estratégica Institucional

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **MATRIZ DE PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL (PEI) MITUR 2021-2024** | | | |
| **Ejes Estratégicos** | **Objetivos Estratégicos** | **Productos Terminales** | **Resultados Esperados** |
| 1. Promoción, fomento y desarrollo del turismo sostenible. | 1. Aumentar la competitividad, diversificación y sostenibilidad del sector turismo, a través de su promoción, fomento y desarrollo, a nivel nacional e internacional. | 1.1 Empresas y Turistas internos reciben actividades de promoción turística. | Impulsada la oferta Nacional e Internacional en la Gestión de Destinos Turísticos. |
| 1.2 Promoción del Turismo Interno. |
| 1.3 Promoción del Turismo de Salud y Bienestar. |
| 1.4 Empresas y Turistas Internacionales reciben actividades de promoción turística. |
| 1.5 Promoción del Turismo Internacional. |
| 1.6 Promoción del Turismo de Cruceros. |
| 1.7 Promoción del Turismo Cultural. |
| 1.8 Promoción del Turismo de Reuniones. |
| 2. Planificación y Regulación Efectiva de la Gestión de Destinos Turísticos. | 2. Gestionar el manejo y control de los destinos turísticos, a través de la integración intersectorial Público-Privado, garantizando su competitividad y sostenibilidad. | 2.1 Unidades productivas del turismo comunitario, reciben asesoría en materia desarrollo turístico. | Integradas las Comunidades en el Desarrollo y Gestión Sostenible del Turismo Nacional. |
| 2.2 Servicio de acompañamiento a las MIPYMES en la creación de nuevos productos para el Desarrollo Turísticos Sostenible. |
| 2.3 Servicio de asesoría en la detección de Unidades Productivas de Turismo Comunitario Sostenible. |
| 2.4 Ayuntamientos, inversionistas y ciudadanía en general reciben planos de infraestructura para la adecuación de espacios turísticos. |
| 2.5 Servicio de Diseño de Rutas y/o Circuitos Turísticos. |
| 2.6 Servicio de Diseño de Planes de Ordenamiento Territorial Turístico. |
| 2.7 Actores del sector turístico reciben acciones de regulación para el cumplimiento de las normas vigentes. |
| 2.8 Implementación del Distintivo de Calidad. |
| 2.9 Servicio de regulación y clasificación operaciones turística. |
| 2.10 Servicio de consulta a informaciones estadísticas estratégicas sobre el sector turismo. |
| 3. Fortalecimiento Institucional. | 3. Garantizar la efectividad de las acciones y servicios que desarrolla el Ministerio de Turismo, a través de una gestión de calidad. | 3.1 Capacitación del personal. | Aumentadas las capacidades técnicas del personal de acuerdo con las necesidades institucionales. |

# **RESULTADOS MISIONALES**

# Promoción Internacional.

Como objetivos principales de esta dirección, están la promoción del destino de la República Dominicana, la promoción de su imagen en las ferias internacionales y la promoción interna de los destinos de Santo Domingo, Punta Cana, La Romana, Samaná y Puerto Plata, orientados al público internacional, convirtiendo al país en un destino por excelencia para los visitantes en el Caribe. El Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Promoción Internacional cuenta con (24) Oficinas de Promoción Turística en el Exterior, ubicadas en las principales ciudades de nuestros mercados emisores; así como también tres (3) representaciones en mercados emergentes o en vías de desarrollo y una (1) Coordinación del Mercado Canadiense, con asiento en la ciudad de Toronto.

|  |  |
| --- | --- |
| **Oficinas de Promoción Turísticas en el Exterior** | |
| Mercado Estadounidense | California  Chicago  Miami  Nueva York  Orlando  Puerto Rico |
| Mercado Canadiense | Montreal  Toronto  Atlantic Canadá (Representación) |
| Mercado Latinoamericano | Argentina  Brasil  Chile  Colombia  México  Venezuela |
| Mercado Europeo | Alemania  Bélgica  España y Portugal  Francia  Holanda (Representación)  Italia  Inglaterra  Rusia  Suecia |
| Mercado Asiático | Asia Central, Turquía y Oriente Cercano  Israel  China (Representación) |

Durante el año 2021, la pandemia del COVID-19, afecto en gran medida a los viajes y las actividades turísticas, siendo una de las principales actividades económicas del país. Un total de 4,995,412 turistas no residentes llegaron al país durante todo el año. y rompimos récord histórico en llegada de turistas en diciembre con un total de visitantes extranjeros de 728,335. Posicionando al país entre los cinco (5) primeros destinos turísticos vacacionales, líder de la región y ejemplo de la recuperación durante la pandemia COVID-19.

Entre las ferias comercializables durante este año, se encuentran:

|  |  |
| --- | --- |
| **OPT** | **Feria** |
| OPT Alemania | ITB Berlín  9-12 Marzo, 2021  Berlín, Alemania |
| OPT España | FITUR  19-23 Mayo, 2021  Madrid, España |
| OPT Francia | TOP RESA  5-8 Octubre, 2021  Paris, Francia |
| OPT Toronto | Canadá Meeting and Expo  19-20 Octubre, 2021  Toronto, Canadá |
| OPT Inglaterra | WTM London  8-9 Noviembre, 2021  Londres, Reino Unido |
| OPT Asia Central | Qatar Travel Mart  16-18 Noviembre, 2021  Doha, Catar |
| OPT Francia | ILTM Cannes  6-9 Diciembre, 2021  Cannes, Francia |
| OPT Asia Central | Expo Dubai  21-28 Diciembre, 2021  Dubái, Emiratos Árabes Unidos |

Como forma de promoción, también se realizaron “roadshows” en diferentes ciudades de los Estados Unidos, con el objetivo de posicionar al país como destino líder en el Caribe a nivel internacional, presentado los diferentes destinos internos y mostrando un incremento en la recuperación que ha tenido la República Dominicana durante la pandemia. A continuación, los estados estadounidenses en donde se han realizado estos eventos:

|  |  |
| --- | --- |
| **OPT** | **Roadshow** |
| OPT Miami | 29 de abril y 27 de septiembre, 2021  Miami, Florida |
| OPT Nueva York | 11 y 31 de agosto, 2021  Nueva York, Nueva York |
| OPT Chicago | 02 de noviembre, 2021  Chicago, Illinois |
| OPT Orlando | 04 de noviembre, 2021  Orlando, Florida |
| OPT Atlanta | 02 de diciembre, 2021  Atlanta, Georgia |

A la fecha hemos participado en un total de (336) actividades de promoción turísticas entre ferias pequeñas y grandes en modalidad virtual y presencial a nivel internacional; así como seminarios, capacitaciones, caravanas y eventos especiales. De igual forma se realizaron webinairs, presentaciones virtuales y viajes de prensa y agentes de viaje a través de las distintas OPT’s y representaciones en el exterior.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mercado** | **Feria virtual/Presencial** | **Exposiciones, seminarios, capacitaciones y caravanas** | **Press/fam trip** | **Webinar** | **Eventos especiales** |
| ESTADOS UNIDOS | 7 | 9 | 4 | 39 | 4 |
| CANADÁ | 3 | 0 | 1 | 18 | 0 |
| LATINOAMERICA | 5 | 15 | 3 | 52 | 20 |
| EUROPA | 14 | 17 | 18 | 27 | 48 |
| ASIA | 4 | 2 | 0 | 21 | 5 |
| TOTAL | 33 | 43 | 26 | 157 | 77 |

En este período finalmente se realizaron en total (43) nuevos Acuerdos de Cooperación con los principales Tour Operadores. En el 2020 se aprobaron (15) acuerdos, los cuales por razones de la pandemia se programaron para ejecutarse del 2021 al 2022 y adicional a ello, este 2021 se han aprobado (28) acuerdos, con vigencia del 2021 al 2022.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Cantidad de acuerdos de cooperación aprobados** | **Monto aprobado USD$** | **Monto aprobado EUR€** |
| 43 | 4,976,200.00 | 303,500.00 |

# 

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **MERCADO** | **Cantidad de Acuerdos** | **MONTOS USD$** | **MONTOS EUR€** |
| Estados Unidos | 13 | 1,068,200.00 | N/A |
| Canadá | 1 | 400,000.00 | N/A |
| Latinoamérica | 1 | 100,000.00 | N/A |
| Europa | 27 | 3,393,000.00 | 303,500.00 |
| Asia | 1 | 15,000.00 | N/A |

# Publicidad.

El departamento de publicidad ha logrado reorganizar las contrataciones directas de colocación de publicidad en los medios locales, siguiendo las directrices del despacho superior, bajando los tiempos de colocación de un año a tres meses.

Análisis y seguimiento total de los patrocinios aprobados por el despacho superior, conforme a los lineamientos presidenciales.

Crecimiento del área de diseño gráfico, unificando desde nuestro departamento todas las líneas gráficas de la institución.

Reorganización en el proceso de canalización de solicitudes de pagos de publicidad contratadas con los medios locales.

Campañas desarrolladas durante el año:

* Me gusta: Web y radio.
* Todo tiene su hora / Juan Luis Guerra: Televisión
* Más de lo que crees: Prensa, televisión y web.
* Turismo en cada rincón: Televisión y prensa.
* República Dominicana en los destinos.
* Impacto y beneficios obtenidos en cuanto a difusión:

La difusión masiva en los medios locales, en su mayoría televisivo y la parte digital es alta y ha ayudado a fomentar la confianza en los dominicanos para el consumo de turismo interno, impactando directamente en las reservas locales a nivel nacional.

Inversión en publicidad / Ejecución presupuestaria

Publicidad contratada en medios locales en el periodo enero – noviembre 2021:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Medio** | **Cantidad** | **Total Invertido en Pesos** |
| Televisión | 105 | 39,177,000.00 |
| Radio | 13 | 2,547,000.00 |
| Digital | 36 | 12,920,000.00 |
| Prensa escrita | 8 | 2,630,000.00 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Patrocinios** | |
| Cantidad | Total, invertido |
| 28 | US$ 802,000.00 |
| 31 | RD$ 16,179,150.00 |

# Turismo Interno.

Fueron desarrolladas un total de 26 charlas diferentes en cuanto a programas de capacitación para agentes de viajes, tour operadores, prensa especializada y estudiantes sobre destinos dominicanos y su oferta complementaria, en donde fueron capacitados un total de 2,363 participantes.

Para el fomento turístico nacional fueron divulgados un total de 8 nuevos materiales digitales que contienen los atractivos turísticos de los destinos: Azua, Punta Cana, Peravia, San José de Ocoa, La Altagracia, San Cristóbal y Boca Chica, respectivamente. Compartidas con clústeres turísticos y una promoción digital e impresa de la oferta de Turismo Comunitario Sostenible de la región norte del país en la revista EXPOCIBAO 2021.

A nivel institucional y promocionando los atractivos turísticos nacionales, participamos en el PGA Tour Event en Corales Punta Cana, el Congreso de la Federación de Entidades Organizadores de Congresos y Afines de América Latina 2021, Punta Cana Grand Prix, La Bolsa Turística del Caribe, Formula Kite Pan American Championship, Feria Ecoturística y de Producción Villa Sombrero, EXPOCIBAO 2021, Expoturismo Santiago 2021 y la 1era Feria de Buenas Prácticas e Intercambio Cultural.

Se realizó el Primer acercamiento oficial del MITUR con los dominicanos residentes en el exterior, con quienes ya tenemos interacción a través de 36 asociaciones en la diáspora, con quienes hemos realizado seis actividades virtuales enfocadas en la promoción de destinos dominicanos, a fin de incentivar que en sus visitas a nuestro país se animen a conocer nuestros atractivos turísticos.

Adicionalmente tuvimos una participación especial en el marco de la celebración del día de la Independencia Nacional a través de la Asociación de Dominicanos Unidos en Argentina vía plataforma digital YouTube.

Los Puntos de Información Turística son el contacto directo con los visitantes nacionales y extranjeros que desean información sobre nuestros destinos. A inicio del semestre contábamos con seis unidades distribuidos en: Plaza España, Las Damas, Palacio de Borgella, Parque Independencia (Cerrado por COVID), Las Terrenas y Salto Baigüate. En enero del presente año pusimos en operación dos nuevas unidades informativa en Miches, El Seibo. Así como también en el mes de noviembre dejamos en funcionamiento el PIT Samaná Santa Barbara. Estos puntos informativos han atendido a un total de 37,965 visitantes de enero a noviembre del presente año.

Durante el año 2021 realizamos acompañamiento a la prensa en 9 viajes y 5 viajes de familiarización con matiz experiencial en los que participaron comunicadores-influencers dominicanos, quienes dieron cobertura a los más célebres atractivos turísticos de las provincias: San José de Ocoa, Azua, Peravia, Barahona, Bahoruco, Independencia, Santo Domingo, Montecristi, Dajabón, Valverde, Puerto Plata, Santiago Rodríguez y Espaillat para un total de 134 artículos escritos, 16 programas de TV, 27 programas radiales, 18 materiales digitales promovidos por YouTube y unos 1,371 post en la red Instagram, así como un centenar de contenidos compartidos vía Twitter, Facebook y otras redes sociales, alcanzando un promedio de 60,000 cuentas por cada actividad realizada.

Colaboración con clústeres y consejos de desarrollo ecoturísticos en el impulso de rutas y movimientos de turistas que sirvan como punto de apoyo al desarrollo turístico nacional.

A través de acciones conjuntas con los clústeres de Azua, Peravia, Barahona y San José de Ocoa; así como con las asociaciones de guías ecoturístico de Bahoruco e Independencia y la oficina Senatorial de San Cristóbal, realizamos 10 visitas de identificación de atractivos turísticos, para incrementar nuestro inventario nacional con unas 54 nuevas propuestas para la realización de turismo interno en el país, contando al final con 119 atractivos en esas provincias con vocación turística integradas a nuestros inventarios.

Adicionalmente colaboramos con la grabación de cuatro programas especiales de Andariego Dominicano vía los clústeres de Azua, Peravia, Espaillat, Bahoruco y San Cristóbal, articulando para la creación de esos contenidos una sinergia con los representantes turísticos de esos destinos.

A nivel técnico definimos un plan de acción conjunta para 2021 con clúster de Constanza y participamos en dos mesas técnicas de trabajo con clúster Azua, así como también colaboramos con la promoción mediática de la oferta turística comunitaria por parte del proyecto Turismo Comunitario Sostenible (TCS) y la Agencia de Cooperación Japonesa (JICA) para el fortalecimiento y vinculación de estas acciones de cara al turismo interno dominicano.

# Turismo de Salud y Bienestar.

En cumplimiento con la gestión de oferta, realizamos ciento dos (102) visitas (levantamientos) a centros de salud y bienestar, de los cuales setenta (70) corresponden a centros que ofrecen los servicios de salud (cirugías plástica y reconstructiva), diez y siete (17) visitas correspondieron a centros especializados, odontológicos y Spa en la zona Metropolitana y quince (15) a centros de bienestar en los Polos turísticos.

De todos los centros visitados el 95% están habilitados por MISPAS, y en adición cumplen con los requerimientos de MITUR y califican para formar parte de la cartera de clientes a ser promocionados en nuestra plataforma.

Estas visitas de reconocimiento tienen como propósito contribuir con la meta presidencial de ampliar la oferta turística sin afectar la Marca País.

Se ha contribuido, con la promoción y divulgación de las oportunidades del segmento de salud y bienestar realizando presentaciones estratégicas a sectores involucrados en las cadenas de valor, proporcionando información a ser utilizada en la promoción de nuestro país como un destino seguro de salud y bienestar.

Se elaboró una guía digital informativa la cual está colocada en la plataforma de comunicación de MITUR, con el objetivo de proporcionar informaciones, relacionadas con los incentivos y requerimientos del (CONFOTUR), para motivar los inversionistas en este segmento.

Actualmente, nos encontramos trabajando con la actualización del Brochure de la Dirección de Turismo de Salud y Bienestar, con imágenes y recursos didácticos identificados y colectados por MITUR.

Acorde a las estrategias de Fomento y Desarrollo Turísticos y a los lineamientos del Ministerio de Administración Pública, esta Dirección presentó la estructura organizativa para fines de actualización y aprobación.

En enero del año en curso se realizó la primera reunión informativa entre el Ministerio de Salud Pública (MISPAS) y el Ministerio de Turismo (MITUR), para socializar y dar continuidad al Acuerdo de Cooperación Interinstitucional firmado en el año 2015 y se entregó la propuesta del Acta de conformación del Consejo Nacional de Turismo de Salud y Bienestar; así como la propuesta de una alianza estratégica entre ambas instituciones.

En la segunda reunión en febrero del mismo año, se presentaron los avances del sector, como resultado fueron conformadas las mesas de trabajo con personal de ambas Instituciones, para la revisión del Acuerdo de Cooperación Interinstitucional.

En el mes de mayo, los miembros de la mesa de trabajo del Ministerio de Salud Pública (MISPAS), presentó a los integrantes de la mesa de trabajo del (MITUR), su propuesta para modificar el Acuerdo de Cooperación Interinstitucional, el cual está en proceso de revisión y evaluación por parte de MITUR.

Con el objetivo de promover el Turismo de Salud y Bienestar en el país, el MITUR introdujo las oportunidades de este segmento a los miembros de la Asociación de Hoteles de Santo Domingo, quedando pautadas próximas presentaciones informativas del sector.

