



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA



CONSORCIO  
DOMINICANO DE  
COMPETITIVIDAD  
TURÍSTICA

# Presentación: Fortalecimiento de Programas de Membresía para Clústeres Turísticos

**Abril 2012**

Unidad de Negocios, CDCT  
Acuerdo de Cooperación No. AID-518-A-12-00001  
Abril 2012

“Este documento fue posible gracias al apoyo generoso provisto por el pueblo estadounidense mediante la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) bajo los terminos del Acuerdo de Cooperación No. AID-517-A-12-00001 implementado por el Consorcio Dominicano de Competitividad Turística (CDCT). (Programa Empoderamiento en Turismo Sostenible). El contenido y las opiniones expresadas no reflejan necesariamente las opiniones de la USAID, ni las del Gobierno de los Estados Unidos.”

# Implementación & Fortalecimiento de Programas de Membresía para Clusters Turísticos

*Curso/Taller para fortalecer y/o implementar  
Programas de Membresía para Clusters Turísticos*

Con el apoyo de:



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA



CONSORCIO  
DOMINICANO DE  
COMPETITIVIDAD  
TURISTICA

Esta publicación se realizó gracias al apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) bajo los términos del Acuerdo de Cooperación No. AID-517-A-12-0001 implementado por Consorcio Dominicano de Competitividad Turística (CDCT). El contenido y las opiniones expresadas aquí no reflejan necesariamente las opiniones de la USAID, ni del Gobierno de los Estados Unidos.



**Bienvenidos al Curso Para la Gestión de  
Programas de Membresía**

¿ Quien es miembro?

¿ Quien puede ser parte de este grupo y quien no?

¿ Que significa ser miembro de este Cluster?

¿Han contemplado las siguientes preguntas?

¿ Que tiene que hacer un miembro?

¿ Vamos a aceptar a todo el que entra por la puerta?

¿ Tienen que compartir ciertas creencias con nosotros?

¿ Que tipo de persona/institución queremos?

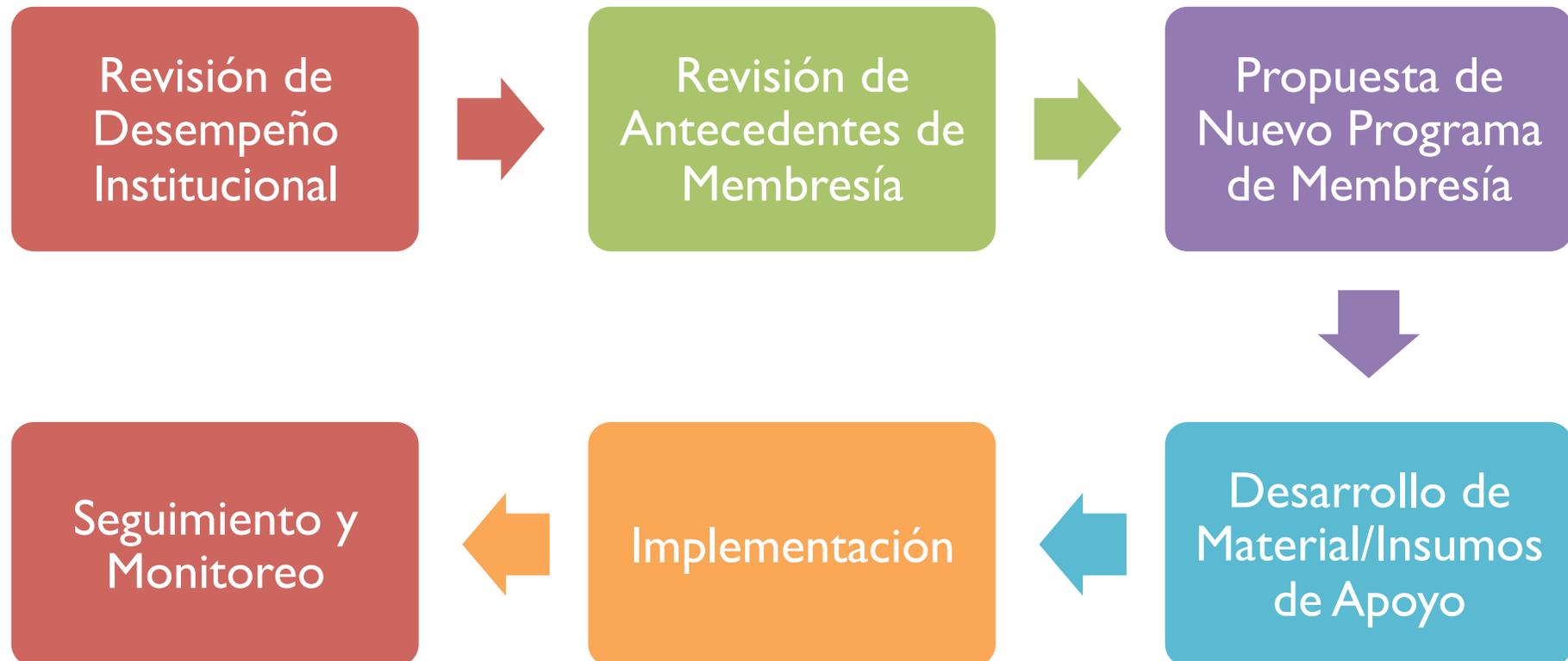
Incluir a nuevos miembros va mas allá de pedirles que asistan a una reunión o evento...

Requiere de un plan completo y bien contemplado

## **¿Que es un Programa de Membresía?**

Es un programa que le pide a personas, empresas u organizaciones que contribuyan algo –dinero, tiempo, su asistencia, su nombre, ciertas acciones – a su organización, y a cambio se afiliarán de algún modo a la misma por un periodo de tiempo establecido – usualmente un año.

# Metodología



¿Está su institución lista para asumir el compromiso de un Programa de Membresía?

**REVISIÓN DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL**

## ¿Cuales son los valores institucionales del Cluster?

- La Mision, Vision y Objetivos Generales no deben solo existir para fines de ser incluidos en cualquier material institucional que se desarrolle
- Los mismos deben de realmente ser internalizados por todos los involucrados en su institucion e incluidos como punto de partida para cualquier proyecto o programa a ser desarrollado por su Cluster.

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Cuales son los valores institucionales de su  
Cluster?

*Mision, Vision, Objetivo General y Valores*

## ¿Cuales son las Funciones & Responsabilidades del Cluster?

- Es importante que los actores del destino y lideres del Cluster tengan claro **QUIEN ES EL CLUSTER** antes de que nuevos miembros ingresen
- ¿Saben cuales son las funciones o el papel que desempeña el Cluster en su destino?
- ¿Que responsabilidad y que funciones asume el Cluster en el destino?
- ¿Cuales son las áreas de acción y tareas especificas que le competen al Cluster?

Misión & Visión  
≠  
Funciones & Responsabilidades

## Pasemos de Esto...



- **Misión:**

Ente de conjunción de objetivos e interés entre el sector turístico y la comunidad con poder, credibilidad y confianza ante cualquier instancia, para desarrollar un turismo sostenible.

- **Visión:**

Ser una institución modelo de referencia de gestión integral sostenible y competitiva del destino turístico La Romana, que fomente la mejora de la calidad de vida de sus comunidades, conservando sus recursos naturales y culturales.

**A Esto...**



## Funciones & Responsabilidades

Gestion de  
Destino

Promocion de  
Destino

Desarrollo y  
Divulgacion de  
Informacion

Servicios de  
Turismo  
Sostenible

Ver Documento  
"Funciones y  
Responsabilidades del  
CTRB"

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Cuales son las Funciones &  
Responsabilidades de su Cluster?

*¿Que hace/provee el Cluster?*

## Resumen de Plan Estrategico

- Como organización interesada en el manejo y promoción de los destinos turísticos, los Clusters deben de tener claros cuales son su Planes Estratégicos como organización y para el destino
- Tener esta visión clara ayudara a contemplar como los miembros servirán para contribuir a ellos o alcanzar los mismos.
- Sus potenciales o actuales miembros también tienen el derecho de saber cual es el futuro que contempla su organización encaminar.

## Resumen de Plan Estrategico

- Debería de existir un Plan Estratégico para el Destino Turístico que sirva de parámetros de acción para cualquier programa que vaya a desarrollar el Cluster en el destino.
- Del mismo modo, el Cluster se debería de regir por un Plan Estratégico Institucional el cual vaya de la mano del Plan Estratégico del destino
- No obstante, se entiende que no todos los Clusters cuentan con estas herramientas. De no tenerlas el Cluster debe de realizar un ejercicio rápido dentro del cual se pueda delinear el contexto de su trabajo.

## **Un resumen de su Plan Estrategico debe incluir lo siguiente:**

- **Visión**
- **Antecedentes del Destino**
- **Metas y métodos para medir las mismas**
- **Estrategias puntuales para alcanzar las metas**
- **Atributos de la institución que facilitaran el éxito de la implementación de dichas estrategias.**



Material Para Su  
Programa de Membresía

Adjunte un resumen del Plan Estratégico del Destino por el cual el Cluster Guía sus acciones

Del mismo modo, incluya un resumen del Plan Estratégico del Cluster

¿Qué se ha elaborado al momento referente a la Membresía del Cluster?

## **ANTECEDENTES DEL PROGRAMA DE MEMBRESÍA**

## **Antecedentes del Programa de Membresía**

- Antes de comenzar a elaborar una propuesta para un nuevo (o rediseñado) Programa de Membresía, es de suma utilidad hacer una revisión del desempeño de su membresía actual y todo lo antes contemplado en relación a la membresía de su Cluster.

# Principales razones para adquirir nuevos miembros

- Mayor visibilidad pública de su organización y sus objetivos
- Para que los actores del destino turístico se sientan identificados con la organización
- Aumentar la cantidad de constituyentes
- Aumentar la base de voluntarios/personas disponibles para apoyar actividades de su organización
- Expandir el conocimiento y entendimiento de su causa y el trabajo de su organización
- Un Programa de Membresía exitoso puede ayudar a establecer credibilidad ante donantes
- Atraer mayores donaciones/contribuciones mas adelante
- Para incrementar el ingreso predecible anual de su organización
- Para incrementar su voz en el destino ante los responsables políticos
- **¿Algún otro?**

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Cuales son las principales razones de su  
Cluster para establecer un Programa de  
Membresía?

## Revisión de los Estatutos

- Una de las primeras fuentes de información de su membresía deberían de ser los estatutos de su institución.
- Tenga en mente que sus estatutos fueron escritos en los inicios de su organización y que el ambiente y situación actual es probable que hayan cambiado.
- Revise lo que esta plasmado en los estatutos referente a sus miembros y contemple la viabilidad de hacer ajustes o enmiendas de ser necesario.

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Que dicen sus estatutos  
en relación a los miembros?

## **Revisión de Antecedentes Claves**

- Es necesario realizar un diagnóstico del estatus actual de su membresía y utilizar el mismo con fin de proponer nueva dirección para el Programa de Membresía y poder utilizarlo como herramienta de medición en un futuro.

## Material Para Su Programa de Membresía

Realice un diagnostico contemplando las siguientes preguntas:

- ¿Cuántos miembros tiene el Cluster en la actualidad?
- ¿Quiénes son los miembros de su Cluster, que trabajo desempeñan y a que sectores pertenecen?
- ¿Que beneficios reciben sus miembros en la actualidad?
- ¿Qué remuneración recibe el Cluster de sus miembros a cambio de los beneficios de membresía?
- ¿Es la remuneración que se le cobra a los miembros una justificada por los beneficios que reciben?
- ¿Con cuántos empleados/staff cuenta el Cluster para reclutar y darle seguimiento a la membresía?
- ¿Cómo se organizan los miembros una vez ingresan al Cluster?
- ¿Qué información recopila el Cluster de sus miembros?
- Entre otros...

“¿Que le ofreceremos a nuestros miembros?”

**PROPUESTA DE BENEFICIOS DE MEMBRESÍA**

# Beneficios

Tener un catalogo de beneficios  
TANGIBLES que sean de  
interés para sus miembros es  
EL ELEMENTO MAS  
IMPORTANTE de cualquier  
Programa de Membresía

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Qué beneficios le ofrece el Cluster a sus miembros actualmente?

¿Qué beneficios podría ofrecer el Cluster con los recursos que cuenta en la actualidad?

## Beneficios de Membresía

- Una vez se le ofrece un catalogo de beneficios a un miembro hay que ser muy diligente en poder ofertarlo todo el tiempo. El miembro esta pagando su cuota esperando recibir ese beneficio. Es imperativo que los beneficios que se ofrezcan estén disponibles.
- Darle acceso a los miembros a los diversos beneficios, consume tiempo y recursos. El Cluster debe de tener **ASEGURADO** los recursos que permitan ofrecer los beneficios por el plazo de tiempo por el cual la membresía es vigente. Si el Cluster no esta seguro que lo pueda ofrecer, no lo incluya como parte del paquete de beneficios.

Cuando el CTRB comenzó a contemplar sus Beneficios de Membresía diseñaron una estrategia que permitiera comunicar los beneficios que podrían brindar al momento con los actuales recursos y que les permitiera indicar los beneficios que se estaban preparando para ofrecer.



### Disponibles Actualmente

- Derecho a distribuir *brochures* en los Centros de Información Turística
- Enlaces de negocios dentro de la red de contactos del CTRB
- Oportunidades de promoción del destino en conjunto (por ejemplo: ser promocionado en *Fam/Press Trips* organizados por el Cluster)
- ...

### Disponibles Proximamente

- Pagina promocional dentro del directorio turístico que se hará disponible en los Centros de Información Turística del CTRB
- Acceso a alquiler de espacio publicitario en los Centros de Información Turística
- Acceso a recursos que asistan al desarrollo de iniciativas de turismo sostenible
- 500 separadores de libros o tarjetas postales con sugerencias para viajeros responsables
- ...

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Reconocimiento Especial de Afiliación

- Al turista de hoy día le interesa apoyar empresas que estén tomando medidas activas por el bienestar del destino que visita. Diseñe un **Certificado de Membresía** que pueda personalizar para cada uno de sus nuevos miembros y que se pueda exhibir en las recepciones de los negocios o empresas. También puede diseñar un **logo** que identifique al miembro como empresa que apoya o pertenece a su clúster. Provea una versión digital en alta y baja resolución que el miembro pueda colocar en una página web, material impreso, etc. Esto no es solo una herramienta llamativa para el miembro de su empresa, sino que también le da visibilidad a su clúster.

## Oportunidad de expandir su red de contactos

- Debido a que el modelo de clúster se presta para que todos los actores de la cadena de valor turística participen y colaboren en conjunto, su clúster puede hacer énfasis en que le está brindando una vía adicional a sus miembros a realizar negocios con otros actores del destino. Al conocer a otros actores del destino, los miembros estarán expandiendo su red de contactos al pertenecer al clúster. Esto es algo que muchas empresas y negocios turísticos buscan ya que es un método de expandir sus negocios y hacer nuevos enlaces comerciales.

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Boletín Informativo

- Con el fin de mantener a los actores de su destino informados e intercambiar información de utilidad para todos, invierta en la publicación de un boletín informativo que pueda distribuir a todos sus miembros ya sea por correo electrónico o impreso. El fin del mismo debería ser compartir buenas prácticas y acciones que implementan sus miembros y mantener a todos al tanto de los temas de interés del destino turístico. En adición, es un vehículo de comunicación constante entre la red profesional. Exhorte a sus miembros a contribuir al boletín tanto y cuando deseen.