Participación de la Dirección de Turismo de Salud y Bienestar (DTSB), en la reunión con el Ministerio de Salud Pública (MISPAS), el presidente de la Sociedad de Medicina Especializada (SME) y el presidente de la Sociedad Dominicana de Cirugía Plástica (SODOCIPRE), para tratar la problemática de las casas de recuperación y proponer la creación de una Comisión Nacional de Turismo de Salud y Bienestar, integrada por los representantes de las especialidades médicas con mayor demanda en el exterior.

En coordinación con MISPAS, se conformó a unanimidad un equipo mixto con el propósito de monitorear la calidad de estos servicios de Salud, con el cual fue realizada una jornada que incluyo la visita y supervisión de setenta centros de salud en su mayoría Centros de Cirugía Plástica a nivel nacional.

Apoyando el objetivo No. 3 de la Agenda 2030 de la Organización Mundial de la Salud, referente al desarrollo sostenible de la salud y el bienestar se recibió la propuesta de una alianza con la Asociación Latinoamericana de Turismo Wellnes, para crear una planificación estratégica acorde con los ejes de regulación e incentivo y promoción del turismo de salud y bienestar en Latinoamérica, la cual está siendo evaluada dentro de la gestión de acuerdos de colaboración público privado, nacionales e internacionales.

En el marco de la celebración del V Congreso de Salud y Bienestar organizado por la Asociación Dominicana de Turismo de Salud y patrocinada por nuestro Ministerio, fue lanzada la tercera Guía de esta Asociación. El MITUR tuvo una participación destacada ofreciendo información a los participantes al congreso acerca de los avances del segmento de Turismo de Salud y Bienestar en nuestro país. Esta novedosa Guía informativa está siendo publicada en nuestra plataforma de comunicación digital.

Luego de las reuniones realizadas, a partir del mes de enero para de socialización del Acuerdo Interinstitucional el mismo fue revisado y reestructurado.

Dentro de las modificaciones más sobresalientes está, la de eliminar del Acuerdo la conformación del Consejo Nacional de Salud, y convertir el Acuerdo Interinstitucional en un Acuerdo de Cooperación entre el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Salud Pública, dejando como miembros consultivos a los representantes de todas las instituciones que firmaron el Acuerdo Interinstitucional antes referido.

Este nuevo documento, MITUR y MISPAS conforman dos Mesas de trabajo: una de tipo Operativa que se encargará de proponer las líneas de acción y los objetivos del plan de trabajo, elabora y ejecuta su programación, y realizará los reportes de seguimiento de las actividades del referido plan y, otra Mesa de tipo Estratégica que se encargará de aprobar las líneas y los objetivos del plan, recibir informes de las acciones de la mesa operativa y tomar las decisiones de aquellos asuntos de tipo estratégico político, podrán consultar a los gremios, sindicatos, sector empresarial u otro actor clave que estén vinculados al sector turismo de salud y bienestar, las decisiones que resulten de la(s) consulta(s) debe(n) ser discutida(s) por las instituciones firmantes y consensuadas.

Actualmente este nuevo acuerdo, se encuentra en la fase de revisión legal que, de ser aprobado en todas sus partes, será firmado por los ministros de ambas instituciones.

Fue gestionada una Alianza estratégica con el sector Wellness & Spa Association, Dominican Republic Punta Cana y luego de varios encuentros se acordó planificar lo que sería el primer Congreso de Bienestar en República Dominicana.

Esta dirección, en coordinación con el Viceministerio de calidad, elaboro la propuesta para la creación del sello de verificación de la calidad de los servicios de bienestar para reconocer los centros que cumplen con los requerimientos MITUR /MISPAS, y califican para obtener el sello distintivo de la calidad de los servicios ofrecidos.

En este proyecto resaltamos incentivos para incluir en un código QR diseñado por MITUR, el cual tendrá el contenido la información detallada de los servicios que ofrece el centro seleccionado.

Elaboramos la propuesta para la realización de un proyecto piloto de Centros de Turismo de Bienestar, identificados por polo Turístico para iniciar una campaña de lanzamiento de nuestro país como un destino de Bienestar y que este sea reconocido a nivel internacional en estos momentos este proyecto se encuentra en la fase de aprobación.

# Turismo MICE por sus siglas en inglés (reuniones, viajes de incentivos, congresos y eventos).

El Departamento de Congresos e Incentivos del Ministerio de Turismo es el encargado de desarrollar el segmento de Turismo MICE (término proveniente de las siglas en inglés para Reuniones, Viajes de Incentivos, Congresos y Eventos) a través de acciones que favorezcan el flujo de turistas que llegan al país por eventos de tipo profesional.

Promovemos la incorporación del Ministerio a las distintas asociaciones internacionales de esta disciplina, las cuales nos benefician con contactos importantes de la industria, para la obtención de sedes de congresos y convenciones con negocios potenciales y estadísticas actualizadas del sector. Nuestro Departamento está comprometido con el fomento de la capacitación continua de los sectores involucrados en este segmento para garantizar una oferta de calidad hacia este tipo de turista.

El año 2021 fue uno muy difícil para la industria, debido a las restricciones y limitaciones existentes para la celebración de reuniones y las actividades de grupos, replanteando prioridades y limitando la cantidad de acciones que se llevaron a cabo para incentivar el sector. A continuación, las actividades que se pudieron realizar en favor de la promoción de República Dominicana como el destino ideal para eventos de tipo profesional y/o educativo, así como también para los viajes de incentivo.

Afiliación con Principales Asociaciones

Se hicieron negociaciones para suspender sin penalidad nuestra afiliación del año 2021 con las principales entidades internacionales de la industria MICE, para ser retomadas en el 2022. Entre las principales se encuentran:

• SITE (Society for Incentive Travel Excellence, para viajes de incentivos).

• ICCA (International Congress and Convention Association, que trata de Congresos de Asociaciones profesionales).

Patrocinio del Congreso de la Federación de Entidades Organizadoras de Congresos Afines de América Latina, COCAL.

República Dominicana alcanzó el privilegio obtener la sede de este prestigioso congreso de gran trayectoria de éxito por el legado que deja a los países que han sido anfitriones.

Accediendo a una invitación de la Junta Directiva de COCAL, el Departamento de Congresos e Incentivos formó parte del Comité Organizador del evento, con participación en el desarrollo y organización de este y como anfitriones de los invitados al congreso. El evento reunió destacados actores de la industria MICE de toda Latinoamérica, constituyéndose en una fantástica oportunidad de demostrar de primera mano que estamos preparados para impulsar el relanzamiento de la industria. Este congreso, con aportes en educación y ruedas de negocios uno a uno, fue una importante fuente de impulso y profesionalización de toda la cadena de valor.

En septiembre 2021 se celebró un importante taller con importantes personalidades de la industria y los más destacados actores regionales y mundiales de ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones). El evento contó con el auspicio del Ministerio de Turismo y la Asociación de Hoteles de Santo Domingo, y acaparó la atención de un nutrido grupo de profesionales locales, a la vez que se discutieron importantes tópicos, tendencias y recomendaciones puntuales para el desarrollo del segmento en el país, de cara a los próximos años post pandemia, incluyendo la intervención de MITUR en charlas y paneles de discusión.

Participación activa en el desarrollo y formación del Capítulo MPI Republica Dominicana. La organización MPI (Meetings Professionals International) es una de las más prestigiosas asociaciones de profesionales del MICE y aun no se encuentra representada en nuestro país. Esta iniciativa de formar el capítulo dominicano busca la profesionalización de sus miembros y la gestión de actividades de intercambio y oportunidades de negocios para el crecimiento del segmento MICE en el país. Nuestra participación en la Vicepresidencia de Educación garantiza el desarrollo de un ambicioso programa de entrenamiento y capacitación del sector.

Presencia virtual en el Congreso Mundial Anual de la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA). Esta versión del congreso, celebrado en octubre 2021 de manera hibrida y con los mejores expertos de la industria, permitió a los delegados oportunidades de formación. El congreso de este año fue de gran valor puesto que fue especialmente dirigido a la recuperación de la industria de reuniones post pandemia, tendencias del mercado y la pronta reactivación de los congresos internacionales.

# Turismo de Cruceros.

Durante el año 2021 no se registraron llegadas de cruceros al país, no obstante, a partir de febrero 2021 iniciaron las llegadas de turistas vía marítima, a través del ferry. Estas ascendieron a 7,901 pasajeros y 3,198 tripulante, para un total de 11,099 visitantes. El retorno de las operaciones de cruceros en sus respectivos puertos será, a partir del mes de julio 2021, según anunció el presidente de la República, Luis Abinader.

Enviamos la propuesta para la creación del Organismo Multisectorial “Consejo Nacional de Cruceros” que es una de nuestras metas intermedias.

Se planteo la conveniencia de la aprobación de protocolos regionales para manejar eficazmente la crisis presente. En resumen: proceso de vacunación, protocolos regionales de manejo de crisis, Centros de Control y Prevención de Enfermedades (CDC), Agencia de Salud Pública del Caribe (CARPHA) y directores de marketing (CMOs) serán elementos determinantes para la viabilización de la reapertura exitosa de la industria del crucero en la región del Gran Caribe.

Se realizaron reuniones conjuntamente con Francisco Carreras representante de la naviera Frederick Schad en la oficina del director de Autoridad Portuaria el señor Jean Luis Rodríguez con el objetivo de crear vínculos eficaces de comunicación intersectorial: Mitur-Agencias Navieras- Líneas de Cruceros. Abordamos diferentes temas de interés común, entre ellos la posibilidad de hacer negocios con Norwegian Cruise Line, cuyos ejecutivos manifiestan el deseo de realizar inversiones turísticas en el país. Se resaltó la importancia que reviste el establecimiento de vínculos comunicacionales permanentes entre estos actores principales de la industria.

Sostuvimos reuniones de fortalecimiento con sectores internos de la industria, con la empresa Fenix Trading S.R.L, proveedores de insumos a los cruceros Aida, TUI Cruises, (Mein Schiff), Costa y ahora de NCL y RCL, donde nos solicitan apoyo para coordinar reuniones con otra línea de cruceros con el objetivo de incrementar los suministros de insumos nacionales en Puerto.

Los CDC de los EE. UU. emitieron la Orden de Navegación Condicional para operar buques de cruceros en aguas territoriales norteamericanas, mediante la cual se establece la obligatoriedad de que los operadores de cruceros realicen primero viajes simulados (de prueba) previa realización de viajes restringidos con pasajeros de conformidad con el certificado de navegación condicional por COVID-19. Los CDC publicaron instrucciones técnicas para los operadores de cruceros que se preparan para hacer viajes simulados ("de prueba") antes de realizar viajes restringidos con pasajeros de conformidad con el certificado de navegación condicional por COVID-19.

En 'View from the Top', los presidentes, directores ejecutivos y / o presidentes de la línea de miembros de la FCCA compartieron algunos de cuándo y cómo sus marcas y empresas regresarán a la región, y cómo el reinicio de la industria ha generado oportunidades que incluyen más puertos de origen, múltiples itinerarios portuarios en destinos y estancias más largas a través del trabajo conjunto con gobiernos y grupos de interés. El panel estaba compuesto por: Micky Arison; Michael Bayley, presidente y director ejecutivo de Royal Caribbean International; Christine Duffy, presidenta de Carnival Cruise Line; Tom McAlpin, presidente y director ejecutivo de Virgin Voyages; Jason Montague, presidente y director ejecutivo de Regent Seven Seas Cruises; Frank Del Rio, presidente y director ejecutivo de Norwegian Cruise Line Holdings Ltd ; Rubén Rodríguez, presidente de MSC Cruceros USA; Harry Sommer, presidente y director ejecutivo de Norwegian Cruise Line; y Jan Swartz, presidente del grupo, Holland America Group.

Participación de la Republica Dominicana en el evento internacional “SEATRADE CRUISE GLOBAL 2021”, celebrado en lapso 27 al 30 de septiembre de 2021 en Miami, Florida. Durante el desarrollo del evento se dio cumplimiento a una apretada agenda de trabajo conforme a la cual el equipo representante de la República Dominica tuvo activa participación en múltiples eventos.

# Turismo Cultural.

El desarrollo y fomento del turismo es el objetivo primordial, en ese sentido articulamos nuestro accionar alineados a las metas presidenciales, en especial a la que requiere “Fomento y Promoción de la Cultura Dominicana.”, de ella se emana nuestro norte: “Incrementar la afluencia del turismo vía la promoción de la Cultura Dominicana”.

El cumplimiento de esta meta intermedia conlleva una serie de objetivos, los cuales han sido vinculados con nuestro plan operativo anual, desglosados a continuación:

Con relación a las presentaciones del ballet folklórico junto al conjunto típico, a nivel nacional se han realizado 53 actividades dentro del marco del programa de animación en ciudad colonial y diferentes localidades del centro histórico, y 177 actividades extraordinarias, para un total de 230 actividades logradas durante el 2021, de las cuales podemos resaltar colaboraciones público-privadas, ferias turísticas y culturales, recibimientos en los diferentes puertos y aeropuertos del país, conferencias, paneles y reuniones relacionadas al sector.

La meta 2021 establecida de presentaciones del ballet folklórico junto al conjunto típico fue de 250 intervenciones, lo que representa el 92 % de la meta completada.

En cuanto a las metas fijadas de presentaciones de los tríos de guitarras para este periodo, 183 actividades dentro del marco del programa de animación en ciudad colonial y diferentes localidades del centro histórico, y 105 actividades extraordinarias fueron ejecutadas, para un total de 288 actividades logradas a nivel nacional, como son, animación en diferentes press trip, conferencias ligadas al sector y presentaciones ferias turísticas, culturales y artesanales, a nivel nacional.

La meta 2021 establecida de presentaciones de tríos de guitarras, fue de 300 presentaciones, lo que significa el 96 % de la meta completada.

Cabe destacar que, con relación a las metas alcanzadas durante el año 2020 según el Informe Anual del Plan Operativo 2020, las presentaciones del ballet folklórico junto al conjunto típico obtuvieron un incremento del 74.64 % y los tríos de guitarras del 56% en sus participaciones, logrando así un mejor posicionamiento porcentual durante el año 2021, respecto al 2020.

Referente a la promoción de la artesanía nacional como herramienta de impulso al turismo cultural, se apoyaron muestras artesanales en ferias y actividades de enfoque turístico a nivel nacional, en colaboración con instituciones tanto públicas como privadas; además, como Miembro del Comité Permanente Dia Nacional del Larimar, como lo establece la ley 17-18, se proporcionaron los recursos y apoyo logísticos para la celebración del día de nuestra piedra nacional, el 22 de noviembre de 2021 en la Provincia Barahona, asimismo se destacó dicha celebración en la prensa escrita, medios digitales y redes sociales de este ministerio.

Concerniente a la promoción del turismo religioso, cabe resaltar que esta división, que está bajo la dependencia de esta dirección, fue conformada en noviembre de este año, con la designación de una responsable. Para el año 2022, esta unidad estará implementando un plan de acción para identificar y desarrollar nuevos nichos en este sector, que contribuya con la diversificación de la oferta turística nacional. Anterior a la conformación de esta unidad, se trabajó en la ruta de los senderos de la Fe, promocionando dicha ruta de manera digital, vía las redes sociales oficiales de este ministerio.

Por otra parte, debido a la situación actual de la pandemia del COVID-19, la participación de los grupos artísticos en 10 ferias internacionales, para la promoción de la cultura dominicana y expresiones artísticas, se vio mermada, por lo que esta meta no pudo ser alcanzada.

En ese mismo sentido, a nivel nacional se reactivaron a mediados del mes de noviembre de este año, las presentaciones del grupo Bonyé cada domingo, en las Ruinas de San Francisco en Ciudad Colonial, cumpliendo así la meta de 4 presentaciones artísticas, programas para el 2021.

En cuanto a la meta promoción del folklore, se organizaron actividades en conmemoración al “día internacional del folklore” y “día nacional del merengue” en colaboración con el ayuntamiento del distrito nacional y el clúster turístico de santo domingo; además se apoyó al ministerio de relaciones exteriores, en los actos conmemorativos a la proclamación de la bachata como patrimonio inmaterial de la humanidad; adicional a esto, estas fechas conmemorativas fueron promovidas activamente mediante plataformas digitales.

Finalmente, en cuanto al producto “Patrocinio de actividades culturales”, este no se manejó vía esta dirección, debido, a que en la actualidad todas las solicitudes de Patrocinios están siendo tramitadas directamente por el despacho del Ministro.

# Gastronomía.

Con el objetivo de promocionar la rica Gastronomía Dominicana y siguiendo las metas y lineamientos de la presidencia de la República, el departamento de Gastronomía bajo la supervisión del Viceministerio de Desarrollo y Fomento Turístico de este Ministerio de Turismo han desarrollado una serie de actividades y estrategias a los fines de lograr el posicionamiento de la gastronomía dominicana como un atractivo turístico. A continuación, el desglose de las metas y actividades realizadas.

Dentro del marco de FITUR 2021, se sostuvieron importantes encuentros con los distintos representantes de esa cadena de valor citando Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES), Academia Iberoamericana de Gastronomía, Academia Dominicana de Gastronomía, entre otros actores donde se decidió la creación de un comité interinstitucional que trabajará en la formulación de una estrategia conjunta para el posicionamiento de la Gastronomía.