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Plataforma Electrónica de Comunicación

- Hay muchas maneras de mantener a sus miembros comunicados entre sí. El clúster puede crear una plataforma electrónica en la red cibernética donde los miembros puedan ingresar su nombre de usuario y clave y así acceder a diversos beneficios especiales. En dicha plataforma el clúster puede facilitar información como informes, estudios, etc. En adición, los miembros pueden conversar entre si y sostener conversaciones de interés para el destino turístico local. Este concepto se puede ver como una manera de crear una red social cibernética entre miembros. El clúster podría colocar esta plataforma dentro de la página del destino turístico.

★ Favorites Member Login - TIES

JOIN TIES | LOG IN | MEMBER CENTER | MAKE A DONATION  Go

 **THE INTERNATIONAL ecotourism SOCIETY**

*Uniting Conservation, Communities and Sustainable Travel*

About TIES | Your Travel Choice | Learning Center | Events & Tools | Get Involved | Stay Informed

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Viajes de Familiarización y de Prensa

- El clúster, como entidad promotora de un destino turístico, debería asumir el compromiso de promocionar el destino en su totalidad. Una de las maneras más eficaces de hacerlo es ser anfitrión de Viajes de Familiarización o de Prensa para el cual se invitan a editores, miembros de la prensa, tour operadores, representantes de organizaciones de apoyo internacional, entre otros. Durante estos recorridos se introduce el destino turístico no tan solo a los representantes que visitan durante el viaje, si no que le abre las puertas a cualquier promoción que dichos representantes puedan realizar a través de sus editoriales, publicaciones, charlas, contactos, etc. Los miembros del clúster se benefician, ya que el clúster coordina dichos viajes incluyendo visitas a los atractivos o empresas de sus miembros durante los itinerarios.

# Catalogo de Posibles Beneficios

Beneficios que se pueden ofrecer a través de una Página Web

- Acceso a una página web del destino o institucional, sus miembros se pueden beneficiar de promoción especial como:
  - Descuentos en promoción de *banners*, videos, anuncios, entre otros.
  - Una página promocional colocada dentro de la página web del destino turístico, que le permita a la empresa colocar fotos, información de reservación, descripción de la empresa, etc.

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Centros o Kioscos de Información Turística

- Permita que sus miembros coloquen brochures o material informativo en los centros de información. oriente al personal del mismo a presentarle la oferta de dichos miembros al turista si reciben preguntas acerca del destino.
- Desarrolle un Directorio Turístico que contenga información básica de cada empresa o atracción en una hoja informativa. El clúster tiene que ser capaz de adquirir información de sus miembros y también debe de manejar la información y actualizarla como sea necesario.

## Ejemplo - Excursion Acuática



### EN BREVE...

NOMBRE:

EXCURSIÓN ACUÁTICA CTRB

TELÉFONO:

XXX-XXX-XXXX

CORREO ELECTRÓNICO:

INFO@EXCURSIONACUA.COM

PAGINA WEB:

WWW.EXCURSIONACUATICA.COM

UBICACIÓN:

CALLE PEATONAL, DOMINICUS

TARIFAS

ADULTOS: \$700 RD

NIÑOS: \$350 RD

### DESCRIPCIÓN

En la Excursión Acuática usted podrá disfrutar de todos los mejores atractivos acuáticos del Destino La Romana. Durante la excursión lo llevaremos a la piscina natural, comunidad pesquera de Bayahibe e Isla Saona. En la excursión podrá ver un sin número de especies marinas en un ambiente animado. Nuestros guías son biólogos por educación y les aseguramos tendrán las mejores explicaciones del medioambiente que visitamos. Dentro del paquete de la excursión incluimos un CD de fotografías de su pasadía tomado por nuestro fotógrafo profesional. ¡Esperamos que disfruten este pasadía con nosotros!

### SOBRE NOSOTROS

Nuestra empresa tiene 10 años en el Destino La Romana y nos distinguimos por ser una empresa dedicada al bienestar del medioambiente del Destino La Romana, apoyamos un sin número de entidades sin fines de lucro que aportan a esta meta, como también contamos con guías locales los cuales brindan el mejor guiado entre nuestros competidores.

### EN ADICIÓN

Lo exhortamos a visitar nuestra página web para más información  
[www.excursionacuatica.com](http://www.excursionacuatica.com)



# Catalogo de Posibles Beneficios

## Centros o Kioscos de Información Turística

- De haber espacio para colocar material promocional (paredes, pancartas, tableros promocionales, etc.) en las facilidades de los centros de información, se le puede ofertar espacios de promoción descontados a los miembros del clúster. Este espacio debe de ser visible y llamativo. Si su centro o kiosco de información no contiene suficiente espacio para colocar material informativo, considere invertir en paneles o módulos que se puedan colocar cerca de los centros de información mientras sus facilidades estén abiertas. Esto le permitirá ofertar espacio visible que el clúster puede vender a sus miembros con el fin de promocionar su oferta turística.
- Provea servicios de reservación en los centros de información turística. El beneficio a los miembros se refleja en proveerles un canal más para realizar sus ventas y acezar el mercado turístico directamente. El centro de información puede generar ingresos para su sostenibilidad a través de los centros de información turística, mientras que los miembros se benefician de ventas y promoción adicional a las que realizan directamente a través de sus empresas.

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Participación en cursos puntuales de capacitación

- De acuerdo a las necesidades de sus miembros y el sector el clúster puede identificar y ofrecer cursos de capacitación tal y como Cursos de Turismo Sostenible, Cursos para el desarrollo de Planes de Negocios Turísticos, entre otros. Dichos cursos se le pueden ofrecer a los miembros del clúster gratuitamente o a precios descontados.

## Acceso a banco de datos sobre el destino y el sector, en base a estadísticas y estudios realizados

- La recopilación de datos e investigaciones es vital para un clúster. Estudios del destino turístico o del sector (estudios de mercado, viabilidad, datos de ingreso y perfil de turistas, etc.) pueden ser ofertados a los miembros de la organización como herramientas útiles. El clúster puede establecer una biblioteca física de información o mejor aún, ingresar esta información de modo electrónico en una página web para el uso de sus miembros.

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Cenas-Almuerzos (Descuentos)

- El clúster puede ofrecer descuentos a sus miembros a conferencias, charlas, cenas-almuerzos, entre otras actividades que sirvan para enriquecer el conocimiento de los actores del destino y que a la misma vez funcionen como actividades de socialización entre ellos.

## Cursos y Talleres de Capacitación

- De acuerdo a las necesidades de los actores del destino y sus respectivas empresas y organizaciones, el clúster puede brindar cursos y talleres que eleven la competitividad de la región.

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Descuentos

- El clúster puede gestionar descuentos con las empresas locales (suplidores, proveedores y otros miembros del clúster) para ser ofertados a los miembros del clúster. Por ejemplo:
  - Descuento en anuncios o publicaciones en los periódicos o revistas de turismo local
  - Descuento en ferreterías, supermercados, empresas de construcción, empresas de servicios profesionales, entre otros. Estos servicios pueden ser utilizados por casi todos los actores del destino turístico y estas oportunidades funcionan como métodos de enlace y encadenamiento entre los actores del destino.
  - Descuentos a través de empresas internacionales con interés de adquirir clientes de su destino. Por ejemplo, estas organizaciones de re nombre han mostrado interés en auspiciar las iniciativas de los clústeres y están dispuestos a ofrecer descuentos a sus miembros:
    - The International Ecotourism Society. Organización reconocida mundialmente por promocionar el turismo sostenible. ([www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org))
    - Travel Media Source (ATMS). Agencia de relaciones publicas turísticas. Véase la página de ATMS para más información de los servicios que ofrecen. ([www.atms.com](http://www.atms.com))
    - Adventure Travel Trade Association (ATTA) que asocia a empresas turísticas de aventura. ATTA es una organización enfocada en promover el turismo aventurero a nivel mundial. (<http://www.adventuretravel.biz>)
    - The George Washington University, Instituto Internacional de Estudios en Turismo (IITS). Institución académica que provee cursos de turismo en línea. (<http://www.gwutourism.org/iits>)

# Catalogo de Posibles Beneficios

## Regalos

- Separadores de libros o tarjetas postales con sugerencias para viajeros responsables los cuales puede distribuir a sus miembros y que los mismos hagan disponible en sus empresas

## OTROS...

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

# Catalogo de Beneficios



- Oportunidad de expandir su **red de contactos** nacional e internacional
- Oportunidades de **promoción** tanto individual como en conjunto en los Centros de Información, *pagina web* del destino, mediante nuestros aliados internacionales, entre otros
- **Apoyo técnico** y acceso a recursos para el desarrollo de iniciativas de turismo sostenible
- Acceso a servicios en nuestros **Centros de Información** del destino
- **Página promocional** en el Directorio Turístico de los Centros de Información Turística
- Acceso a alquiler de **espacio publicitario** en los Centros de Información Turística
- **Boletines de Información** regulares con noticias del sector y de la organización
- Acceso a **investigaciones** valiosas del mercado y del sector
- Acceso a una **Guía Empresarial** para establecer empresas turísticas
- **Descuentos de promoción en revistas de turismo**, servicios de relaciones públicas y  **cursos de capacitación** de instituciones internacionales
- **Beneficios y descuentos especiales** con empresas/negocios del destino

## Próximamente

- **Descuentos** en la compra de espacio promoción en la Guía Turística del Destino La Romana
- Acceso a un **portal de comunicación** exclusivo para miembros del CTRB
- Separadores de libros o tarjetas postales con **sugerencias para viajeros responsables**

Material Para Su  
Programa de Membresía

**Diseñe un  
Catalogo de Beneficios de Membresía**

Esta etapa ayudará a contestar las preguntas “¿Que queremos de nuestros miembros?”, como también ayudará en la preparación para recibir a los mismos.

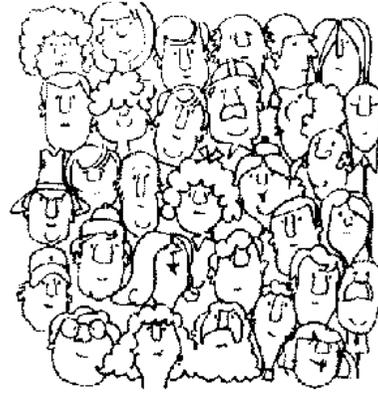
## **PROPUESTA DE PERFIL, CATEGORIAS & REMUNERACIÓN DE LOS MIEMBROS**

## El perfil de los miembros deseados

Antes de generar un listado de posibles miembros, es importante identificar el perfil general de los miembros deseados

- ¿Desean contar con las empresa turísticas del destino? (hoteles, restaurantes, atracciones, etc.)
- ¿O van a expandir la base de miembros a que se incluyan todas los miembros de la cadena de valor turística? (supermercados, farmacias, etc.)
- ¿Se le va a dar la bienvenida como miembro a todo el que entre por la puerta?

## ¿A quienes debemos de reclutar como miembros?



Piensen cuidadosamente en los miembros que quieran reclutar.

Revisen los objetivos de su Cluster y de los programas que lo componen.

Identifiquen que tipo de empresas, o individuos son necesarios para alcanzar estas metas.

**El Mercado Objetivo:  
Sus Miembros**

- Forman parte de la base de constituyentes que el Cluster tiene interés en representar o que lo representen
- Se identifican con los objetivos y metas de el Cluster
- Apoyan y quieren trabajar por su causa
- Tienen destrezas y experiencias que ayudaran a realizar el trabajo del Cluster
- Tienen poder de influenciar y pueden atraer a otros miembros a unirse al Cluster

# Miembros



## Antes

- El Plan de Membresía incluía a supermercados, ferreterías, viveros, etc. como posibles miembros

## Después

- No se descarta la posibilidad de que en un futuro se sumen empresas que conformen la cadena de valor turística amplia. Sin embargo, al momento, la estrategia de membresía se enfoca en atraer a las **EMPRESAS y ORGANIZACIONES TURISTICAS** del Destino para mantener los esfuerzos claros y enfocados.

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Cuál es el *Perfil de Miembros* deseados para el Programa de Membresía de su Cluster?

# **Categorías/Clasificación de Membresía**

# Evaluar las Diversas Clasificaciones de Membresía

Hay un sin número de maneras de estructurar las clasificaciones, rangos y cuotas de membresía.

Todas tienen el potencial de ser efectivas siempre y cuando se ajusten a las necesidades de la organización y sus miembros.

*Ver Documento “Ejemplos de Estructura de Tarifa” (Inglés & Español)*

Estructura de Membresía para OMD (DMO)  
Muy Sencillo

---

Categoría	Tarifa
Alojamiento, Excursión, Transporte	\$373
Atractivo, Restaurante, Tiendas	\$128

---

## Estructura de Membresía para OMD (DMO) Muy Sencillo

---

Categoría de Membresía	Tarifa
Individuos	\$200
Proveedores de Alojamiento	
Menos de 10 cuartos	\$300
10 + cuartos	\$500
Miembros de todas las otras categorías	\$300

---

## Estructura de Membresía para OMD (DMO) Por Clasificación

---

Hoteles (mas de 20 cuartos)	\$10,500 RD
Hoteles (1-20 cuartos)	\$7,000 RD
Restaurantes	\$3,500 RD
Proveedores de Tours	\$7,000 RD
Empresas Turisticas Comunitarias	\$1750 RD
ONG's enfocadas en la Conservación	\$0 RD

---

\*\*\* Cuotas Anuales. Para promover la membresía al DMO, el pago de tarifa de membresía puede ser pagado a través de servicios complementarios por la cantidad especificada. Por ejemplo, un hotel pequeño puede darle al DMO un cupón de 2 cuartos gratis equivalente a \$US 200 para cubrir los costos de membresía. El DMO puede utilizar esto para FAM/press trips o para vender directamente a turistas con el fin de generar ingresos para la organización. \*\*\*

## Estructura de Membresía para OMD (DMO) Por Tamaño

---

Empresas u Organizaciones grandes:	\$12,000 RD
Instituciones Gubernamentales:	\$12,000 RD
Empresas u Organizaciones medianas:	\$6,000 RD
Empresas pequeñas, Fundaciones y Asociaciones pequeñas:	\$3,000 RD
Individuales:	\$3,000 RD

---

## Estructura de Membresía para OMD (DMO) Por Clasificación de Sector, Tamaños y Ubicación

Categoría A (£185.00 + Impuesto)  
Categoría B (£235.00 + Impuesto)  
Categoría C (£315.00 + Impuesto)  
Categoría D (£573.00 + Impuesto)  
Categoría E (por negociación)

*Precios Determinados por tamaño y  
ubicación*

### **Alojamiento**

Hoteles en el centro de la Ciudad (E)

Hoteles fuera de la ciudad con mas de 50 cuartos (C)

Hoteles fuera de la ciudad con 20-50 cuartos(B)

Hoteles/Hostales fuera de la ciudad con menos de 20  
cuartos 20 bedrooms (A)