Reunión con Edith Viñaseñor del Centro de Investigación en estudios turísticos y gastronómicos del Estado de México a los fines de desarrollar desde México una estrategia de promoción de la gastronomía a través del Cacao, producto que producen y comparten ambos países.

Fuimos el país escogido como invitado en el Primer Congreso Iberoamericano Gastronómico Binómico Huelva que se llevó a cabo del 25 al 27 de octubre del 2021 en Huelva, España.

Durante todo el año 2021 se sostuvieron varios encuentros y se crearon varios convenios con las principales asociaciones y personalidades del sector en aras de desarrollar un el plan estratégico de marketing de gastronomía dominicana.

El arduo trabajo de incluir la experiencia gastronómica dominicana en el 100% de los viajes de familiarización y prensa que se organicen desde el MITUR ha sido posible dentro de los siguientes Fam y Pres Trip: Pres Trip Azua; Pres Trip Ocoa; Fam Trip Prensa Turística Francia; Mega Fam TripTTOO Avoris Corporación Empresarial y OPT España; Fam Trip Soultour y Grupo Piñero (OPT España Portugal); Fam Trip American Airlines, OPT New York y Cluster Turístico PTO.PTA; Influencer Christyne Yi 260K; Press Trip Dulce Atardecer, Pres Trip Domingo del Fogón Cueva del Eden, Vive la Experiencia Puntarena. Farm Trips de la línea Noroeste que incluyó las provincias de Valverde, Santiago Rodríguez, Dajabón y Montecristi donde un grupo de destacados influencers conocieron los atractivos de esa región, enfocados en el Turismo Comunitario Sostenible y en adición vivieron las experiencias gastronómicas de la ruta del banano, ruta del casabe, y ruta de la miel. Press Trip Influencer Mochileando cuyo destino turístico fue el Este, concentrándose en las ciudades de La Romana, Bayahibe y Punta Cana. Así como también en los Farm y Press Trip Iberia Amhsa en la ruta Santo Domingo-Samaná. Farm Trip Cibao Norte Turismo Comunitario Sostenible con influencers.

# Consejo de Fomento al Turismo (CONFOTUR).

El año 2021 estuvo marcado por la continuidad de la Pandemia del COVID-19, situación que sorpresivamente dio un giro y ha generado un gran flujo en las inversiones de nuevos proyectos turístico apostando a la República Dominicana como referente de la recuperación de nuestro sector.

En sentido general, hasta noviembre del año 2021 han sido celebradas 12 sesiones de Consejo del CONFOTUR, en las que fueron aprobadas un total de 205 solicitudes de exenciones de distinta naturaleza, de acuerdo a las recomendaciones realizadas por la Dirección Técnica del CONFOTUR.

Las resoluciones emanadas de dichas sesiones del consejo corresponden a: Clasificación Provisional (20), Clasificación Definitiva (33), exenciones de impuestos a artículos utilizados en la construcción, primer equipamiento y puesta en ejecución de proyectos turísticos clasificados, tanto adquiridos en el mercado local como importados (122), prórrogas (21), y otras solicitudes (9).

Cabe resaltar, que dentro de las Clasificaciones Definitivas están incluidas las exenciones de estructuras hoteleras con un mínimo de 15 años de construidas (5 resoluciones), cuyas estructuras son remodeladas y pasan a recibir los mismos beneficios que las nuevas inversiones, de conformidad con las disposiciones establecidas en la Ley No. 195-13. Así como (1) por remodelación de 5 años a estructuras hoteleras ya existentes.

Las inversiones en nuevos proyectos turísticos quedan reflejadas en los proyectos con Clasificación Definitiva, los cuales representan un 8% del total de solicitudes aprobadas por el CONFOTUR. Dichas inversiones, ascienden a un monto aproximado de 1,054 millones de dólares, con un total de 5,888 nuevas habitaciones en los próximos 15 años.

Los proyectos aprobados por CONFOTUR se encuentran localizados en las siguientes provincias del país: La Altagracia, La Romana, Santo Domingo, Samaná, Puerto Plata, María Trinidad Sánchez, El Seibo, Santiago de los Caballeros. Siendo la provincia La Altagracia la más beneficiada, con un total de 20 aprobaciones, lo cual representa un 41% del total de solicitudes aprobadas, seguido por la provincia de Samaná Santo Domingo, Puerto Plata y La Romana; lo que refleja una alta concentración de las inversiones en la zona Sureste y Este del territorio de la República Dominicana.

En el año 2021 hubo un crecimiento comparativamente similar con relación al año 2020, y con expectativas de cerrar el año mejor que el anterior, lo que evidencia la aceleración de las inversiones aún presente la Pandemia del Covid-19; dinamizando diferentes sectores de la economía nacional, entre ellos inversiones, construcción y en especial el turismo.

Las resoluciones aprobatorias del Consejo de Fomento Turístico (CONFOTUR), son el indicador de las evaluaciones realizadas por la Dirección Técnica, reflejando de esta manera que el comportamiento e indicadores de inversión se mantienen en la Provincia La Altagracia, con un 48%, tal como reflejan las resoluciones emitidas en tal sentido. El restante de las aprobaciones son el indicador que corresponde a las exoneraciones correspondientes a los proyectos ya clasificados en estos tres (3) últimos años y que reflejan un 60% de las resoluciones aprobatorias.

Los proyectos Clasificados Definitivamente ascienden a 33, y representan aproximadamente 5,888 nuevas habitaciones que incrementarán considerablemente la capacidad de hospedaje en el país. Dichos proyectos conllevan una inversión que superan aproximadamente los 1,054 millones de dólares.

Entre estos proyectos se encuentran hoteles, con dos hoteles bajo la línea de los proyectos turísticos-inmobiliarios compuestos por villas y apartamentos, así como también remodelaciones de hoteles con más de quince (15) y cinco (5) años de construidos, infraestructura y nuevas ofertas complementarias como son parques temáticos.

Algunos proyectos turísticos-inmobiliarios clasificados son de gran magnitud, se caracterizan por ser complejos mixtos que serán desarrollados por etapas. En consecuencia, este incremento de habitaciones no se verificará necesariamente en los próximos tres años, sino que, según el caso, puede variar hasta proyectarse en los próximos 15 años.

La clasificación de nuevos proyectos implica apostar a nuevas inversiones en un destino seguro, que generarán nuevos puestos de trabajos y reactivación de los destinos turísticos a lo largo de todo el país.

# Gestión y Promoción de la Inversión Turística.

En coordinación con algunas Embajadas, tales como las de Alemania, Uruguay, Canadá, Grecia, Venezuela, Panamá y otras, así como de nuestras Oficinas de Promoción Turística, OPT´s, hemos ido generando sinergias para la promoción de la inversión en el Sector Turístico dominicano. Los medios empleados han sido fundamentalmente los de las tecnologías de información y la comunicación, ya que lo presencial ha estado con las restricciones que impone el estado actual de las cosas, con fuertes limitantes a la movilidad. Estamos en permanente comunicación y coordinación permanente con las OPT´s, con Cancillería, así como con ProDominicana.

Cabe destacar el éxito de la puesta al día de nuestra Guía de Inversiones, con data actualizada, la cual hemos puesto a circular en forma virtual por nuestra página web y su envío por email a varias embajadas, consulados, nuestras OPT´s, así como a inversionistas corporativos. Esta guía de inversión es un poderoso instrumento de destacar nuestras ventajas competitivas para la inversión, ya que cuenta con explicaciones completas, en lenguaje sencillo, sobre nuestra legislación, destinos turísticos, etc.

Con nuestra OPT en Asia Central, coordinamos la visita a nuestro Despacho del Presidente del holding Acun Medya, Sr. Cem Ciritci, de Turquía, quienes han estado filmando el reality Survivor en Bayahíbe, desde hace años, desde el 2020 inicio a chartear vuelos directos IST-LRM para transportar su staff y numeroso Team, quienes venden la mitad de asientos a turistas de ese país, o sea que poco a poco empezamos a tener el flujo turístico desde Turquía y muy pronto, vuelos regulares, lo cual se está coordinando con las instancias correspondientes.

Han sido desarrollados y desplegados mecanismos para el fomento de la inversión, entre los que caben destacar el apoyo logístico a los inversionistas que deciden venir a nuestro país. Este apoyo inicia con extenderles el excelente servicio brindado por nuestras Oficinas en los Aeropuertos, quienes los reciben, prácticamente, en la escalinata del avión y les realizan los trámites de Migración y Aduanas, los comentarios de los inversionistas son excelentes de ese trato VIP. Luego les coordinamos las visitas a las zonas turísticas de su interés, les elaboramos agenda con las Autoridades locales y / o con otros empresarios del área, ya establecidos. Este recibimos unos 14 inversionistas individuales y dos grupos: uno de brokers, traídos por Noval Properties y otro de grupos corporativos.

Se continúa brindando apoyo y orientación a distintos Proyectos de Turismo Inmobiliario, a diferentes grados de profundidad, básicamente en cuanto a CONFOTUR, estadísticas, permisos, informaciones turísticas, facilitación y acompañamiento en procesos. Así como también, a los Cloústers Turísticos: María Trinidad Sánchez y Azua, tanto en orientaciones en cuanto a las leyes que influencian la Inversión Turística, como capacitaciones en Técnicas de Atracción de Inversiones.

Fue realizada la 5ta. Conferencia de este año, vía Zoom, sobre las ventajas de invertir en la República Dominicana en Post Pandemia. Esta se dictó en el marco del evento internacional: 1er Intercambio Comercial del Caribe CAVEDOM 2021, el cual llegó a decenas de empresarios dominicanos, venezolanos, panameños y de otros países, en la misma participó también el Director General de Alianza Pública Privada, Sr. Sigmund Freund y otros funcionarios públicos de alto nivel.

Como fruto de una Misión que lideramos a Abu Dhabi, en la que nos hicimos acompañar de varios proyectos (Cap Cana, Cana Rock, Casa Linda City y Maravilla Ecolodge), hemos concretizado una inversión del Fondo de Inversiones de Abu Dhabi, en Cap Cana por 4 millones de dólares, en dos desarrollos inmobiliarios: Azzure y Olea at Cap Cana, donde tienen aprobadas otras nuevas cuantiosas inversiones, a ejecutarse en 2022.

# Calidad de los Servicios Turísticos.

Esta Unidad está encargada de la regulación y cumplimiento de los estándares de calidad en todas las empresas que prestan servicios turísticos, con el objetivo de garantizar la implementación y el mantenimiento de los diferentes procesos exigidos para el sistema de gestión de la calidad integral en los servicios y productos turísticos.

Como viceministerio de Calidad de los Servicios Turísticos; elaboramos, coordinamos y desarrollamos las normas y procesos de gestión de calidad a fin de promover los diferentes servicios turísticos, velando por el cumplimiento de las normas internacionales de calidad en los servicios y productos que se ofrecen a los turistas. Es nuestro deber establecer la política de innovación y mejora de los productos y servicios turísticos con el objetivo de mantener la calidad, apegados a nuestros valores: el Compromiso, la Transparencia, la Integridad y la Excelencia.

Desde esta unidad se desarrollan programas de capacitación sobre normas de calidad al personal responsable del área de supervisión e inspectorías, coordinados con las Direcciones Regionales y unidades del sector la ejecución de actividades que permitan su integración al sistema de calidad.

Los últimos años han representado un reto para la institución y el sector que esta representa, en especial para nuestra gestión a causa de la pandemia, pero no obstante a eso, desde esta unidad se han realizado diagnósticos de la situación actual de los servicios turísticos a través de levantamientos realizados en inspecciones de calidad y seguimiento al cumplimiento de los protocolos Covid-19 en apoyo a la Dirección de Empresas y Servicios. A partir de este diagnóstico se elaboró el desarrollo de una propuesta de un Distintivo de Calidad Turística, que busca motivar la implementación y el cumplimiento de las normas para garantizar la calidad en los servicios turísticos con el apoyo del Viceministerio Gestión de Destinos; el cual se encuentra en su etapa final para la implementación.

En ese mismo orden hemos elaborado un programa de auditoria orientado a los subsectores de prestadores de servicios turísticos, ejecutado con un cronograma de inspecciones por zona, desarrollando un plan de monitoreo y seguimiento para los establecimientos de servicios turísticos ya inspeccionados, garantizando mediante estas que los establecimientos y actores de la cadena de valor turística estén alineados a los estándares de calidad exigidos.

En atención a las necesidades de formación continua, hemos desarrollado programas de formación en materia de calidad turística a los colaboradores involucrados en las áreas de inspección, donde hasta la fecha se han capacitado más de 160 inspectores y supervisores de Inspectoría de las diferentes regiones del país.

Por otra parte, el Área se mantiene activa en asistencia y cooperación con el Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA) en busca definir y articular las políticas de calidad y productividad de interés nacional.

Actualmente estamos trabajando en la propuesta e implementación de un Distintivo de Calidad y marca Q que nos representará a nivel nacional e internacional. Este proyecto certificará los más altos niveles de estándares de calidad de los principales subsectores de la cadena de valor turística. El objetivo principal de este proyecto es motivar a la implementación y cumplimiento de las normas para garantizar la calidad en los servicios turísticos.

# Programa Integral de Desarrollo Turístico y Urbano de la Ciudad Colonial de Santo Domingo.

El Programa Integral de Desarrollo Turístico y Urbano de la Ciudad Colonial (PIDTUCC) tiene como objetivo principal la revitalización de la Ciudad Colonial de Santo Domingo en sus aspectos urbanos, económicos y de turismo cultural, con una inversión de US$90 millones financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo, trabaja para la recuperación de espacios públicos y monumentos históricos; el mejoramiento de las condiciones de habitabilidad para los residentes; la revitalización museográfica; el desarrollo de las economías locales; y el fortalecimiento de la gestión de la Ciudad Colonial.

Durante el periodo enero-diciembre 2021, el Programa Integral de Desarrollo Turístico y Urbano de la Ciudad Colonial presenta los siguientes avances:

1. Progreso en el cumplimiento de las condicionantes previas para el inicio de Obras. Este era uno de los principales desafíos que enfrentaba el Programa al cierre del 2020, y a la fecha constata importantes avances. Entre los que figuran:

* La realización de los estudios previos a la ejecución de las obras, establecidos para salvaguardar los aspectos ambientales y socioeconómicos propios de este tipo de intervenciones.
* En fase ejecución la (i) Revisión y actualización de los planos constructivos diseñados para la rehabilitación de calles, (ii) Estudio de Prospección Geofísica y Arqueológica con georradar de calles priorizadas, y concluida la (iii) Evaluación de vulnerabilidad de edificaciones e infraestructuras para la Recuperación Integral de Calles de la Ciudad Colonial, requisitos que permitirán dar apertura al proceso de licitación para la ejecución de obras de rehabilitación de calles en diciembre 2021.
* Inició el proceso para la realización de Obras de Protección Temporal para la estabilización del Convento San Francisco, con la apertura de las licitaciones de lugar. Estas obras proveerán a las ruinas del reforzamiento estructural necesario hasta tanto se ejecute un proceso profundo de consolidación.
* Se realizó un proceso de consenso que viabilizó que las instituciones involucradas y los diferentes actores sociales, públicos y privados, construyeran una visión y alcance de la intervención definitiva que se realizará en las ruinas del convento de San Francisco y en el Mercado Modelo. Adecuaciones que tendrán un efecto económico dinamizador sobre la Ciudad Colonial y su periferia. La visión formulada da prioridad a la conservación de la estructura y los aspectos identitarios del monumento, y procura su integración a la vida de la comunidad.
* Finalizado el “Inventario de las Condiciones Físicas, Sociales, Legales y Financieras de las viviendas sociales de los barrios de la Zona Norte de Ciudad Colonial”, un levantamiento técnico de las condiciones de habitabilidad en los barrios de Santa Bárbara, San Antón, San Miguel y San Lázaro, que servirá de base a la ejecución y permitirá dar inicio al Programa de mejoramiento de vivienda. De igual forma se ha establecido el enlace institucional con el MIVHED (Ministerio de Vivienda, Habitat y Edificaciones) para la coordinación y ejecución del Programa.

1. Conformación de la Unidad Ejecutora, fundamental para garantizar la operatividad del Programa, ya han sido contratados todos los coordinadores de ejecución.
2. Para agilizar la ejecución, han sido establecidos nuevos instrumentos de planificación y reuniones semanales de seguimiento, producto de los acuerdos arribados entre el Banco Interamericano de Desarrollo y la Unidad Ejecutora.
3. Iniciados los primeros procesos de adquisiciones para renovar la oferta de 4 museos de la Ciudad Colonial, proyecto que también conlleva la digitalización de los inventarios, algunos de los cuales no se actualizan desde 1986. Con este proyecto de renovación museográfica República Dominicana apunta al fortalecimiento del turismo cultural en el país, un segmento con mucho potencial de desarrollo en la ciudad de Santo Domingo que permitirá captar los beneficios derivados de la derrama económica que produce el turismo bien gestionado.

En los próximos tres años se trabajará en la ejecución de los procesos y obras para entregar el Museo de la Fortaleza, en diciembre 2022; el Museo de la Catedral, en enero 2023; Museo de las Casas Reales, en diciembre 2023; y, por último, el Museo Alcázar de Colón en enero 2024. Esta renovación es una invitación para que todos los dominicanos y visitantes extranjeros disfruten el patrimonio cultural tan valioso que tiene el país.