## Estructura de Membresía para OMD (DMO) Por Clasificación de Sector, Tamaño y Rango Interno

Tipo de Negocio	Tarifa Anual	Nivel
<b>Alojamiento:</b>		
Hasta 3 cuartos	49.50	Asociado
4-10 cuartos	79.50	Asociado
11-20 cuartos	150.00	Bronce
21-50 cuartos	250.00	Plata
Sobre 50	500.00	Oro
<b>Inversionistas:</b>		
Hasta 3 propiedades	49.50	Asociado
4-10 propiedades	79.50	Asociado
11-30 propiedades	150.00	Bronce
31-50 propiedades	250.00	Plata
Sobre 50 propiedades	500.00	Oro
<b>Atracciones y Excursiones:</b>		
Hasta 20,000 visitas anuales	49.50	Asociado
20,001-50,000 visitas anuales	79.50	Asociado
50,001-75,000 visitas anuales	150.00	Bronce
75,001-100,00 visitas anuales	250.00	Plata
Sobre 100,001 visitas anuales	500.00	Oro

## Tabla Comparativa

### Tipos de Membresía y Planes de Suscripción al Sitio en Internet (Estos planes se encuentran sujetos a cambios sin previo aviso)

Beneficios & Servicios	Viajero Web	Adjunto		Afiliado	Afiliado Especial	Institucional & Profesionales Independientes	Regulares
		* TUR	* RHT				
<b><sup>1</sup> Sujeto a Costo Anual:</b>		✓	✓	✓	✓	✓	✓
<sup>2</sup> Requiere Depósito Inicial y Ahorro Anual Mínimo en la Cooperativa			✓			✓	✓
<sup>3</sup> Posibilidad de Pago Mensuales			✓			✓	
<b>Derechos:</b>							
- Voz & Voto en Asambleas Plenarias						✓	✓
- Ser elegido como directivo							✓
- Ser elegido en comisiones & delegaciones		✓		✓	✓	✓	✓
- Voz, Voto & Elección en Asamblea Adjuntos		✓					
- Voz, Voto & Elección en Asamblea Afiliados				✓			
- Voz, Voto & Elección en Asamblea Afiliados E especiales					✓		
<b>Link ODTS</b>		✓		✓	✓	✓	✓
<b>Publicaciones:</b>							
- Visualizar Notas de Prensa	✓	✓		✓	✓	✓	✓
- Publicar Notas de Prensa				✓	✓	✓	
- Visualizar E scritos	✓	✓		✓	✓	✓	✓
- Publicar Escritos para la Industria		✓		✓	✓	✓	✓
- Publicar Escritos para los Viajeros		✓					✓
- Visualizar la Galería Multimedia	✓	✓		✓	✓	✓	✓
- Publicar en la Galería de Medios	✓	✓		✓	✓	✓	✓
<b><sup>4</sup>Asistencia &amp; Asesoría Preferencial</b>		✓		✓	✓	✓	✓
<b>Páginas Informativas</b>	✓	✓		✓	✓	✓	✓

Tarifas de Membresía por Actividad turística ( Valores expresados en Dólares EUA )

<b>Organizaciones</b>	<b>Organismos Internacionales</b>	<b>Gubernamentales</b>	<b>Comunitarias</b>	<b>Deportes y Ocio</b>	<b>Cooperación</b>	<b>Espirituales</b>
	100.00	100.00	10.00	50.00	10.00	25.00
	<b>Salud</b>	<b>Educativas</b>	<b>Representativas</b>	<b>Sectoriales Turismo</b>		
	25.00	25.00	50.00	100.00		
<b>Recursos Humanos</b>	<b>Profesional libre</b>	<b>Profesional libre Especializado</b>	<b>Empleado de línea</b>	<b>Gerencia Media</b>	<b>Gerencia Alta</b>	<b>Profesional líder en el Sector</b>
	50.00	75.00	5.00	25.00	50.00	200.00
<b>Educación, Información &amp; Asistencia</b>	<b>Estructura &amp; logística educativa</b>	<b>Ciencia &amp; Investigación</b>	<b>Entidad Educativa</b>	<b>Investigación Comercial</b>	<b>Inversión &amp; Consultoría</b>	
	100.00	150.00	200.00	250.00	300.00	
<b>Agentes &amp; Tour Operadores</b>	<b>Guías Locales</b>	<b>Guías Regionales</b>	<b>Guías Nacionales</b>	<b>Agencia de Viaje</b>	<b>Tour Operador</b>	
	10.00	50.00	75.00	125.00	250.00	
<b>Alojamiento</b>	<b>Representaciones</b>	<b>Campamentos</b>	<b>Vivienda No Turísticas</b>	<b>Vivienda en Régimen Turismo</b>	<b>Temático</b>	<b>Albergue</b>
	500.00	100.00	50.00	75.00	200.00	100.00
	<b>Motel</b>	<b>Pensión</b>	<b>Apartahotel</b>	<b>Hostal</b>	<b>Hotel</b>	<b>Complejo</b>
	200.00	100.00	200.00	250.00	500.00	1,000.00
	Complejo Villas					
	200.00					
<b>Cruceros Marítimos</b>	<b>Yates Motorizados</b>	<b>Veleros</b>	<b>Minicrucero</b>	<b>Crucero</b>	<b>Empresa Naviera</b>	
	250.00	200.00	500.00	1,000.00	1,500.00	
<b>Transportación</b>	<b>Cía Taxis</b>	<b>Renta Vehículos</b>	<b>Empresa Autobuses</b>	<b>Cía. Líneas Aéreas &amp; Marítimas</b>	<b>Puerto Aéreo &amp; Marítimo</b>	
	150.00	250.00	500.00	1,000.00	1,500.00	
<b>Lugares Interés &amp; Atracciones</b>	<b>Área Natural</b>	<b>Área Cultural &amp; Históricas</b>	<b>Teatro</b>	<b>Galería</b>	<b>Bar</b>	<b>Casino</b>
	100.00	150.00	200.00	250.00	250.00	1,000.00
	<b>Catering</b>	<b>Para llevar</b>	<b>Cafetería</b>	<b>Típica/Criolla</b>	<b>Rápida</b>	<b>Cafés</b>

## Material Para el Taller

Utilizando los ejemplos anteriores evalúe como quiere clasificar/categorizar a sus miembro y organice una estructura de categorías indicando si cada categoría tiene derecho a voz, voto, acceso a beneficios, participación en la directiva, y que tipo de remuneración se le asignara (en especie o liquido)

# **Tarifas de Membresía**

# Evaluar las diversas modalidades de Estructuras de Tarifa de Membresía

## Membresía Gratuita

- Los miembros llenan una solicitud, se aprueban y se convierten en miembros

## Contribución Voluntaria

- Se exhorta a los miembros a pagar pero no es requisito hacerlo

## Membresía Pagada – Renovada Anualmente

- Los miembros pagan una tarifa anualmente. Determinen quienes puede pagar y preparen otros términos para empresas de interés pero sin los recursos para pagar
- Si eligen este sistema necesitan un proceso clara de como se gestionaran las renovaciones
- Tendrán que implementar un sistema de recordatorio y cobro y método de eliminar la membresía de aquellos que no paguen.

# Evaluar las diversas modalidades de Estructuras de Tarifa de Membresía

## Membresía Pagada – Contribución Mensual

- Miembros pagan una cantidad pequeña todos los meses
- Este requiere de mucho personal administrativo para mantenerlo al día

## Membresía Pagada – Un solo pago

- Los miembros realizan un pago que justifica su membresía de por vida.
- La membresía se termina cuando el miembro se retira o es expulsado

## Membresía Automática

- Personas/empresas o instituciones se convierten miembros del Cluster de manera automática por la naturaleza de el tipo de empresa o región.
- No hay cuotas de membresía o sistema de manejo.