1. Elaborado el Manual Operativo para el Programa de Apoyo a Micronegocios de la Ciudad Colonial (PAMCCSD), a través del cual se brindará asistencia técnica a 120 micro y pequeñas empresas de la Ciudad Colonial, iniciando en 2022, entre las cuales 50 además serán objeto de adecuaciones infraestructurales por valor de hasta US$13,000.00. en el 2022
2. Avances en la consolidación de los mecanismos de gobernanza para la ejecución del Programa, mediante la elaboración, aprobación y puesta en práctica de las herramientas que garantizan la participación de los actores claves y contribuyen a mitigar los posibles impactos que puedan generar las obras en el entorno. Estas son: Plan de Gestión Ambiental y Social (PGAS), Plan de Participación y Relaciones con la Comunidad (PPRC), Plan de Contingencia y Apoyo a Negocios (PCAN) y Estrategia de Consulta a Negocios y Residentes en Calles Priorizadas (ESCANER)

En el transcurso del 2021 fueron realizados 33 encuentros de socialización y consultas del Programa de sus diferentes componentes y proyectos. En estos encuentros participaron 701 personas, 417 hombres y 284 mujeres, para una representación de un 59% y 41% respectivamente, entre los que figuran líderes comunitarios, comerciantes, buhoneros, expertos, académicos y funcionarios de diferentes instituciones.

Conforme al compromiso asumido por el señor ministro de Turismo, David Collado, de incrementar la inversión y el ritmo de ejecución como medida de mitigación ante los retrasos registrados y a la crisis causada por la COVID-19, la unidad ejecutora enfoca sus esfuerzos en cumplir con todas las condicionantes previas para iniciar las obras; y conforme a la planificación de noviembre 2021 se aumentó a US$21 millones el presupuesto de ejecución para 2022, contribuyendo así no solo a la revitalización de la Ciudad Colonial sino también a la reactivación económica del país.

* Gestión fiduciaria del Programa

Con un presupuesto de 90 millones de dólares del financiamiento BID, el PIDTUCCSD está compuesto por 4 componentes, subdivididos en 5 coordinaciones de ejecución, que constituyen el costo directo de la operación. Adicionalmente, para esta operación se contempla un componente para sufragar los gastos propios de la administración del Programa y las auditorías externas requeridas para fines de garantizar el buen uso de los recursos y el cumplimiento de las políticas del BID; y un imprevisto, equivalente al 2.89% del monto asignado para la ejecución. De conformidad a la sección “III. Plan de Financiamiento” del Anexo Único contenido en el contrato de préstamo 3879/OC-DR, las categorías de inversión son las indicadas en el cuadro siguiente:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMPONENTES** | **Banco** | **Local** | **Total** | **%** |
| 1. Costos Directos | 81,716,000 | - | 81,716,000 | 90.80% |
| I - Consolidación de la Oferta de Turismo Cultural | 49,160,000 | - | 49,160,000 | 54.62% |
| II - Mejora de las Condiciones de Habitabilidad de los Residentes de la CCSD | 11,692,000 | - | 11,692,000 | 12.99% |
| III - Desarrollo de las Economías Locales de la CCSD | 10,046,000 | - | 10,046,000 | 11.16% |
| IV - Fortalecimiento de la Gestión Turística, Cultural y Urbana | 10,818,000 | - | 10,818,000 | 12.02% |
| 2. Administración del Programa | 5,684,000 | - | 5,684,000 | 6.32% |
| 2.1 Coordinación Técnica de la ejecución | 4,484,000 | - | 4,484,000 | 4.98% |
| 2.2Gastos Operativos / Administrativos | 600,000 | - | 600,000 | 0.67% |
| 2.3 Evaluación y monitoreo | 350,000 | - | 350,000 | 0.39% |
| 2.4 Auditoría | 250,000 | - | 250,000 | 0.28% |
| 3. Imprevistos | 2,600,000 | - | 2,600,000 | 2.89% |
| **Totales** | **90,000,000** | **-** | **90,000,000** | **100.00%** |

*Cuadro No. 1 Distribución de los recursos del Préstamo y del Aporte Local, valores expresados en USD$; Fuente: elaboración propia.*

Principales informaciones cuadro No.1: Ejecución del Programa Integral de Desarrollo Turístico y Urbano de la Ciudad Colonial por USD$90millones, para elevar la calidad de vida de los residentes dentro del ámbito de intervención, la competitividad y oferta turística, y contribuir a la reactivación económica del país.

**Cronología de Aprobación de la Segunda Operación del Programa:**

* + Aprobado por el Directorio del BID 14 de diciembre del 2016.
  + Aprobado por el Congreso Nacional de la RD 30 de abril del 2019.
  + Efectividad del Contrato 2 de diciembre del 2019.
  + El Banco otorgó la elegibilidad para el primer desembolso el 21 de julio del 2020.
  + El monto desembolsado a la fecha US$ 1,813,401.88.
  + Monto presupuestado para el 2021 US$ 5,668,899.00.
  + Monto presupuestado para el 2022 US$ 7,500,000.00.

**Estados de Ejecución Financiera del Programa:**



Cuadro No. 2 Programación Financiera del Programa con detalle de monto ejecutado a la fecha, valores expresados en USD$; Fuente: elaboración propia.



Cuadro No. 3 Programación Financiera del Programa para el año 2021, valores expresados en USD$; Fuente: elaboración propia.



Cuadro No. 4 Programación Financiera del Programa para el año 2022, valores expresados en USD$; Fuente: elaboración propia.

# **RESULTADOS ÁREAS TRANSVERSALES Y DE APOYO**

# Desempeño de los Recursos Humanos.

Realizamos el monitoreo constante de los indicadores de desempeño del Sistema de Monitoreo de la Administración Pública (SISMAP):

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indicador** | **Fecha Vencimiento** | **Valoración** | **Color** | **Valor  %** |
| **02. ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RECURSOS HUMANOS** | |  |  |  |
| 02.1 Nivel de Administración del Sistema de Carrera Administrativa | 21/09/2022 | Cierto Avance | AMARILLO | 77.00% |
| **03. PLANIFICACION DE RECURSOS HUMANOS** | |  |  |  |
| 03.1 Planificación de RR.HH. | 31/08/2022 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 100.00% |
| **04. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO** | |  |  |  |
| 04.1 Estructura Organizativa | 31/12/2021 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 100.00% |
|
| 04.2 Manual de Organización y Funciones | 31/12/2021 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 100.00% |
| 04.3 Manual de Cargos Elaborado | 31/07/2021 | Poco o Ningún Avance | ROJO | 0.00% |
| **05. GESTIÓN DEL EMPLEO** | |  |  |  |
| 05.1 Concursos Públicos | 31/12/2021 | Cierto Avance | AMARILLO | 75.00% |
|
| 05.2 Sistema de Administración de Servidores Públicos (SASP) | 31/12/2022 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 100.00% |
| **06. GESTIÓN DE LAS COMPENSACIONES Y BENEFICIOS** | |  |  |  |
| 06.1 Escala Salarial Aprobada | 22/11/2022 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 100.00% |
| **07. GESTIÓN DEL RENDIMIENTO** | |  |  |  |
| 07.1 Gestión de Acuerdos de Desempeño | 28/02/2022 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 90.00% |
| 07.2 Evaluación del Desempeño por Resultados y Competencias | 31/12/2021 | Cierto Avance | AMARILLO | 67.00% |
| **08. GESTIÓN DEL DESARROLLO** | |  |  |  |
| 08.1 Plan de Capacitación | 31/01/2022 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 100.00% |
| **09. GESTIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES Y SOCIALES** | |  |  |  |
| 09.1 Asociación de Servidores Públicos | 07/07/2021 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 90.00% |
| 09.2 Subsistema de Relaciones Laborales | 30/12/2021 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 95.00% |
| 09.3 Implementación del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo en la Administración Pública | 20/06/2022 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 80.00% |
| 09.4 Encuesta de Clima Laboral | 06/03/2022 | Objetivo Logrado | VERDE_OSCURO | 100.00% |

**Nota:** El indicador **04.3 Manual de Cargos Elaborado** está pendiente de gestión debido a que todavía se le están haciendo ajustes a la Estructura Organizativa de la Institución.

# Desempeño de los Procesos Jurídicos.

La Dirección Jurídica del Ministerio de Turismo (MITUR), ha realizado importantes avances en el año 2021. Los mismos representan alcances operacionales basados en las funciones diarias de la Dirección e importantes logros que son de gran relevancia para el área y para la institución.

Dentro del desempeño que hemos tenido como Dirección del 01 de enero del año 2021 al 30 de noviembre del año 2021, se encuentran la emisión y renovación de 359 Licencias de Operación de actividades turísticas que son reguladas por este Ministerio de Turismo, y 38 resoluciones contentivas de disposiciones especiales de este MITUR.

En ese mismo orden, se han elaborado 530 contratos, dentro de las categorías de publicidad, patrocinio, servicios profesionales, arrendamiento y relativos a procesos de compras y contrataciones.

Hemos brindado atención y respuesta efectiva a más de 45 solicitudes de opinión, consulta y análisis a requerimiento de áreas y viceministerios del MITUR, y se han revisado más de 60 documentos atinentes al desenvolvimiento, desempeño y regulación del sector turismo en general, así como algunos atinentes al funcionamiento de los viceministerios de este MITUR.

Asimismo, se han elaborado más de 28 documentos de apoyo a las distintas áreas del Ministerio, tales como reglamentos, normativas, cartas compromiso, entre otros, con el subsecuente seguimiento.

Se ha procedido con la ampliación del banco de notarios, y actualmente contamos con 11 notarios para el proceso de legalización, los cuales, se encuentran debidamente autorizados por el Colegio Dominicano de Notarios, y con documentación al día.

De igual forma, contamos con la disponibilidad de 113 alguaciles ordinarios y 07 con plenitud de jurisdicción.

Hemos logrado la asignación de un Procurador General Adjunto a requerimiento para el Ministerio, con el objetivo de lograr apoyo en aquellos procesos en los que se hace necesaria la aplicación de herramientas tendentes a garantizar prácticas efectivas para el ejercicio de un turismo sano y sustentable en la República Dominicana.

De igual forma, se ha representado al Ministerio en distintas Comisiones a las que ha sido llamado por ante el Senado de la República Dominicana, para el conocimiento de distintos Anteproyectos de Ley, como lo son el Anteproyecto de Ley para el Control de Expendio, Suministro y Consumo de Bebidas Alcohólicas y el Anteproyecto de Ley de Turismo Náutico.

Igualmente, se han diseñado estrategias para el manejo de casos y procesos en el área de litigios durante todo el año, orientando al Ministerio a obtener causas gananciosas de causas en los tribunales.

# Desempeño de la Tecnología.

**Áreas de Operaciones y Administración del Servicio:**

* + Sistema ERP Microsoft Dynamics 365: Integra la gestión administrativa y operativa de la institución mediante la optimización de sus procesos. Actualmente, los siguientes módulos se encuentran implementados y operativos con algunas limitantes:
    - Facturación y Ventas
    - Contabilidad
    - Compras
    - Almacén e Inventario

Los siguientes módulos se encuentran en proceso de implementación y operativos con algunas limitantes:

* + - Nómina: falta de incluir la nómina extranjera.
    - Activos Fijos
    - Presupuesto: en la fase de configuración y capacitación del personal.

Los módulos pendientes de levantamiento e implementación:

* + - Transportación y Combustible
    - Puntos críticos del proyecto:
    - La generación de reportes hechos a la medida. Los que existen en el sistema son básicos y no cumplen con los requerimientos de las áreas. Se han realizado los levantamientos de lugar y se han solicitado los cambios al proveedor, mas no hay tiempos de repuesta y algunos, que requieren de programación y el suplidor esta enviado cotizaciones para ser facturados fuera del costo del proyecto.
    - Parte de la configuración no ha seguido el flujo nativo del sistema, sobre todo en el área de contabilidad. Varios procesos (generación de libramiento, transferencias internacionales y pago electrónico) han sido configurados fuera del flujo normal sin guardar registro alguno y obligando a trabajar de forma manual.
    - Actualmente el ministerio no tiene acceso de las bases de datos puesto que la instancia del sistema se encuentra en Hacienda; no obstante, hemos solicitado la misma para fines de integración con los sistemas desarrollados en casa y cualquier tema que asista a la toma de decisión en base al análisis de los datos. El consultor no define aún la metodología de acceso a esta.
    - El porcentaje de implementación del proyecto se encuentra en un 50% de avance; no obstante, en base a los puntos críticos planteados y otros procesos que implican el desarrollo de interfaces del sistema como lo es; la integración con el SIGEF y el Portal de Compras, existen retrasos que impiden estimar una fecha de conclusión del proyecto. Por iniciativa del MITUR, estamos convocando a mesas de trabajo con todos los involucrados con miras agilizar la continuidad y conclusión de la implementación.
  + Sistema de Microsoft Office 365: Centraliza la administración de los usuarios y los habilita para un ambiente de trabajo colaborativo en la nube, mediante el uso de las aplicaciones de oficina en un entorno seguro y confiable.
    - Migración de cuentas de correo electrónico del dominio SECTUR a MITUR y se estabilizó la plataforma de correo institucional.
    - Migración de usuarios al ambiente de trabajo en la nube de Microsoft Office 365.
    - Implementación del ambiente de trabajo colaborativo a través de Microsoft SharePoint.
    - Creación de políticas de respaldo de información en la nube mediante Microsoft OneDrive.
    - Adquisición de nuevas licencias para cubrir las necesidades de la institución, tanto internas, como al interior y exterior del país.
  + Implementación de la Mesa de Ayuda: Accesible a todos los usuarios de la institución, nacionales e internacionales; con una cantidad aproximada de 4,800 tickets abiertos desde septiembre 1 a la fecha, con un 95% de satisfacción de parte de los usuarios.
  + Certificación NORTIC A3 sobre Datos Abiertos: A2, A5 y E1 en proceso.
  + Regularización de Licenciamiento: restaurando reputación, credibilidad, erradicando multas y reduciendo costos en servicios de terceros: Zoom, VPN, Google Platform, GoDaddy, etc.
  + Habilitación portal de transparencia CEIZTUR: https://ceiztur.gob.do/
  + Habilitación plantilla portal de transparencia BID: https://ucp-bid.mitur.gob.do

Área de Seguridad y Monitoreo TIC:

* + Integración e interconexión de los sistemas de comunicación institucionales: tanto al interior como al exterior del país, contribuyendo a la reducción de costos y riesgos informáticos.
  + Habilitación red Wifi en CEIZTUR.
  + Renovación de licenciamiento de los equipos firewall: aseguran la red perimetral de la institución protegiéndola contra ataques externos y otras amenazas.
  + Licenciamiento para una solución de antivirus institucional: para proteger los equipos y la información de amenazas como virus, programa maligno, spyware, etc.
  + Migración de la Central Telefónica, MITUR-PRINCIPAL, MITUR-MEXICO Y MITUR-CEIRD: permite una solución de código abierto segura escalable y confiable para suplir la demanda de los usuarios en lo relacionado a funcionalidades y servicios existentes en el mercado.
  + Adquisición e implementación de servicio SIP de 24 canales y 10,000 minutos en MITUR-MEXICO: esta implementación permite optimizar los servicios reduciendo el diámetro de la red, segmentando la carga, obteniendo una redundancia fuera de sitio y reduciendo el impacto ante averías externas.
  + Incremento del Ancho de Banda de MITUR-SAVIÑON y adquisición de firewall: permite asegurar la red perimetral de esta localidad.
  + Configuración de un sistema de voceo institucional: permite emitir cualquier mensaje de forma inmediata a los colaboradores en caso de emergencia o a requerimiento de las autoridades competentes.
  + Configuración IVR MITUR-PUERTO-PLATA y MITUR-MEXICO: permite automatizar el flujo de llamadas y flexibilizar la comunicación institucional con los diferentes colaboradores y contribuyendo a brindar un servicio de calidad al ciudadano.
  + Instalación y configuración de un SWITCH Catalyst 3750 Serie, como redundancia del SWITCH CORE Catalyst 4503: con miras a mitigar el impacto que causaría fallas en el switch core de la Institución, afectando la totalidad de la infraestructura de tecnológica y las comunicaciones con todas las instancias remotas.

**Área de Desarrollo e Implementación de Sistemas:**

- Mejoras significativas a los sistemas de desarrollo local: Recursos Humanos, Evaluación de Desempeño, Despacho de Almuerzo y Contabilidad Interna.

- Optimización y automatización de procesos de varios departamentos dentro de la institución mediante la plataforma de SharePoint.

- Migración y creación de Portal DR Smart Library a MS-SP MITUR: Logrando ahorros en dólares de hasta USD$74,000.00.

o https://secturgovdo.sharepoint.com/sites/drsmartlibrary

- Desarrollo y puesta a punto de la Mesa de Ayuda en SharePoint.

# Desempeño del Sistema de Planificación y Desarrollo Institucional.

Gracias a los esfuerzos en conjunto con el Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo (MEPyD) y con las áreas sustantivas de este Ministerio de Turismo (MITUR) se culminó la formulación del Plan Estratégico Institucional (PEI) MITUR 2021–2024, el cual sirvió de insumo para la formulación del Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP). El PEI está alineado con las herramientas de formulación dictaminadas por el MEPyD, como lo son, la Estrategia Nacional de Desarrollo (END) 2030, la agenda para los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) y el Programa de Gobierno para el Cambio del Sr. Presidente Luis Abinader.

Siguiendo con la planificación institucional, se realizaron los ajustes en el Sistema de RUTA del Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo (MEPyD), en el cual se da seguimiento a los productos comprometidos en el PEI y que forman parte del Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP) 2021-2024.

# Resultados de los Sistemas de Calidad

Fue aplicada la Auto Evaluación Institucional con base en el Modelo CAF (Common Assessment Framework) y remitido el informe de resultados, así como también, elaborado el Plan de Mejora aplicable a los resultados de la autoevaluación. Con esto se logró obtener en el Sistema de Monitoreo de la Administración Pública (SISMAP) un 100% en los indicadores: **01.1 Autodiagnóstico CAF** y **01.2 Plan de Mejora Modelo CAF**.

# Acciones para el Fortalecimiento Institucional

Como parte del fortalecimiento institucional y modernización de los procesos, se levantaron los procedimientos de las áreas sustantivas, teniendo como producto final el Manual de Procesos y Procedimientos Sustantivos requerido para dar cumplimiento al ***indicador del SISMAP: 01.3 Estandarización de Procesos***, el cual fue actualizado a 90% el Sistema de Monitoreo de la Administración Pública (SISMAP).

Se realizó el levantamiento de los riesgos institucionales mediante la implementación de la Metodología de Valoración y Administración de Riesgo Institucional, del cual se desprendió un informe oficial y se elaboró un Plan de Mitigación y Seguimiento a dichos Riesgos.

# Desempeño del Área de Comunicaciones.

Dentro de las políticas de comunicación está divulgar las informaciones sobre las ejecutorias llevada a cabo por el señor Ministro, así como, los avances alcanzados en la industria turística a nivel nacional, resaltando las potencialidades con la que cuenta el país en cada destino con sus respectivos nichos o segmentos. También brindamos asistencia a las demás áreas del MITUR, dando cubertura a sus principales actividades y realizando todo el proceso comunicacional que garantice su divulgación en los diferentes medios de comunicaciones. Esto incluye a las Oficinas de Promoción Turísticas (OPT) en el exterior y del interior del país.

Como parte de nuestra responsabilidad mantenernos comunicación constante con los diversos actores del turismo para trabajar mancomunadamente en todos los proyectos y ejecutorias emanadas del Despacho Superior, del Gabinete de Turismo y de la Presidencia de la República.

Durante el año 2021 se dio cobertura a 201 actividades, lo que equivale, a por lo menos, dieciocho mensualmente. De esas 201 actividades, se requirió la convocatoria a la prensa nacional en 31 ocasiones.

De las coberturas, se elaboraron un total de 184 notas informativas, de las cuales fueron enviadas a los medios de comunicación nacionales 116. Fueron publicadas en el portal web institucional y remitido en el boletín informativo institucional a los colaboradores del MITUR.

Todas esas actividades tuvieron una cobertura total en nuestra página web y las diferentes redes sociales, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube.

Como resultado de nuestra eficaz política de comunicación, se logró un total de 3,403 publicaciones, para un promedio de 30 divulgaciones por cada nota enviada.

Esto significa que en los medios de comunicación impreso y digital se divulgaron, un promedio, de 309 publicaciones del Ministerio de Turismo, durante todo el año 2021. Lo que representa, estadísticamente, diez publicaciones por día, eso significa una publicación cada dos horas.

Durante el año 2021, GoDominicanRepublic.com tuvo un gran crecimiento en todas las estadísticas de volumen de tráfico con respecto al mismo período del año 2020, superando 4,4 millones de usuarios (4.466.585 usuarios con un crecimiento del 117%), 5,9 millones de sesiones (un crecimiento de casi 130%) y superando los 8,1 millones de pageviews (un crecimiento de más del 110%). El número de sesiones (visitas) por usuario también aumentó en un 4,8 por ciento, mientras que el “bounce rate” declinó en más de 30 por ciento, ubicándose en 4,02 por ciento.

La mayoría de los usuarios (dos millones, más del 45%) provinieron de Estados Unidos, seguidos por el tráfico interno de República Dominicana (ya sea turistas en el país, o usuarios locales) cuyos 850.095 usuarios representaron casi 20 por ciento de los usuarios totales. El resto del Top 10 incluyó a Canadá en el 3er lugar, seguido por tres países europeos (Francia, España, y Alemania), Colombia (en el 7mo lugar), Suiza, Italia y Brasil.

Gracias a su diseño y configuración “responsive”, optimizada para todos los dispositivos, el sitio sigue siendo visitado en su mayoría por usuarios en dispositivos móviles (63 por ciento), seguidos por usuarios en computadoras de escritorio (33 por ciento) y en un porcentaje muy pequeño dispositivos “tablet” (2,7 por ciento).

El sitio tiene un excelente desempeño en el área de SEO gracias a los esfuerzos concertados que se han realizado en este aspecto, siendo las búsquedas orgánicas la principal fuente de tráfico con casi el 60 por ciento del total (2,7 millones de usuarios vs. 1,3 millones en 2020) y un crecimiento en este aspecto de más del 100 por ciento con respecto al año anterior. Le sigue el tráfico directo con casi 15 por ciento del total (687.683 usuarios vs. 346.685 en 2020, un crecimiento de casi 100 por ciento), el tráfico referido con el 12 por ciento del total (551.175 usuarios vs. 269.088 en 2020, un aumento de más del 100 por ciento), y el tráfico proveniente de redes sociales que tuvo el mayor crecimiento con respecto al mismo período del año 2020, aportando casi el 10 por ciento de los usuarios totales (casi 400.000 usuarios vs. 49.151 en 2020) y registrando un impresionante crecimiento de más de 700 por ciento con respecto al año anterior.

GoDominicanRepublic.com fue creado en el 2006 con el objetivo de promover los atractivos turísticos de República Dominicana y de ofrecer información actualizada y de interés para los extranjeros interesados en visitar nuestro país, y medios de comunicación internacional, etc. Se actualiza varias veces a la semana y se encuentra disponible en 7 idiomas: español, inglés, francés, alemán, italiano, portugués y ruso.

Durante el primer semestre recibimos en el chat 13,080 consultas/preguntas y aproximadamente 1,800 emails a través del formulario de contacto. Los principales 15 países fueron Estados Unidos, RD, Canadá, Reino Unido, Colombia, España, Argentina, Chile, Brasil, Francia, Venezuela, México, Suiza, Puerto Rico, y Alemania.

Analíticas de las Redes Sociales Internacionales 2021:

GoDomRep (Go Dominican Republic):

Instagram:

117,547 seguidores nuevos.

Facebook:

Alcance de usuarios a través de las publicaciones: 39,680,468

Interacciones con usuarios: 3,929,185

Seguidores Nuevos: 12,437

Twitter: 61,400 seguidores

GoRepDom (Go Republica Dominicana):

Instagram:

207,371 seguidores nuevos.

Facebook:

Alcance de usuarios a través de las publicaciones: 41,845,781

Interacciones con usuarios: 5,599,312

Seguidores Nuevos: 35,661

YouTube: Creado en junio 2009. 18,022,915 total de vistas y 11,600 suscriptores.

Smart Library:

https://www.drsmartlibrary.com/

Este banco de imágenes de uso público y privado actualmente consta de más de mil imágenes y 39 videos que pueden ser descargadas desde la plataforma.

En el primer semestre 2021 se realizaron 12,808 descargas y para el segundo semestre 2021 9,493 descargas, con un total de descargas de 22,301.

E-Learning

Se mantuvo una constante actualización de la plataforma de Travel Agent University (TAU) este E-Learning comenzó en el 2016 con la finalidad de realizar entrenamientos a los agentes de viajes y se mantuvo actualizada hasta el mes de junio cuando finalizó la misma quedando pendiente evaluar su renovación. Durante el primer semestre del 2021 se graduaron un total de 755 agentes de viajes principalmente de Estados Unidos (609), Canadá (51) y Reino Unido (41). En menor cantidad de Argentina, Barbados, Bélgica, RD, Ecuador, Alemania, India, Italia, Jamaica, México, Nigeria, Noruega, España y Venezuela:

https://dominicanrepublicspecialist.com/

El E-Learning se cerró en Junio 2021.

**Relaciones Internacionales:**

La Dirección de Relaciones Internacionales, durante el año 2021, ha recibido un total de 509 participantes, compuesto por agentes de viajes, tour operadores y periodistas, a través de los viajes de prensa y familiarización.

**Tipología de viaje**

* Viajes de prensa y familiarización

Un total de 31 viajes fueron coordinados, 16 de estos fueron compuestos por viajes de prensa, 15 por tour operadores y agentes de viajes.

* Segmentación por mercado.

• Mercado Norteamérica: Ocupa el primer lugar como principal mercado emisor de viajes de prensa y familiarización, con un total de 15 viajes, para un porcentaje general de 48%.

• Mercado Europa, ocupa el segundo lugar como mercado emisor de viajes de prensa y familiarización con un total de 13 viajes para un porciento de 42%.

• Suramérica 2 viajes realizados con 7% y Centro América y El Caribe 1 con 3%.

* Viajes realizados por nichos de mercado y zonas visitadas

Los viajes recibidos según sus nichos de mercado formaron parte del plan de recuperación del turismo de la República Dominicana post COVID-19 a través de influencers, mega fam trips y producciones de tv, los cuales tuvieron como objetivo principal conocer la cultura general, grabación de programas de tv, y turismo de congresos e incentivos.

Loa destinos más visitados por estos grupos fueron la zona de Punta Cana, Santo Domingo, Samaná, La Romana y Puerto Plata respectivamente.

El consolidado de eventos organizados por este Ministerio de Turismo a las que asistió el Señor Ministro David Collado fue de 142 actividades, de las cuales esta Dirección de Relaciones Internacionales ha prestado asistencia protocolar y colaborado en la coordinación de 62 actividades.

Las mencionadas actividades han sido realizadas en diferentes zonas del país, un 43 % en la Ciudad de Santo Domingo, 21 % en Punta Cana y 11 % en Puerto Plata.

* Eventos de mayor asistencia prestada
  + 21 % fueron reuniones con diferentes organismos y personalidades del sector turístico.
  + 13% fueron firmas de acuerdos interinstitucionales.
  + 13% Rueda de prensas
  + 11% Inauguraciones de proyectos.

Los viajes recibidos por nicho de mercado formaron parte del plan de recuperación del turismo de la República Dominicana post COVID-19, a través de influencers, además tuvieron como objetivo principal conocimiento de cultura general, grabación de programa de Tv, y turismo de congresos e Incentivo. Las zonas más visitadas por estos viajes fueron la zona de Punta Cana, Santo Domingo, La Romana y Samaná, respectivamente.

Como visitas especiales se realizó un recorrido en diferentes partes del país a favor del señor Zurab Pololikashvili, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT). En el transcurso de esta visita el Sr. Zurab, sostuvo reuniones con diferentes personalidades del sector Turismo, acompañado de un analista de Relaciones Internacionales.

Esta Dirección participó en la coordinación de la reunión de Ministros de Turismo de América Latina, la cual se llevó a cabo del 6 al 9 de mayo, en Punta Cana, con la participación del Sr. Zurab, Secretario general de la Organización mundial de Turismo y 7 ministros de turismo de diferentes países de América Latina, la función ejercida de parte nuestra fue la de asistencia protocolar.

# **SERVICIO AL CIUDADANO Y TRANSPARENCIA INSTITUCIONAL**

# Nivel de la Satisfacción con el Servicio.

En cumplimiento con el indicador **01.7 Índice de Satisfacción Ciudadana**, del Sistema de Monitoreio de la Administración Pública (SISMAP) el cual se visualiza con un **89% a nivel general**, fue aplicada la Encuesta de Satisfacción Ciudadana bajo el Modelo SERVQUAL, el cual identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

**DIMENSIONES**

**Elementos Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

1. La comodidad en el área de espera de los servicios, en la institución.
2. Los elementos materiales(folletos, letreros afiches, escritos) son visualmente llamativos y de utilidad.
3. El estado físico del área de atención al usuario de los servicios.
4. Las oficinas (ventanillas, módulos) están debidamente identificadas.
5. La apariencia física de los empleados (uniforme identificación, higiene) está acorde al servicio que ofrecen.
6. La modernización de las instalaciones y los equipos.

**Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.

1. La seguridad (confianza) de que en la atención brindada el trámite o gestión se resolvió correctamente.
2. El cumplimiento de los plazos de tramitación o de realización de la gestión.
3. El cumplimiento de los compromisos de calidad en la prestación del servicio.

**Seguridad:** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

1. El trato que le ha dado el personal.
2. La profesionalidad del personal que le atendió.
3. El trato que le ha dado el personal.
4. La profesionalidad del personal que le atendió.
5. La confianza que le transmite el personal.

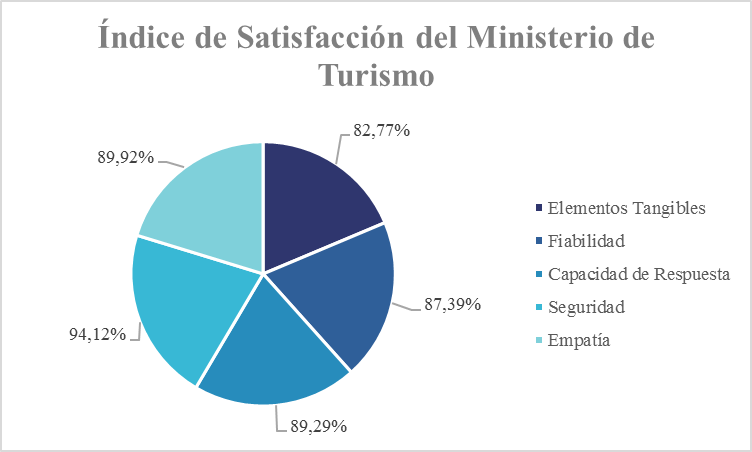
**Capacidad de Respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

1. El tiempo que le ha dedicado el personal que le atendió.
2. El tiempo que tuvo que esperar hasta que le atendieron.
3. El tiempo que normalmente tarda la institución para dar respuesta al servicio solicitado.

**Empatía:** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

1. La información que le han proporcionado sobre su trámite o gestión fue suficiente y útil.
2. El horario de atención al público.
3. La facilidad con que consiguió cita.
4. Las instalaciones de la institución son fácilmente localizables
5. La información que le proporcionaron fue clara y comprensible.
6. La atención personalizada que le dieron.

|  |  |
| --- | --- |
| **Índice de Satisfacción del Ministerio de Turismo** | |
| **Resumen Satisfacción Promedio por Dimensión SERVQUAL** | |
| Dimensión: | Promedio de satisfacción de la dimensión |
| Elementos Tangibles | 82.77% |
| Fiabilidad | 87.39% |
| Capacidad de Respuesta | 89.29% |
| Seguridad | 94.12% |
| Empatía | 89.92% |



# Nivel de Cumplimiento Acceso a la Información

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mes** | **Estatus De Solicitudes** | | | | |
| **Recibidas** | **En proceso** | **Cerradas** | **Suspendidas** | **Completadas** |
| **Enero** | 24 | 2 | 0 | 0 | 22 |
| **Febrero** | 28 | 0 | 1 | 0 | 27 |
| **Marzo** | 30 | 0 | 0 | 0 | 30 |
| **Abril** | 30 | 0 | 1 | 0 | 29 |
| **Mayo** | 22 | 0 | 1 | 0 | 21 |
| **Junio** | 26 | 1 | 0 | 0 | 25 |
| **Julio** | 26 | 0 | 1 | 0 | 25 |
| **Agosto** | 38 | 0 | 13 | 0 | 25 |
| **Septiembre** | 30 | 0 | 1 | 0 | 29 |
| **Octubre** | 30 | 0 | 0 | 0 | 30 |
| **Noviembre** | 19 | 14 | 1 | 0 | 5 |
| **Total** | **303** | **17** | **19** | **0** | **268** |

# Resultados Sistema de Quejas, Reclamos y Sugerencias

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Trimestre** | | | **Estatus** | |
| **1er** | **2do** | **3er** | **Resuelto** | **Pendiente** |
| Quejas | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 |
| Reclamaciones | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 |
| Sugerencias | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Otras | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

# Resultados Mediciones del Portal de Transparencia.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Resultados Evaluación Portal de Transparencia[[4]](#footnote-4)** | | | | |
| Nivel I | Nivel II | SAIP | Datos Abierto | Total |
| 132 | 289 | 72 | 15 | 508 |