Material Para Su  
Programa de Membresía

Elija que modalidad de tarifa de membresía  
desea implementar

# Formula para definir las tarifas



# Disponibilidad a Pagar

Realizar una encuesta es la manera mas sencilla y eficaz de identificar la disponibilidad a pagar de los posibles miembros

*Ver Documento  
“Encuesta Disponibilidad a Pagar”*

¿Que termino define mejor la razón de ser de su empresa u organización? (Favor circule uno)

---

Alojamiento

Restaurant

Tienda

Institución  
Académica

Atracción

Excursión

Tour Operador

Transportista

Individuo

ONG

Gobierno

Fundación

Inversionista

Empresa  
Comunitaria

Artesano

Agencia de viaje

Otro: \_\_\_\_\_

---

¿Debería de haber una diferenciación en el nivel de cuotas dependiendo del tamaño de la empresa u organización?

SI / NO

Las cuotas de Membresía serán cobradas anualmente con el fin de cubrir una porción de los gastos del Clúster del siguiente año.  
¿Cual es la cantidad máxima que usted estaría dispuesto/a pagar anualmente para ser parte del Programa de Membresía y disfrutar de los beneficios antepuestos?

\$ \_\_\_\_\_

\*\*\* Es necesario adjuntar un listado de los beneficios que se otorgaran para que le asignen valor a la oferta \*\*\*

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Cuales son las necesidades financieras del Cluster?

¿Cuanto dinero debe de generar el Programa de Membresía anualmente según presupuestado?

¿Cuál es la disponibilidad a pagar de sus posibles y actuales miembros?

Material Para Su  
Programa de Membresía

Utilizando los ejemplos mostrados en la sección de “Categorías de Membresía” lo los ejercicios de esta sección, asigne un rango de tarifas de membresía a las categorías propuestas

Es importante identificar la plataforma que desarrollará el Custer para involucrar a sus miembros una vez se sumen a la organización.

## **PROPUESTA PARA LA ORGANIZACIÓN DE LOS MIEMBROS**

## **¿Como se organizarán los miembros?**

Para aprovechar al máximo el aporte que pueden realizar los miembros, es necesario presentar una estructura que permita el flujo de ideas y donde los miembros se sientan entes activos e importantes del Cluster.

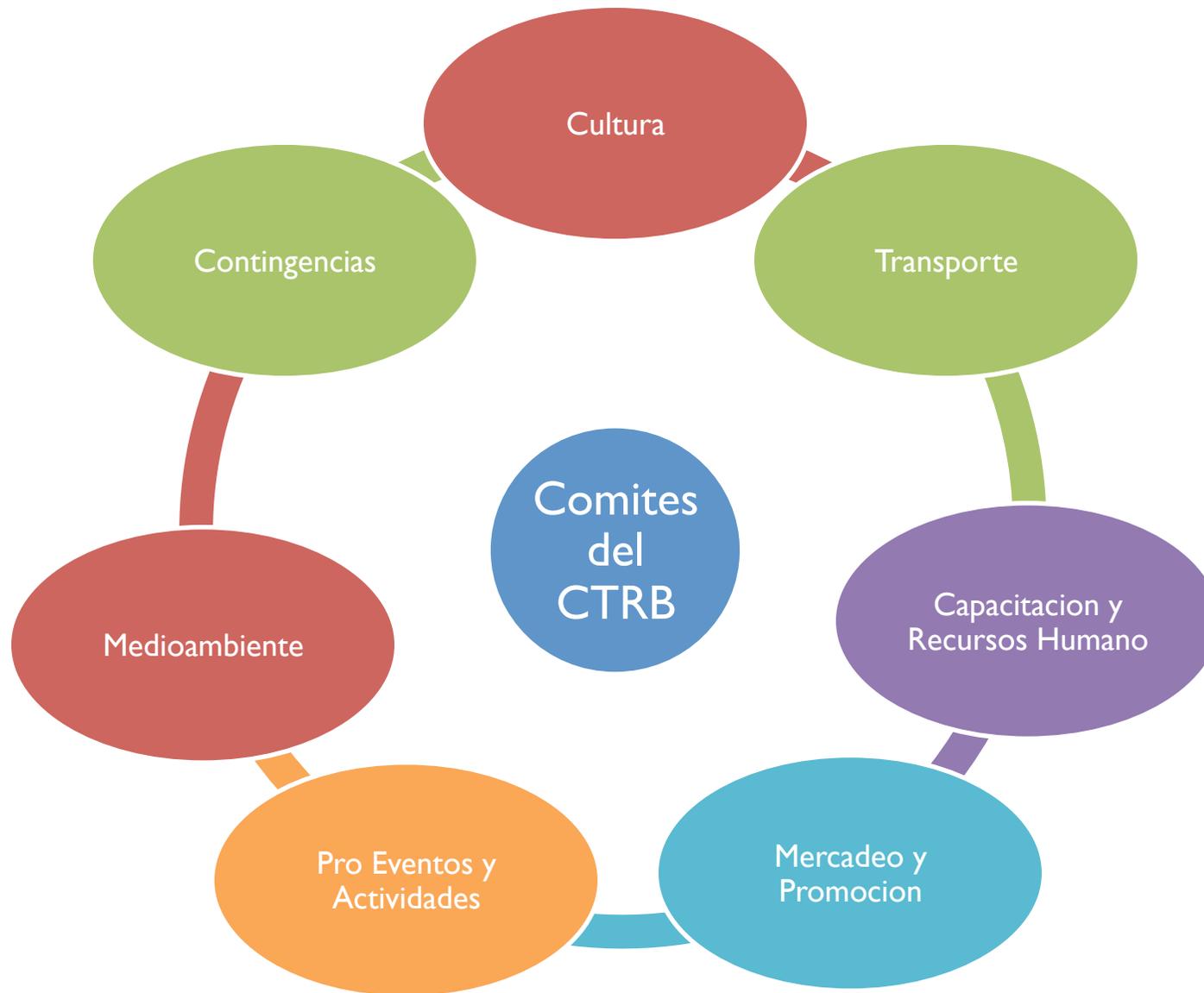
¿De que manera contemplan organizar a los miembros que se unan al Cluster?

# Organizacion de Miembros

- Con el fin de proveerles un canal para mantenerse activos e involucrados en el Cluster, y para lograr la realización de las metas y objetivos del mismo, es necesario identificar que estructura interna se establecerá donde los miembros se puedan desempeñar.
- Mesas de Trabajo, Comités Temáticos, Actividades Temáticas no regulares (los miembros indican cuales son sus áreas de interés/especialidad, y se le convoca a la actividad puntual)

## Organizacion de Miembros

- ¿Quien esta encargado/a de convocar a estos miembros para que participen en la estructura propuesta?
- ¿Como se le dará seguimiento al trabajo elaborado por estos miembros?
- ¿Como se delegan las metas/objetivos del Cluster a estos grupos de trabajo?



## Material Para Su Programa de Membresía

Revisar la estructura de organización de miembros actual o formular una nueva.

*¿Con la actual estructura se están viendo resultados?*

*¿Los miembros están/estarían dispuestos a sumarse a estos grupos?*

*¿Como mejorar el funcionamiento de la de organización de Membresía?*

Durante esta etapa se elaboran todas las pautas para el proceso de reclutamiento de membresía

**PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MIEMBROS**

## **Equipo de Responsables**

Contemplando la participación de diversos individuos del Cluster en la implementación del Programa de Membresía, es necesario realizar un análisis breve de los compromisos y tareas actuales de los empleados e involucrados en el Cluster, como también la disposición a participar en el Programa.