# **PROYECCIONES**

# Plan Operativo Anual 2022.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Área** | **Producto (s)** | **Indicador (es)** | **Línea Base** | **Meta Anual** | **Programación Trimestral** | | | |
| **T1** | **T2** | **T3** | **T4** |
| **Dirección Jurídica** | 70. Elaboración del anteproyecto de Reforma de la Ley Orgánica Institucional. | 96. Porcentaje de avance en la elaboración del proyecto de Ley. | 100% | 100% | 10% | 20% | 30% | 40% |
| Participación Comisiones del Senado de la República Dominicana | Cantidad de Anteproyectos revisados y opinados |  | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 121. Elaboración y Renovación de Contrato | 159. Cantidad de contratos elaborados y renovados | 200 | 200 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 122. Elaboración de Licencias de Operación | 160. Cantidad de resoluciones elaboradas | 275 | 275 | 50 | 75 | 75 | 75 |
| Asistencia a usuarios, Oficinas de Promoción Turística locales e internacionales y a Viceministros, Directores y Encargados Departamentales | Cantidad de asistencia brindada |  | 144 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Elaboración de Resoluciones contentivas de disposiciones especiales del MITUR | Cantidad de resoluciones elaboradas |  | 15 | 2 | 3 | 5 | 5 |
| 123. Cartas de No Objeción | 161. Cantidad de Cartas de No Objeciones emitidas | 15 | 15 | 2 | 5 | 3 | 5 |
| 124. Procesos Judiciales | 162. Cantidad de procesos judiciales | 15 | 15 | 2 | 3 | 5 | 5 |
| **Dirección de Comunicaciones** | 85. Convocar ruedas de prensa | 118. Cantidad de ruedas de prensa convocadas | 24 | 40 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 119. Porcentaje de medios que cubren ruedas de prensa | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 86. Dar cobertura de prensa a las actividades del sector turístico e institucional | 120. Cantidad requerida por MITUR y/o sector turístico | 120 | 140 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| 87. Difundir a nivel nacional las actividades de las OPT | 121. Cantidad de informaciones difundidas | 40 | 40 | 12 | 9 | 9 | 10 |
| 88. Participar en las ferias internacionales de Turismo. | 122. Cantidad de ferias turísticas internacionales con cobertura de prensa (FITUR, ITB, TOP RESA) | 3 | 3 | 2 |  | 1 |  |
| 145. Elaboración de estudio hemerográfico | 185. Cantidad de estudios elaborados | 17 | 14 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 146. Elaboración del Boletín Informativo del MITUR | 186. Cantidad de boletines elaborados | 240 | 250 | 61 | 62 | 64 | 63 |
|
| 148. Creación de contenido y actualización de redes sociales institucionales | 188. Cantidad de publicaciones en Facebook | 750 | 750 | 150 | 225 | 150 | 225 |
| 189. Cantidad de publicaciones en Instagram | 850 | 850 | 170 | 255 | 170 | 255 |
| 190. Cantidad de publicaciones en Twitter | 2,500 | 2,500 | 625 | 625 | 625 | 625 |
| 191. Cantidad de publicaciones en Youtube | 100 | 100 | 20 | 30 | 20 | 30 |
| 192. Cantidad de Publicaciones en Historias de Instagram | 2,000 | 2,000 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| 149. Aumentar el número de impresiones y vistas mensuales de las publicaciones en las redes | 193. Promedio de impresiones mensuales de Instagram (en millones) | 7,200,000 | 7,200,000 | 1,440,000 | 2,160,000 | 1,440,000 | 2,160,000 |
| 194. Promedio de impresiones mensuales de Facebook (en millones) | 5,000,000 | 5,000,000 | 1,000,000 | 1,500,000 | 1,000,000 | 1,500,000 |
| 195. Promedio de impresiones mensuales de Twitter (en millones) | 4,000,000 | 4,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 |
| 196. Cantidad de vistas mensuales de Youtube | 600 | 600 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| 150. Publicación de información a través del portal web institucional | 197. Cantidad de informaciones publicadas en la web | 940 | 940 | 235 | 235 | 235 | 235 |
| Atención a las solicitudes de información turística a través del correo institucional de Relaciones Públicas | Cantidad de solicitudes recibidas y atendidas | 190 | 240 | 50 | 70 | 70 | 50 |
| Creación y producción audiovisual para contenido digital. | Videos y reportajes publicados |  | 64 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Coordinar la disposición y entre de artículos promocionales del MITUR. | Cantidad de artículos promocionales entregados |  | 1,000 | 500 | 100 | 250 | 150 |
| Material audiovisual Proyecto Turismo Comunitario Sostenible | Cantidad de videos entregados al Dpto. TCS y publicados en la página Web y YouTube Institucional |  | 11 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Coordinar y Ejecutar los Diferentes Eventos Protocolares realizados en este MITUR, con la finalidad de construir una imagen institucional acorde con nuestra misión institucional. | Cantidad de actividades protocolares realizadas según calendario anual. |  | 30 | 4 | 7 | 7 | 12 |
| Cantidad de Exposiciones Alegóricas a una Época o Festividad Ejecutadas |  | 6 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| **Dirección de Recursos Humanos** | Programa de identificación del personal con la institución. | Porcentaje de aplicación de la encuesta. |  | 100% |  |  |  | 100% |
| 77. Evaluación del desempeño por resultados y competencias. | 107. Porcentaje de empleados con su evaluación del desempeño. | 85% | 100% | 45% | 5% | 5% | 45% |
| 78. Reclutamiento y selección de personal. | 108. Porcentaje de empleados reclutados y seleccionados acorde al perfil. |  | 100% | 10% | 35% | 35% | 20% |
| 79. Capacitación del personal | 109. Porcentaje de empleados que mejoran su desempeño vía la capacitación. |  | 100% | 30% | 30% | 25% | 15% |
| 80. Digitalización de los expedientes de personal. | 110. Porcentaje de expedientes de personal digitalizados. |  | 50% | 15% | 35% | 35% | 15% |
| 81. Compensación y beneficios del personal. | 111. Porcentaje de personal compensado acorde a la valoración del puesto |  | 100% | 40% | 35% | 15% | 10% |
| 112. Porcentaje de personal satisfecho con la compensación recibido |  | 90% | 35% | 30% | 15% | 10% |
| 113. Porcentaje de personal que recibe beneficios de acuerdo a las políticas de beneficios e incentivos establecidos |  | 100% | 40% | 35% | 15% | 10% |
| 82. Prevención de riesgos laborales. | 114. Porcentaje de acciones para prevenciones de accidentes implementadas |  | 100% | 30% | 30% | 20% | 20% |
| **Dirección de Planificación y Desarrollo** | 71. Elaboración del Manual de Procesos Institucional. | 97. Porcentaje de procesos levantados y documentados. | 80% | 100% | 35% | 25% | 25% | 15% |
| 99. Cantidad de procesos estandarizados e implementados. | 50% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 72. Elaboración y seguimiento del POA. | 100. Porcentaje de avance de elaboración POA 2023. | 100% | 100% | 50% | 50% |  |  |
| 101. Cantidad de informes de seguimiento elaborados. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 73. Adecuación de la definición orgánica y funcional del MITUR acorde a los lineamientos estratégicos de la institución. | 102. Porcentaje de unidades funcionales definidas acorde a los nuevos lineamientos estratégicos del MITUR. | 70% | 100% | 100% |  |  |  |
| 103. Porcentaje de Implementación de la nueva estructura orgánica y funcional del MITUR. | 100% | 100% | 100% |  |  |  |
| 74. Actualización del sistema estadístico institucional. | Cantidad de Informe flujo de llegadas elaborados. | 12 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cantidad de actualizaciones de estadísticas de llegadas y salidas de visitantes no residentes en el portal institucional. | 12 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Elaboración Memoria de Rendición de Cuentas Institucional | Cantidad de Informes de Rendición de Cuentas elaborados. | 1 | 1 |  |  |  | 1 |
| Elaboración de Plan de Mejora MITUR 2022. | Plan de mejora elaborado | 1 |  |  |  | 1 |  |
| Aplicación de Encuesta de Satisfacción Ciudadana respecto a la calidad de los servicios públicos | Porcentaje de aplicación de la Encuesta de Satisfacción Ciudadana respecto a la calidad de los servicios públicos | 100% | 100% |  | 100% |  |  |
| Elaboración del índice de satisfacción ciudadana | Índice elaborado |  | 1 |  | 1 |  |  |
| Medición quejas y sugerencias de los ciudadano clientes | Porcentaje de aplicación de la matriz de seguimiento de Quejas y Sugerencias |  | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 158. Elaboración 2da. versión Carta Compromiso al Ciudadano. | 205. Porcentaje de avance de elaboración carta compromiso al ciudadano. | 100% |  |  | 100% |  |  |
| 159. Autoevaluación Institucional bajo el modelo del Marco Común de Evaluación (CAF). | Guía CAF actualizada | 1 |  |  |  | 1 |  |
| **Oficina de Equidad de Género y Desarrollo** | 132. Sensibilización y empoderamiento a los empleados del MITUR en Equidad e Igualdad de Género, (Derechos, Deberes y que hacer en caso de ser vulnerados) a nivel nacional. | 170. Cantidad de actividades de sensibilización: Charlas/Talleres/Conferencias. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 133. Coordinación del apoyo al Ministerio de la Mujer referente a las actividades que ellos promocionen, tales como: Volanteos, pedaleos, entre otras que nos convocan anualmente. | 171. Cantidad de actividades coordinadas y ejecutadas. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 134. Capacitación en materia de Equidad e Igualdad de Género para el personal de esta Oficina. | 172-Cantidad de personal capacitado de esta oficina | 8 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Concientización a los pasantes de nuevo ingreso sobre tema de Equidad de Género y Acoso Laboral entre otros | Cantidad de grupos de pasantes a concientizar y sensibilizar | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| **Oficina de Acceso a la Información** | 89. Atención a las solicitudes de información al MITUR. | 123. Porcentaje de solicitudes atendidas | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 90. Mantenimiento Sub Portal de Transparencia MITUR | 124. Porcentaje de cumplimiento a los requerimientos del portal de transparencia. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| **Viceministerio de Cooperación Internacional** | Iniciativas, Programas y Proyectos de Cooperación Internacional | Cantidad de iniciativas de cooperación internacional propuestas. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cantidad de programas y proyectos de cooperación internacional ejecutados. | 3 | 3 |  | 1 | 1 | 1 |
|
|
| Acuerdos de Cooperación Internacional | Cantidad de acuerdos internacionales revisados. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|
| Cantidad de acuerdos internacionales suscritos. | 3 | 3 |  | 1 | 1 | 1 |
|
| Cantidad de tratados y convenios internacionales en materia turística ejecutados. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Participación/ Representación en esquemas de Cooperación Internacional | Cantidad de invitaciones atendidas a eventos de organismos internacionales y esquemas de cooperación internacional. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cantidad de asistencias a eventos internacionales y mesas de trabajo relativas a cooperación internacional. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| **Dirección de Relaciones Internacionales** | Formulación y propuestas de Programas de Cooperación Técnica Internacional | Cantidad de Propuestas de Programas de Cooperación formuladas. |  | 4 | 1 | 1 | 2 |  |
| Establecimiento de las necesidades de cooperación del ministerio, entidades adscritas y demás instituciones del sector turístico con el fin de establecer prioridades y focalizar acciones de apoyo dentro del marco de la política sectorial | Cantidad de Reuniones concertadas. |  | 4 | 1 | 2 | 1 |  |
| Seguimiento al cumplimiento de los compromisos adquiridos por la nación en los temas de turismo con las organizaciones internacionales y países extranjeros y realizar el seguimiento y evaluación de convenciones, declaraciones, acuerdos, proyectos y acciones concertadas en materia de turismo | Cantidad de seguimientos a los compromisos del MITUR en tema de turismo internacional. |  | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Actualización de la base de datos de fuentes de cooperación internacional y nacional pública a los fines de facilitar la identificación de oportunidades y alianzas | Cantidad actualizaciones realizadas. |  | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| **Viceministerio Administrativo** | Implementación Normas Básicas de Control Interno | 105. Porcentaje de cumplimiento en Implementación de las NOBACI | 80% | 100% | 5% | 5% | 5% | 5% |
| Implementación Sistema de Gestión de Archivo para un control adecuado de los documentos institucionales. | Porcentaje del Sistema de Gestión de Archivo funcionando para toda la institución. | 80% | 80% | 20% | 20% | 20% | 20% |
|
|
|
| Sistema de Gestión de Almacén y Material Gastable) | Porcentajes de Sistemas Implementados. | 80% | 80% | 20% | 30% | 30% |  |
| Modelo de Gestión Vehicular, (Flotilla de Vehículos Institucional). | Porcentaje de implementación del sistema y formularios del Manual de procedimiento vehicular Mitur | 85% | 85% | 30% | 20% | 20% | 15% |
| Readecuación de los espacios de trabajo, estructura física, mobiliarios y equipos, oficinas del MITUR. | Porcentaje de readecuaciones realizadas en la Sede Central. | 75% | 75% | 15% | 20% | 20% | 20% |
| 130. Porcentaje de áreas funcionales con el equipamiento requerido, según lo solicitado. | 65% | 65% | 20% | 20% | 15% | 10% |
| Eficientización en los Sistema de Gestión de Documentos y tramite de oficios de la institución. | Porcentaje de cumplimiento de los sistemas implementados. | 80% | 80% | 20% | 20% | 20% | 20% |
| Eficientización Sistema de Mantenimiento y Limpieza Preventivo para las áreas de Planta Física, A/A y Planta Eléctrica. | Porcentajes de reparaciones realizadas y en qué áreas | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Gestión y ejecución de las compras | 100% en la realización de las ordenes de compras | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Implementación de un Sistema de Planeación de Recursos Empresariales (ERP) integrado y alineados a la DIGECOG. (módulos cuentas por pagar, por cobrar y activos fijos) | Porcentaje de avance en implementación de módulo de cuentas por pagar |  | 100% | 50% | 50% |  |  |
| Porcentaje de avance en implementación de módulo de cuentas por cobrar |  | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Porcentaje de avance en implementación de módulo de cuentas por activos fijos |  | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público (NICSP) adoptadas por la DIGECOG | Porcentaje de avance en implementación de las normas |  | 100% | 50% | 50% |  |  |
| Saneamiento de las cuentas de retenciones de impuestos | Porcentaje de avance en elaboración de informe y reportes actualizados |  | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Automatización con metodología BPMS del proceso de pago a suplidores con cuenta interna y libramientos | Porcentaje de avance en implementación de herramienta |  | 100% | 100% |  |  |  |
| **Departamento de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)** | 94. Implementación de Sistemas tecnológicos o Mejoras a Sistemas. | 131.Porcentaje de sistemas implementados. (Financiero y Administrativo, RR. HH, CRM, Intranet, Correo Electrónico, entre otros) o Mejoras a Sistemas. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 95. Implementación de Sistemas y equipos de seguridad. | 132. Porcentaje de medidas para la prevención de riesgo informático implantada. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 96. Actualización y adquisición de Equipos operacionales tecnológicos. | 133. Porcentaje de equipos Actualizados (Discos, memorias, servidores, switches, entre otros). | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 134. Porcentaje de Equipos nuevos adquiridos. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 97. Brindar soporte a usuarios. | 135. Porcentaje de usuarios satisfecho con los servicios de Soporte. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| **Viceministerio Técnico** | Sistema de Inteligencia Turístico (SITUR) | Cantidad de informes estadísticos de turismo en RD elaborados. | 12 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cantidad de informes estadísticos a nivel de destinos turísticos elaborados. | 12 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cantidad de informes de perfil turístico de RD elaborados. | 2 | 2 | 1 |  | 1 |  |
| Cantidad de informes de proyección a corto plazo elaborados. | 11 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cantidad de informes de estimación del modelo Macro/Turístico elaborados. | 1 | 1 |  | 1 |  |  |
| Porcentaje de avance de implementación de la herramienta BI en línea | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Reclasificación Guías Turísticos | Porcentaje de avance a la Resolución sobre clasificación y requisitos para guías turísticos |  | 100% |  | 50% | 50% |  |
| Plataforma ONEMITUR | Porcentaje de tiempo en línea y funcionando correctamente | 97.60% | 99.60% | 99.60% | 99.60% | 99.60% | 99.60% |
| Herramienta en línea de registro y seguimiento de ocupación hotelera | Porcentaje de habitaciones hoteleras de RD monitoreadas en herramienta. | 80% | 80% | 80% | 80% | 80% | 80% |
| Porcentaje de Hoteles que la utilizan con carga 90%. | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Herramienta de análisis de marketing directo a través de acuerdos y acciones de promoción | Cantidad de acuerdos evaluados con nueva metodología | 12 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cantidad de acciones de promoción evaluadas | 12 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Estudio de actualización impacto económico del turismo en la República Dominicana y valor de un turista | Porcentaje de avance del estudio. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Publicaciones de estudios de investigación | Cantidad de informes de los estudios publicados |  | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Levantamiento de reglamentación técnica de calidad de países competidores y de referencia | Cantidad de reglamentaciones técnicas identificadas y analizadas |  | 8 | 4 | 4 |  |  |
| Recomendación de reglamentación técnica de calidad para la República Dominicana | Porcentaje de logro del entregable |  | 100% |  |  | 50% | 50% |
| Campañas de formalización del sector turismo. | Cantidad de campañas realizadas | 9 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Automatización de los servicios de licencias y renovaciones | Porcentaje de avance de automatización. | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Emisión de Licencias según tipo de actividad turística. | Cantidad de licencias emitidas | 538 | 700 | 175 | 175 | 175 | 175 |
| Captación de prestadores de servicios turísticos | Cantidad de nuevos establecimientos adquiridos | 300 | 400 | 50 | 100 | 75 | 75 |
| Inspección a los servicios turísticos. | Cantidad de visitas a nuevos establecimientos |  | 400 | 50 | 100 | 150 | 100 |
| Cantidad de inspecciones para emitir permiso de licencia y renovación |  | 1550 | 350 | 350 | 450 | 400 |
| Plataforma digital para solicitudes de licencia de operación prestadores de servicios turísticos | Porcentaje de implementación de la plataforma digital. |  | 100% | 5% | 15% | 25% | 55% |
| Plataforma digital para realizar inspecciones a nivel nacional | Porcentaje de implementación de la plataforma digital. |  | 100% | 5% | 15% | 25% | 55% |
| Expedición de credenciales de identificación turísticas (TUcard) a prestadores de servicio y personal turísticos. | Cantidad de credenciales turísticas expedidas. |  | 1500 | 100 | 150 | 1150 | 100 |
| Plataforma digital para quejas y reclamaciones en zonas turísticas | Porcentaje de quejas y reclamaciones respondidas |  | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| **Dirección Técnica de CONFOTUR** | 7. Resolución de Clasificación para la exención de Proyectos. | 8. Cantidad de resoluciones emitidas. | 240 | 180 | 45 | 45 | 45 | 45 |
| 9.Tiempo de emisión de la resolución | 45 días | 45 días | 45 días | 45 días | 45 días | 45 días |
| 107. Inversionistas turísticos orientados bajo al amparo de la ley de incentivo | 145. cantidad de inversionistas/ promotores/ usuarios asistidos | 100 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| **Viceministerio de Calidad de los Servicios Turísticos** | Distintivo de Calidad | Cantidad de zonas | 50% | 100% | 20% | 20% | 10% |  |
| Proyecto Reciclaje | Cantidad de bloques | 50% | 100% | 15% | 15% | 100% | 100% |
| Manual de Procedimiento | Porcentaje de avance de implementación del programa |  | 100% | 50% | 50% |  |  |
| Programas de Inspección de Calidad | 60 Inspecciones de Calidad |  | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| **Dirección de Planificación y Proyectos Turísticos** | 1. Levantamiento cartográfico territorial turístico. | 1. Cantidad de levantamientos. | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| 2. Elaboración de planes de ordenamiento territorial turístico (MP) | 2. Cantidad de planes diseñados | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| Cantidad de planes evaluados. | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| Ejecución y seguimiento del Plan de Recuperación y Reordenamiento de Playas y Costas. | Cantidad de playas evaluadas. | 35 | 10 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Planes de ejecución de playas previamente evaluadas | 0 | 11 |  | 3 | 4 | 4 |
| 98. Proyectos de infraestructura turística | 136. Cantidad de Proyectos diseñados | 12 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 1. Levantamiento cartográfico territorial turístico. | 1. Cantidad de levantamientos. | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| 2. Elaboración de planes de ordenamiento territorial turístico (MP) | 2. Cantidad de planes diseñados | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| Cantidad de planes evaluados. | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| Ejecución y seguimiento del Plan de Recuperación y Reordenamiento de Playas y Costas. | Cantidad de playas evaluadas. | 35 | 10 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Planes de ejecución de playas previamente evaluadas |  | 11 |  | 3 | 4 | 4 |
| 98. Proyectos de infraestructura turística | 136. Cantidad de Proyectos diseñados | 12 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5. Resoluciones normativas de destinos turísticos. | 5. Cantidad de resoluciones emitidas. | 1 | 1 |  |  |  | 1 |
| 6. Emisión de no objeciones de uso de suelo turísticos. | 7. Porcentaje de respuesta a solicitudes entrantes | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 8. Porcentaje de respuesta a solicitudes entrantes en menos de 60 días. | 100% | 50% | 12.50% | 12.50% | 12.50% | 12.50% |
| Diseño de circuitos y rutas de turismo comunitario sostenible (MP). | Cantidad de rutas diseñadas. | 9 | 2 | 2 |  |  |  |
| Cantidad de circuitos diseñados. | 8 | 2 | 1 | 1 |  |  |
| 67. Elevación de Capacidades de las comunidades en TCS. | 90. Cantidad de personas capacitadas en curso TCS | 400 | 400 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 91. Cantidad de personas certificadas en módulo TCS | 50 | 50 |  |  |  | 50 |
| Acompañamiento y fortalecimiento de Unidades Productivas (MP). | Cantidad de unidades productivas apoyadas por primera vez | 8 | 6 | 6 |  |  |  |
| Cantidad de videos a elaborar |  | 11 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| Inicio de implementación del plan piloto para expandir proyecto TCS en región Sur del país | Creación del plan | 1 | 1 |  |  |  | 1 |
| **Departamento de Promoción Internacional** | 17. Promoción del Destino de República Dominicana. | Cantidad de FamTrip |  | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cantidad de Press Trip |  | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| Cantidad de Capacitaciones |  | 48 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Cantidad de Eventos |  | 141 | 36 | 35 | 35 | 35 |
| 20. Promoción de la Imagen del País Ferias Internacionales. | 22. Numero de ferias donde de participa | 16 | 29 | 10 | 7 | 3 | 9 |
|
|
|
| Supervisión administrativa y financiera de las Oficinas de Promoción Turística del Exterior. | Cantidad de Informes Financieros de OPT´s procesados |  | 372 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| Cantidad de pagos de renta gestionados |  | 288 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| Cantidad de solicitudes de beneficios a empleados |  | 372 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| Cantidad de liquidaciones de eventos procesadas |  | 189 | 48 | 47 | 47 | 47 |
| **Departamento de Promoción Local** | Desarrollo programa de capacitación para agentes de viajes, tour operadores, prensa especializada y estudiantes sobre Destinos Dominicanos y su Oferta Complementaria. | Cantidad de agentes de viajes, tour operadores, periodistas y estudiantes capacitados. | 2500 | 2600 | 500 | 800 | 800 | 500 |
| 47. Divulgación de guías y material informativo digitales especiales para la promoción nacional de los atractivos turísticos nacionales. | Cantidad de material promocional divulgado. | 6 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 48. Presentación de la oferta de turismo nacional en ferias y exposiciones multisectoriales organizadas en el territorio dominicano. | Cantidad de ferias turísticas en la que participa en Ministerio de Turismo. | 16 | 13 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 108. Incentivo del Turismo étnico entre los nacionales que radican en el exterior hacia los destinos dominicanos. | Cantidad de actividades de promoción de turismo interno con enfoque en la diáspora. | 10 | 12 | 2 | 2 | 3 | 5 |
| Motivación de la prensa turística a través de press trip y eventos experienciales para la divulgación de información que contribuya en la promoción de los atractivos turísticos dominicanos. | Cantidad de actividades enfocadas en la prensa turística para incentivo divulgación de información sobre atractivos dominicanos. | 12 | 14 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| Colaboración con clústeres y consejos de desarrollo en el impulso de rutas y movimientos de turistas que sirvan como punto de apoyo al desarrollo turístico nacional. | Cantidad de nuevas rutas y atractivos turísticos identificados y promovidos para el turismo interno. | 12 | 12 | 2 | 3 | 4 | 3 |
| **Departamento de Gestión de la Inversión Turística** | Generación de sinergias con otros estamentos públicos y privados para la promoción de la inversión en el sector turístico dominicano, tales como MIREX, ProDominicana, la Banca, APP y nuestras mismas OPTs, entre otros actores. | Cantidad de acciones realizadas. | 4 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Fortalecimiento de la promoción y divulgación de oportunidades de inversión turística en la República Dominicana, a través de ferias, workshop, road show, otros eventos virtuales o presenciales con enfoque en este segmento de mercado, así como en recursos digitales del MITUR. | Masificar la distribución de la Guía de inversiones en Eventos, Ferias y a través de todas las vías disponibles |  | 200 Mil | 50 mil | 50 mil | 50 mil | 50 mil |
| Plan de presencia en ferias, workshop, road show y otros eventos de promoción de inversiones. | 15 | 15 | 2 | 5 | 3 | 5 |
| Desarrollo de mecanismos para el fomento de la inversión turística. | Informe de apoyos brindados a inversionistas potenciales para el sector turístico. | 30 | 30 | 7 | 7 | 9 | 7 |
| Reporte de seguimientos efectuados. | 10 | 10 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| Informe de conferencias efectuadas | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Gestión de la Cooperación Internacional para el desarrollo de proyectos de mejora de infraestructura de zonas turísticas. | Solicitudes recibidas | 4 | 2 |  | 1 | 1 |  |
| **Departamento de Congresos e Incentivos** | Incrementar la entrada de turistas de reuniones y/o negocios que llegan al país, conocido por sus siglas en inglés como turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) | Cantidad de eventos de capacitación. | 1 | 1 |  |  | 1 | 1 |
| Cantidad de actores participantes | 30 | 30 |  |  | 30 |  |
| Cantidad de eventos de certificación. | 1 | 1 |  |  | 1 |  |
| Cantidad de actores certificados. | 30 | 30 |  |  | 30 |  |
| Cantidad de actualización de guía producida por año. | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| Cantidad de Congresos y Convenciones patrocinados. | 10 | 10 |  |  | 5 | 5 |
| Cantidad de programas patrocinados. | 4 | 4 |  |  | 2 | 2 |
| Cantidad de contactos generados en diferentes ferias MICE (5 ferias al año) | 50 | 100 | 20 |  | 40 | 40 |
| Cantidad de contactos generados en diferentes eventos especializados MICE (6 eventos al año) | 50 | 120 | 20 | 40 | 20 | 40 |
| Cantidad de publicaciones realizados en diferentes medios MICE y de participación en eventos de la industria. | 4 | 4 |  | 1 | 2 | 1 |
| Cantidad de contactos realizados con las asociaciones |  | 3 | 1 | 1 | 1 |  |
| **Departamento de E-Marketing** | 29. Promover los atractivos turísticos en el website, https://www.godominicanrepublic.com. | 33. Cantidad de tráfico de visitas | 1,800,000 | 6,500,000 | 1,950,000 | 1,300,000 | 1,300,000 | 1,950,000 |
| 30. Promover los atractivos turísticos en las redes sociales. | 34. Cantidad de interacción total en Facebook. | 1,808,092 | 3,000,000 | 1,050,000 | 600,000 | 600,000 | 750,000 |
| 35. Cantidad de interacción total en Twitter. | 150,000 | 100,000 | 35,000 | 20,000 | 20,000 | 25,000 |
| Cantidad de vistas de videos en Tik Tok |  | 20,000 | 5,000 | 5,000 | 5,000 | 5,000 |
| 36. Cantidad de interacción total en Instagram. | 3,570,730 | 6,000,000 | 2,100,000 | 1,200,000 | 1,200,000 | 1,500,000 |
| 37. Cantidad de vistas en Youtube. | 600,000 | 600,000 | 210,000 | 120,000 | 120,000 | 150,000 |
| Ofrecer asistencia e información actualizada sobre las medidas implementadas en el país que afecten al turista, en el Centro de Información al Viajero https://www.drtravelcenter.com. | Cantidad de sesiones web realizadas. | 300,000 | 750,000 | 187,500 | 187,500 | 187,500 | 187,500 |
| 33. Facilitar la oferta de imágenes (digital) del país y sus atractivos. | 45. Cantidad de descargas total. | 5,000 | 5,000 | 1,250 | 1,250 | 1,250 | 1,250 |
| **Dirección de Cruceros** | 42. Desarrollo de una política de promoción con la presencia en ferias internacionales para la promoción del país como destino cruceros. | 54. Cantidad de ferias donde se participa a nivel internacional. | 6 | 6 |  | 2 | 2 | 2 |
|
|
|
|
|
|
| Implementación de un Plan de Mercadeo y otros eventos asociados a la Promoción de Cruceros. | Avance de implementación del Plan de Mercadeo |  | 30% | 8% | 14% | 27% | 30% |
|
|
|
|
|
| 43. Gestión de un plan de capacitación especializado para el personal de la dirección de cruceros, acorde con las exigencias de la FCCA y otras entidades similares. | 55. Cantidad de personas capacitadas. | 100 | 100 |  |  | 50 | 50 |
|
|
|
|
|
| Seguimiento al Plan para la Creación del Consejo Nacional de Cruceros (CNC) | Porcentaje de avance según Informes de Seguimientos para la creación del Consejo  Nacional de Cruceros | 40% | 40% | 5% | 15% | 35% | 40% |
|
|
|
|
| Fomento a la Inclusión del Territorio Nacional en Itinerarios de Rutas de Cruceros | Cantidad de eventos realizados | 6 | 6 |  | 2 | 2 | 2 |
|
|
|
|
|
| Canalización de Inversión en Terminales Turísticas Portuarias | Cantidad de diagnósticos y/o propuestas de intervención realizados | 2 | 2 |  |  | 1 | 1 |
|
|
|
|
|
|
| Fortalecimiento a la Integración de Sectores Comunitarios, Potenciales Beneficiarios del Turismo de Crucero. | Cantidad de diagnósticos y/o estudios especiales realizados | 2 | 2 |  |  | 1 | 1 |
| Fomento a la Modalidad de Puerto Madre | Porcentaje de avance en el establecimiento de la modalidad puerto madre | 40% | 40% | 5% | 10% | 20% | 5% |
| Seguimiento a Contratos de Concesión de Puertos y Fondeaderos Turísticos de Cruceros | Porcentaje de Contrato revisados | 100% | 100% | 10% | 35% | 70% | 100% |
|
|
|
|
| **Dirección de Turismo Cultural** | Diseño de Productos Turísticos Culturales con la Cooperación de Instituciones Públicas y Privadas. | Cantidad de Recursos Identificados | 20 | 20 | 4 | 6 | 6 | 4 |
| Cantidad de Acciones de Turismo Cultural conjuntas con instituciones público-privadas (Alcaldía, Casa de la Cultura, Clúster (s), Centro Culturales | 10 | 10 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| Cantidad de presentaciones turísticos culturales para la oferta a tour operadores, agentes de viajes y prensa. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Gestionar un programa de comunicación y comercialización efectiva la Oferta Turística Cultural de la Republica Dominicana de cara a los mercados locales e internacionales. | Cantidad de guías virtuales con materiales promocionales actualizados de nuestro patrimonio cultural. | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| Cantidad de capacitaciones de manera virtual sobre el turismo cultural que ofrece esta Dirección a centros educativos. | 8 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cantidad de recursos y/o actividades promovidas por las redes sociales MITUR. |  | 25 | 5 | 7 | 7 | 6 |
| Desarrollar una agenda de presentaciones folclóricas con enfoque en la animación artística de los principales puntos turísticos de la República Dominicana. | Cantidad de participaciones en ferias y eventos internacionales | 75 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Cantidad de presentaciones del ballet folclórico y conjunto típico en el programa de animación de la Ciudad Colonial y en territorio nacional | 250 | 205 | 50 | 50 | 40 | 65 |
| Cantidad de presentaciones de los Tríos de Guitarra, en el programa de animación de la Ciudad Colonial y en otras actividades en el territorio nacional. | 300 | 225 | 40 | 50 | 50 | 85 |
| Crear un plan de promoción de la artesanía nacional como herramienta de impulso al turismo cultural, que incluya plazas comerciales a nivel nacional. | Cantidad de promoción de la artesanía dominicana realizados por diseñadores y representantes del área, a través de medios digitales. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cantidad de muestras artesanales en ferias y eventos con un enfoque turístico, | 6 | 6 |  | 2 | 2 | 2 |
| Cantidad de artesanía dominicana, que participan en las ferias internacionales de promoción de nuestro país. | 7 | 7 |  | 2 | 2 | 3 |
| Cantidad de Catálogos de Artesanías Dominicanas Digitalizados. |  | 1 |  |  | 1 |  |
| Cantidad de actualizaciones artesanos y sus experiencias en talleres de artesanía en el país. |  | 2 |  | 1 | 1 |  |
| Desarrollar actividades artísticas y culturales con el apoyo del Sector Publico - Privado enfocadas en la diversificación de la oferta artística y cultural de los principales puntos turísticos de la República Dominicana. | Cantidad de Presentaciones Escuelita de música en el Parque Colón |  | 48 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Cantidad de Presentaciones Programa de animación de Arte Público, Pintura en Caballetes | 50 | 48 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Cantidad de conciertos de Jazz en la Ciudad Colonial (Jazz en la Zona). | 50 | 48 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Cantidad de animación artística - cultural, y Bonye pone el Son a Santo Domingo de Fiesta. |  | 100 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| **Departamento de Gastronomía** | Incluir la experiencia gastronómica dominicana en el 100% de los viajes de familiarización y prensa que se organicen desde el MITUR. | Cantidad farm trips y press trips organizados por MITUR que incluyeron la experiencia gastronómica dominicana | 8 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Organización de actividades que promuevan las bondades de la gastronomía dominicana a nivel nacional e internacional: Festivales gastronómicos, ferias, cooking show, Master Class, Concursos de Cocina, Jornadas Gastronómicas y Exposiciones Temáticas. | Cantidad de Festivales Gastronómicos, ferias, Master Class, Exposiciones Temáticas. | 5 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Creación de material digital para la promoción periódica de la gastronomía dominicana, a través de las redes sociales del MITUR. | Cantidad de material promocional de la gastronomía dominicana digital creado para difusión en medios digitales. | 24 | 24 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Presentación de las propuestas de turismo gastronómico dominicano a agentes de viajes, tour operadores, prensa y estudiantes como herramienta para su promoción. | Cantidad de talleres y charlas sobre Gastronomía Dominicana realizados. | 8 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Gestión del catálogo de rutas y experiencias gastronómicas dominicanas. | Catálogo de rutas y experiencias gastronómicas | 2 | 2 |  | 1 |  | 1 |
| **Dirección de Turismo de Salud** | Planificación estratégica para el desarrollo del Turismo de Salud y Bienestar, con la integración de los principales representantes de la cadena de valor que incluya los ejes de regulación, incentivo y promoción. | Porcentaje (%) avance de la elaboración del plan estratégico para el desarrollo del Turismo de Salud y Bienestar. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Gestión de acuerdos de colaboración con entidades locales e internacionales para la promoción del turismo de salud y bienestar. | Cantidad de acuerdos gestionados y desarrollados. | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Creación de material promocional oficial para el fomento del turismo de salud y bienestar. | Cantidad de material oficial creado para el fomento y la promoción del turismo de salud y bienestar realizados. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Promoción y divulgación de las oportunidades de turismo de salud y bienestar en la República Dominicana, a través de ferias, workshop, road show, otros eventos virtuales o presenciales con enfoque en este segmento de mercado así como en recursos digitales del MITUR. | Cantidad de actividades de promoción de turismo de salud y bienestar realizadas. | 6 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Gestión de la Oferta Turismo de Salud y Bienestar de la República Dominicana. | Cantidad de centros de turismo de salud y bienestar visitados y documentados. | 48 | 48 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Cantidad de centros de turismo de salud y bienestar visitados como seguimiento para su certificación. | 40 | 40 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Cantidad de recursos identificados | 12 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| **Viceministerio de Gestión de Destinos** | Fortalecimiento del desarrollo de los destinos turísticos | Levantamiento de la situación turística del territorio (Diagnóstico). | 350 | 275 | 50 | 75 | 100 | 50 |
|
|
| Tramitación y elaboración de los planes y proyectos en función al Plan de Acción Turística. | 100% | 100% | 10% | 30% | 30% | 30% |
|
| Coordinar propuesta de desarrollo turístico. (Crear grupos de trabajo y un espacio de dialogo interno con su personal a cargo). | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
|
| Identificar y desarrollar nuevos productos y ofertas turísticas. | 10 | 50 | 15 | 10 | 20 | 5 |
|
| Desarrollar un plan de monitoreo y evaluación de los destinos turísticos. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
|
| Velar por el cumplimiento de los reglamentos, normativas y acuerdos derivados de los patronatos y co-manejos en los destinos. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Garantizar mediante inspecciones que los establecimientos y actores de la cadena de valor turística estén al día con sus licencias y seguimiento a protocolos. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
|
| Participación y apoyo a ferias y eventos locales y nacionales. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
|
| Diseño y desarrollo de plataformas tecnológicas de la oferta del destino. | 2 | 3 |  | 1 | 1 | 1 |
|
| Gestión de posicionamiento sostenible del destino. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Coordinar y organizar viajes de familiarización. (Fam Trips, Press Trip, Blog Trip) Gestión de permisos y visitas. | 10 | 30 | 5 | 10 | 10 | 5 |
|
| Crear un plan de medios según las características de la regional. | 100% | 100% |  | 50% | 50% |  |
|
| Manejo de los Destinos Turísticos | Articular y coordinar con los diferentes actores mesas de trabajo (Gobernanza Integrada) | 20 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 |
|
| Participar en consejos, patronatos y co-manejos de los destinos. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
|
| Desarrollar programas de capacitación, necesarias para el desarrollo del turismo. | 100% | 100% |  | 50% | 50% |  |
|
| Fomentar la participación social en la planeación del turismo. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Implementación de un Plan de Puesta Valor de Productos y Servicios Turísticos integrado a las Comunidades | Levantamiento de atractivos | 800 | 100 | 25 | 25 | 25 | 25 |
|
|
| Cantidad de nuevos productos identificados | 300 | 300 | 50 | 100 | 100 | 50 |
|
| Coordinar Plan de Desarrollo para nuevos Productos turísticos | 100% | 100% | 50% | 50% |  |  |
| Calidad de nuevos productos turísticos identificados. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Apoyo a la reactivación de los Cloústers turísticos de la Republica Dominicana | 100% | 100% | 25% | 50% | 25% |  |
| Incrementación de la oferta turística de la Republica Dominicana | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 |  |
| Creación de una guía nacional de productos identificados | 100% | 100% |  | 50% |  | 50% |
|
| Desarrollo de un manual de operaciones sobre Sostenibilidad y Calidad con herramientas aplicables a los establecimientos. | 100% | 100% | 40% | 10% | 25% | 25% |
| Creación de página web. | 100% | 100% |  | 50% | 50% |  |
|
| Monitorio de calidad de los servicios. | 100% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
|
| Desarrollo de una línea de productos con el distintivo de Dominican Trearuses. | 100% | 100% | 25% | 25% | 50% |  |
| **Comisión de Ética** | 91. Sensibilización a los empleados en materia de ética y transparencia. | 125. Porcentaje de empleados sensibilizados. | 45% | 100% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| 92.Elaboración de los informes de cumplimiento de los requerimientos de la DIGEIG | 126. Cantidad de Informe semestral sobre Sistema de Integridad y mapa de riesgos de corrupción administrativa. | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |

|  |
| --- |
|  |

# **ANEXOS.**

# Matriz de Principales Indicadores de Gestión por Procesos.

N/A.

# Matriz Índice de Gestión Presupuestaria Anual (IGP).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Detalle** | **1er Trimestre** | **2do Trimestre** | **3er Trimestre** | **4to Trimestre** | **Total** |
| **2 - GASTOS** |  |  |  |  |  |
| **2.1 - REMUNERACIONES Y CONTRIBUCIONES** | 262,164,151.43 | 256,987,030.85 | 286,019,935.58 | 263,005,649.34 | 1,068,176,767.20 |
| 2.1.1 - REMUNERACIONES | 220,346,130.50 | 214,615,843.22 | 228,425,740.82 | 195,246,533.20 | 858,634,247.74 |
| 2.1.2 - SOBRESUELDOS | 16,377,189.28 | 16,251,321.92 | 30,364,362.82 | 49,212,470.60 | 112,205,344.62 |
| 2.1.3 - DIETAS Y GASTOS DE REPRESENTACIÓN | - | - | - | - | - |
| 2.1.4 - GRATIFICACIONES Y BONIFICACIONES | - | - | - | - | - |
| 2.1.5 - CONTRIBUCIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL | 25,440,831.65 | 26,119,865.71 | 27,229,831.94 | 18,546,645.54 | 97,337,174.84 |
| **2.2 - CONTRATACIÓN DE SERVICIOS** | 241,430,998.05 | 111,401,122.51 | 278,117,397.51 | 114,775,600.45 | 745,725,118.52 |
| 2.2.1 - SERVICIOS BÁSICOS | 10,140,337.99 | 14,036,128.58 | 14,947,481.84 | 10,225,736.82 | 49,349,685.23 |
| 2.2.2 - PUBLICIDAD, IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN | 184,349,745.55 | 57,211,770.20 | 213,880,325.24 | 75,867,834.31 | 531,309,675.30 |
| 2.2.3 - VIÁTICOS | - | - | - | - | - |
| 2.2.4 - TRANSPORTE Y ALMACENAJE | 248,460.00 | 395,000.00 | 350,000.00 | 205,423.72 | 1,198,883.72 |
| 2.2.5 - ALQUILERES Y RENTAS | 32,921,614.29 | 22,247,279.74 | 20,491,800.15 | 19,132,521.02 | 94,793,215.20 |
| 2.2.6 - SEGUROS | 7,625,683.97 | 8,581,610.46 | 17,518,630.16 | 1,180,233.25 | 34,906,157.84 |
| 2.2.7 - SERV. DE CONSERV., REP. MENORES E INSTAL. TEMP. | 2,115,460.46 | 2,612,126.04 | 3,294,789.57 | 1,567,214.37 | 9,589,590.44 |
| 2.2.8 - OTROS SERV. NO INCLUI. EN CONCEPTOS ANTE. | 821,253.87 | 2,169,697.49 | 2,448,187.22 | 2,530,736.96 | 7,969,875.54 |
| 2.2.9 - OTRAS CONTRATACIONES DE SERVICIOS | 3,208,441.92 | 4,147,510.00 | 5,186,183.33 | 4,065,900.00 | 16,608,035.25 |
| **2.3 - MATERIALES Y SUMINISTROS** | 3,295,267.12 | 4,198,583.59 | 4,955,524.95 | 5,416,224.91 | 17,865,600.57 |
| 2.3.1 - ALIMENTOS Y PRODUCTOS AGROFORESTALES | 622,511.21 | 332,400.87 | 473,530.48 | - | 1,428,442.56 |
| 2.3.2 - TEXTILES Y VESTUARIOS | 224,672.00 | 496,436.10 | 181,720.00 | 885.00 | 903,713.10 |
| 2.3.3 - PRODUCTOS DE PAPEL, CARTÓN E IMPRESOS | 334,799.42 | 658,878.77 | 754,691.69 | - | 1,748,369.88 |
| 2.3.4 - PRODUCTOS FARMACÉUTICOS | - | - | - | - | - |
| 2.3.5 - PRODUCTOS DE CUERO, CAUCHO Y PLÁSTICO | - | - | 857,565.00 | 1,715.91 | 859,280.91 |
| 2.3.6 - PROD. DE MINER., META. Y NO METÁLICOS | 68,209.78 | 513.30 | 74,796.66 | 1,652.00 | 145,171.74 |
| 2.3.7 - COMB., LUBRI., PROD. QUÍMI. Y CONEXOS | 281,677.80 | 103,021.39 | 457,226.60 | 4,667,445.00 | 5,509,370.79 |
| 2.3.8 - GASTOS ASIG. EJERCICIO (ART. 32 Y 33 LEY 423-06) | - | - | - | - | - |
| 2.3.9 - PRODUCTOS Y ÚTILES VARIOS | 1,763,396.91 | 2,607,333.16 | 2,155,994.52 | 744,527.00 | 7,271,251.59 |
| **2.4 - TRANSFERENCIAS CORRIENTES** | 1,042,338.60 | 5,263,597.42 | 21,125,941.43 | 6,336,658.00 | 33,768,535.45 |
| 2.4.1 - TRANSF. CTE. AL SECTOR PRIVADO | - | - | 3,357,812.50 | 920,000.00 | 4,277,812.50 |
| 2.4.2 - TRANSF. CTE. AL GOBIERNO GENERAL NAC. | - | - | - | - | - |
| 2.4.3 - TRANSF. CTE. A GOB. GENERALES LOCALES | - | - | 150,852.43 | - | 150,852.43 |
| 2.4.4 - TRANSF. CTE. A EMPR. PÚBLICAS NO FINANC. | - | - | - | - | - |
| 2.4.5 - TRANSF. CTE. A INSTIT. PÚBLICAS FINANC. | - | - | - | - | - |
| 2.4.7 - TRANSF. CTE. AL SECTOR EXTERNO | 1,042,338.60 | 5,263,597.42 | 117,288.50 | - | 6,423,224.52 |
| 2.4.9 - TRANSF. CTE. A OTRAS INSTIT. PÚBLICAS | - | - | 17,499,988.00 | 5,416,658.00 | 22,916,646.00 |
| **2.5 - TRANSFERENCIAS DE CAPITAL** | 178,378,260.00 | - | - | - | 178,378,260.00 |
| 2.5.1 - TRANSF. DE CAP. SECTOR PRIVADO | 178,378,260.00 | - | - | - | 178,378,260.00 |
| 2.5.2 - TRANSF. DE CAP. GOB. GENERAL NAC. | - | - | - | - | - |
| 2.5.3 - TRANSF. DE CAP. GOB. GENE. LOCALES | - | - | - | - | - |
| 2.5.4 - TRANSF. DE CAP. EMPR. PÚBLICAS NO FINANC. | - | - | - | - | - |
| 2.5.5 - TRANSF. DE CAP. INSTIT. PÚBLICAS FINANC. | - | - | - | - | - |
| 2.5.6 - TRANSF. DE CAP. SECTOR EXTERNO | - | - | - | - | - |
| 2.5.9 - TRANSF. DE CAP. OTRAS INSTI. PÚBLICAS | - | - | - | - | - |
| **2.6 - BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES** | 5,199,807.88 | 593,764.73 | 2,309,872.70 | 3,874,990.58 | 11,978,435.89 |
| 2.6.1 - MOBILIARIO Y EQUIPO | 665,233.25 | 208,848.73 | 311,708.80 | - | 1,185,790.78 |
| 2.6.2 - MOBILIARIO Y EQUIPO EDUCA. Y RECREATIVO | 193,088.03 | - | 332,760.00 | - | 525,848.03 |
| 2.6.3 - EQU. E INSTRUMENTAL, CIENTÍFICO Y LAB. | - | - | - | - | - |
| 2.6.4 - VEHÍC. Y EQU. TRANSP., TRACCIÓN Y ELEVA. | - | - | - | - | - |
| 2.6.5 - MAQUINARIA, OTROS EQU. Y HERRAM. | 243,083.90 | 384,916.00 | - | - | 627,999.90 |
| 2.6.6 - EQUIPOS DE DEFENSA Y SEGURIDAD | - | - | - | - | - |
| 2.6.7 - ACTIVOS BIÓLOGICOS CULTIVABLES | - | - | - | - | - |
| 2.6.8 - BIENES INTANGIBLES | 4,098,402.70 | - | 1,616,251.00 | 3,874,990.58 | 9,589,644.28 |
| 2.6.9 - EDIFI., ESTRUCT., TERRENOS Y OBJE. VALOR | - | - | 49,152.90 | - | 49,152.90 |
| **2.7 - OBRAS** | - | - | - | - | - |
| 2.7.1 - OBRAS EN EDIFICACIONES | - | - | - | - | - |
| 2.7.2 - INFRAESTRUCTURA | - | - | - | - | - |
| 2.7.3 - CONSTRUCCIONES EN BIENES CONCESIONADOS | - | - | - | - | - |
| 2.7.4 - GASTOS ASIG. EJERC. INVER. (ART. 32, 33 L. 423-06) | - | - | - | - | - |
| **2.8 - ADQUIS. ACTIVOS FINANC. CON FINES DE POLÍTICA** | - | - | - | - | - |
| 2.8.1 - CONCESIÓN DE PRESTAMOS | - | - | - | - | - |
| 2.8.2 - ADQUIS. TÍTULOS VALORES REPRESENT. DEUDA | - | - | - | - | - |
| **2.9 - GASTOS FINANCIEROS** | - | - | - | - | - |
| 2.9.1 - INTERESES DE LA DEUDA PÚBLICA INTERNA | - | - | - | - | - |
| 2.9.2 - INTERESES DE LA DEUDA PUBLICA EXTERNA | - | - | - | - | - |
| 2.9.4 - COMIS. Y OTROS GASTOS BANCA. DEUDA PÚBLICA | - | - | - | - | - |
| **Total Gastos** | **691,510,823.08** | **378,444,099.10** | **592,528,672.17** | **393,409,123.28** | **2,055,892,717.63** |
| **4 - APLICACIONES FINANCIERAS** | - | - | - | - | - |
| **4.1 - INCREMENTO DE ACTIVOS FINANCIEROS** | - | - | - | - | - |
| 4.1.1 - INCREMENTO DE ACTIVOS FINANC. CTE. | - | - | - | - | - |
| 4.1.2 - INCREMENTO DE ACTIVOS FINANC. NO CTE. | - | - | - | - | - |
| **4.2 - DISMINUCIÓN DE PASIVOS** | - | - | - | - | - |
| 4.2.1 - DISMINUCIÓN DE PASIVOS CORRIENTES | - | - | - | - | - |
| 4.2.2 - DISMINUCIÓN DE PASIVOS NO CORRIENTES | - | - | - | - | - |
| **4.3 - DISMINUCIÓN DE FONDOS DE TERCEROS** | - | - | - | - | - |
| 4.3.5 - DISMINUCIÓN DEPÓSITOS FONDOS DE TERCEROS | - | - | - | - | - |
| **TOTAL APLICACIONES FINANCIERAS** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
|  | | | | | |
| **TOTAL GASTOS Y APLICACIONES FINANCIERAS** | **691,510,823.08** | **378,444,099.10** | **592,528,672.17** | **393,409,123.28** | **2,055,892,717.63** |

# Plan de Compras.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Reporte de Ejecución Presupuestal de Compras** | | | | | |
| Año del Plan | Capitulo | Unidad de Compras | Monto Presupuestado | Monto Ejecutado | % Monto Ejecutado |
| 2021 | Ministerio de Turismo | Ministerio de Turismo | 523,856,304.00 | 45,788,721.19 | 8% |

1. Información proporcionada por el Departamento de Análisis y Estadísticas del MITUR. [↑](#footnote-ref-1)
2. Información proporcionada por el Departamento de Análisis y Estadísticas del MITUR. [↑](#footnote-ref-2)
3. Información proporcionada por el Departamento de Análisis y Estadísticas del MITUR. [↑](#footnote-ref-3)
4. A partir del mes de Julio del presente año el sub-portal de Transparencia del Ministerio de Turismo, no ha sido evaluado por parte de la Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental (DIGEIG), institución encargada de esta revisión mensual. Es por esto que las evaluaciones del sub-portal se encuentran hasta el mes de Junio del presente año. [↑](#footnote-ref-4)