Material Para Su  
Programa de Membresía

Ver Documento  
*“Sugerencias de Descripción de Responsables”*

Redactar un breve descripción de cada uno de los involucrados en la implementación del Programa de Membresía que contemple los siguientes puntos:

Listado de actuales tareas, responsabilidades y compromisos de todos los empleados e involucrados en el Cluster

Evaluar cual es la disponibilidad de los mismos para asumir responsabilidades del Programa de Membresía y sus experiencias /destrezas útiles para este propósito

# Listado de Posibles Miembros

## Material Para Su Programa de Membresía

En base a el perfil deseado de los miembros, y las clasificaciones/ categorías asignadas a los mismos dentro de la Estructura de Tarifas, comience a generar un listado de posibles miembros ubicándolos en sus respectivas categorías

Tipo de Clasificación	Detalle de Negocio	Nombre de Empresa	Membresía Anual

# Antes de que su equipo comience a reclutar miembros...

Antes de comenzar a reclutar miembros es necesario tener una estrategia apropiada:

- Nunca se debe de perder de vista quienes son los “miembros objetivos”
- Establezca metas de cuantos miembros desean adquirir y en cuanto tiempo
- Establezca incentivos que motiven al personal a esmerarse
- Los individuos que estarán realizando el reclutamiento deben de entender claramente cuales son los objetivos de la organización y lo que pueden decir para persuadir a los miembros
- Establezca los mejores días, horas y métodos de reclutamiento
- Redacte un plan de acción y presupuesto

# Estrategias de Reclutamiento

## Convocatorias y Eventos Grandes

- Organización de Eventos Temáticos
- Convocatoria a Presentaciones Especiales

## Promoción y Contacto con los Medios

- Notas de Prensa
- Compra de Espacios Publicitarios

## Acercamiento a Contactos Actuales

- Visitas Cortas & Reuniones Formales

## Reuniones con Nuevos Contactos

- Reuniones Formales

¿¿¿OTRAS???

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Cuales son las estrategias que consideran mas viables y efectivas en su destino?

## **Establezca el Proceso de Reclutamiento**

- Visualice el proceso de reclutamiento en su totalidad y contemple todos los actores involucrados, material necesario y seguimiento apropiado.
- Seguir estos pasos de manera constante ayudara a estandarizar el proceso de reclutamiento y asegurar su eficiencia.

# Proceso de Reclutamiento



Establecer responsabilidad de primeros contactos entre los miembros de la Junta

Cada miembro de la Junta informara a el Coordinador de Desarrollo Institucional el calendario de visitas/ encuentros para acompañar (de ser necesario) o para estar al tanto del tipo de acercamiento que se desea realiza.

Coordinador de Desarrollo Institucional proveerá a los miembros de la Junta todos los insumos necesarios para reclutamiento de miembros

# Proceso de Reclutamiento



Luego del encuentro/visita con el posible miembro (realizado por el miembro de la Junta), el Coordinador dará seguimiento al mismo proveyendo mas información por vías electrónicas o por teléfono (o visita personal de ser necesario) y dará seguimiento a la solicitud de la Membresía

Una vez recibida toda la información de la solicitud, el Clúster debe de aprobar la Membresía en una reunión de la Junta Ejecutiva de acuerdo a los criterios establecidos en sus respectivos estatutos. (La Junta Ejecutiva debe de realizar el proceso de aprobación de Membresía como primer tema de cada reunión convocada)

# Proceso de Reclutamiento



Luego de aprobar la Membresía del nuevo integrante, el Coordinador de Desarrollo Institucional le informara oficialmente al nuevo miembro del Clúster y le brindara un Paquete de Bienvenida.

Una vez sea tiempo de cobrar Membresía, el Coordinador de Desarrollo Institucional coordinara con el Contable para hacer llegar las notificaciones/comunicaciones necesarias para dejar saber las tarifas requeridas y recordar al miembro los beneficios que tendrá a cambio.

## Sugerencias Claves

No dejen que sus contactos se “enfrien”. Una vez gestiona un contacto preste seguimiento inmediato. Si transcurre un lapso de tiempo entre el momento que ocurre el contacto inicial y el momento en que le brinda seguimiento el posible miembro perderá interés.



## Sugerencias Claves



Mantenga a su equipo motivado. Otorgue incentivos por buen desempeño y cada miembro adquirido. Reclutar nuevos miembros no es tarea fácil y puede ser agotadora. Si mantiene a su equipo motivado y enfocado en los objetivos asignados, su equipo rendirá mayores resultados.

## Sugerencias Claves

Incluya notas personales en los comunicados a los posibles y actuales miembros. Estas notas personales le dejan sentir al miembro que es apreciado por su Cluster y tiene un espacio de importancia en la organización.



## Sugerencias Claves

- ¡¡¡ESCUCHE!!!

Usted tiene mucho que comunicar a cerca del Programa de Membresía y de su Cluster. SIN EMBARGO, es aun mas importante entender los intereses y necesidades de sus posibles miembros para poder ajustar sus iniciativas a ellos. Use la siguiente regla para toda discusión con sus miembros:



## Sugerencias Claves

- Utilice a sus nuevos miembros como parte del equipo de reclutamiento.

Sus nuevos miembros serán los mas motivados de la institución. Utilice esa energía positiva y pídale a los nuevos miembros que le brinden contactos adicionales de empresas o individuos que puedan estar interesados en el Programa de Membresía.  
¡Sumen a estos nuevos miembros a su equipo!

# ¿Que Hacer y No Hacer al Reclutar?

**Cosas que debemos hacer**

**Cosas que no debemos hacer**

## Criterios & Proceso De Aprobación

¿Aceptarán a todo el que le solicita y tiene recursos para pagar o necesitan un proceso de depuración?

- Los estatutos son un excelente punto de partida para comenzar con la elaboración de estos criterios.
- ¿La Junta Ejecutiva o Directores serán parte del proceso de aceptación de miembros o el encargado del Programa tiene la autoridad para asumir este proceso?

Material Para Su  
Programa de Membresía

¿Qué indican los estatutos en cuanto a la aceptación de nuevos miembros?

¿Cuales son los requisitos legales que necesitan las empresas/organizaciones para ser parte del Cluster?

## **Metodos de Pago & Gestion de Cuenta**

- Es importante mantener una contabilidad organizada de los ingresos de membresía.
- Es también importante identificar cuales van a ser las diversas modalidades de pago que le proveerá a sus miembros para gestionar el pago de su membresía.

# Métodos de Pago



A continuación le brindamos las diversas opciones para realizar su pago:

Mediante Deposito Directo a la cuenta del **Cluster Turístico de La Romana-Bayahibe** en el **Banco Popular Dominicano**, Cuenta Corriente n° xxx.xxxxx.x.  
Favor notar su nombre y el de su empresa en el depósito para poder identificar su pago en el registro de cuenta.

Mediante envío o entrega de cheque a nombre del **Cluster Turístico de La Romana Bayahibe**. A nuestras oficinas ubicadas en:

Xxxxxxxxxxxx

Xxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxx

Mediante pago en efectivo directamente a nuestras oficinas en la dirección antepuesta.

Para cualquier otra modalidad de pago que se ajuste a su conveniencia favor contactarnos y con gusto le ayudamos a gestionarlo.

## Material Para Su Programa de Membresía

Enumere las opciones de modalidad de pago que le hará disponible a sus miembros para efectuar el Pago de las Tarifas de Membresía (si aplica)

También enumere los pasos que tiene que tomar el Cluster para facilitar ese proceso (Abrir cuenta de Banco separada, Abrir Buzón de Correo, etc.)

Durante esta etapa se elaborarán todos los materiales que asistan con la comunicación de los principios y componentes del Programa de Membresía.

**DESARROLLO DE INSUMOS DE APOYO**

## Promoción Para Brindar Visibilidad al Programa de Membresía

- Es necesario desarrollar una marca o imagen del Cluster si aun no se ha desarrollado. Esto asistirá con el proceso de reconocimiento de los esfuerzos por parte de los posibles miembros.

*Ver Documento  
"Manual de la Marca CTRB"*

## LOGOTIPO



## COLORES

	<b>Azul oscuro:</b>	R 36 - G 46 - B 97 C 94 - M 91 - Y 26 - K
	<b>Azul claro:</b>	R 60 - G 80 - B 166 C 84 - M 73 - Y 0 - K 0
	<b>Rojo:</b>	R 225 - G 69 - B 57 C 3 - M 84 - Y 77 - K 0
	<b>Amarillo:</b>	R 225 - G 222 - B 89 C 1 - M 11 - Y 73 - K 0

## LEMA

### JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO LA ROMANA

Cuando sea posible, el lema debe ser usado en conjunción con el logotipo con el fin de aclarar el objetivo de la entidad.

## TYPOGRAFÍA

<b>TÍTULO 1</b>	<b>TRAJAN PRO 14PT NEGRITA, AZUL CLARO</b>
<b>TÍTULO 2</b>	<b>TRAJAN PRO 14PT NEGRITA, AZUL OSCURO</b>
<b>Subtítulo</b>	<b>Gill Sans MT 11pt negrita, gris</b>
<b>Texto regular</b>	<b>Gill Sans 11pt regular, negro</b>

El tamaño de las fuentes descritas es para texto estándar, para utilizarse en cartas o en tarjeta. Las fuentes pueden ser ampliadas si así lo desea para su uso en carteles, folletos o volantes.

## CARTA 8,5 x 11 PULGADAS CON Y SIN MARCO DE AGUA "TIJERETA"





## CLUSTER TURISTICO DE LA ROMANA-BAYAHIBE

Plaza Comercial La Estancia #28,  
Carretera La Romana-Bayahibe,  
km 121-2 La Altagracia, Rep. Dom.

Tel: 829-528-9112  
Email: [info.CTRB@gmail.com](mailto:info.CTRB@gmail.com)  
[www.turismodt.org/CTRB](http://www.turismodt.org/CTRB)  
[www.exploralaromana.com](http://www.exploralaromana.com)

JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO LA ROMANA



## CLUSTER TURISTICO DE LA ROMANA-BAYAHIBE

**Carla G. Campos**  
Coordinadora de Desarrollo Institucional

Tel: 829-663-6839  
Email: [carla@info.CTRB@gmail.com](mailto:carla@info.CTRB@gmail.com)  
[www.turismodt.org/CTRB](http://www.turismodt.org/CTRB)  
[www.exploralaromana.com](http://www.exploralaromana.com)

JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO LA ROMANA



## CLUSTER TURISTICO DE LA ROMANA-BAYAHIBE

**Genessa Fontanella**  
Supervisora  
Centro de Información Turística

Tel: 829-528-9112  
Email: [info.CTRB@gmail.com](mailto:info.CTRB@gmail.com)  
[www.turismodt.org/CTRB](http://www.turismodt.org/CTRB)  
[www.exploralaromana.com](http://www.exploralaromana.com)

JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO LA ROMANA

POSTALES & NOTAS  
DE AGRADECIMIENTO  
148MM X 105MM



INVITACIÓN  
TARJETA DE GRACIAS



# BOLETÍN INFORMATIVO

## 17 PULGADAS X 11 PULGADAS, PLEGABLE



**PRÓXIMOS EVENTOS**  
 -Curso profesionalización Gestión de Recursos Humanos - Octubre 2019  
 -Curso de Gestión de Recursos Humanos - Noviembre 2019  
 -Curso de Gestión de Recursos Humanos - Diciembre 2019  
 -Curso de Gestión de Recursos Humanos - Enero 2020  
 -Curso de Gestión de Recursos Humanos - Febrero 2020

Toda información sobre los cursos y sus costos puede consultarse en el sitio web de la institución: [www.cesprece.com](http://www.cesprece.com)



**CLUSTER TURÍSTICO DE LA ROMANA-BAYAHIBE**

**EN ESTA SEMANA**

Reserva de \$1  
 Reserva de \$2  
 Reserva de \$3  
 Reserva de \$4  
 Reserva de \$5

**APERTURA DE DOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**  
 Los centros de información turística estarán en las zonas de desarrollo urbano y turístico de la zona de desarrollo urbano de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, para dar servicio a los turistas que visitan la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.

El primer centro de información turística se encuentra en la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, para dar servicio a los turistas que visitan la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.

El segundo centro de información turística se encuentra en la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, para dar servicio a los turistas que visitan la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.

**LA ROMANA CELEBRA EL DIA GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE**

El pueblo de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, celebró el Día General del Medio Ambiente el día 5 de junio de 2019.

El evento se celebró en el Centro Cultural de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, y contó con la participación de los representantes de las instituciones de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.

**LA ROMANA CELEBRA EL DIA GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE**

El pueblo de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, celebró el Día General del Medio Ambiente el día 5 de junio de 2019.

El evento se celebró en el Centro Cultural de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, y contó con la participación de los representantes de las instituciones de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.



**¿CÓMO SER EL PROPIETARIO?**

Este es un derecho de propiedad que se adquiere por el hecho de haberse inscrito en el Registro de la Propiedad.

- Derecho de propiedad
- Obligación de pagar impuestos



**LA ROMANA CELEBRA EL DIA GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE**

El pueblo de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, celebró el Día General del Medio Ambiente el día 5 de junio de 2019.

El evento se celebró en el Centro Cultural de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, y contó con la participación de los representantes de las instituciones de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.

**LA ROMANA CELEBRA EL DIA GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE**

El pueblo de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, celebró el Día General del Medio Ambiente el día 5 de junio de 2019.

El evento se celebró en el Centro Cultural de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, y contó con la participación de los representantes de las instituciones de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.

**LA ROMANA CELEBRA EL DIA GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE**

El pueblo de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, celebró el Día General del Medio Ambiente el día 5 de junio de 2019.

El evento se celebró en el Centro Cultural de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe, en el municipio de Bayahibe, provincia de San Pedro de Macorís, y contó con la participación de los representantes de las instituciones de la zona de desarrollo urbano y turístico de Bayahibe.

## LOGOTIPO - MIEMBRO ASOCIADO LOGOTIPO - MIEMBRO CERTIFICADO



Este logo se provee en versión electrónica e impresa para que los miembros de la entidad lo puedan utilizar para mostrar su afiliación al CTRB en cualquier material promocional o institucional



El CTRB manejará un Sello de Calidad Turística. Este logo será utilizado para identificar las empresas certificadas bajo este programa.

PROGRAMA  
DE MEMBRESÍA



JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE  
EN EL DESTINO DE LA ROMANA

# Desarrollar Presentaciones para Reclutar Miembros

*Ver Documento  
“Presentación Membresía Genérica”*

# Desarrollar Carpeta de Reclutamiento

Brochure

Solicitud

Boletín Informativo

Tarjetas de  
Presentación

Beneficios

Ejemplos de  
Beneficios (mapas,  
*screenshot* pagina  
internet, etc.)

Hoja de Datos  
General

CD Promocional

Cuotas

# Desarrollar Carpeta de Reclutamiento

Ver Documentos en Carpeta  
“Modelos de Carpeta de Reclutamiento”

100% GOLD COAST  
100% GOC

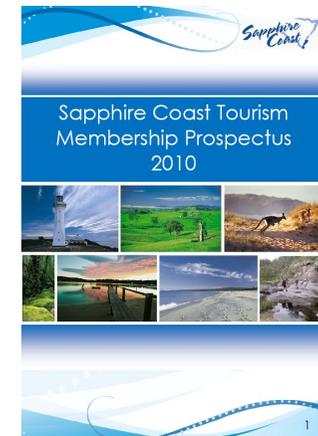
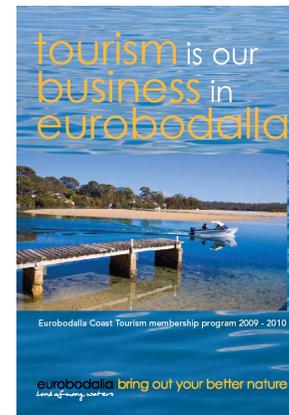
## GOLD COAST TOURISM MEMBERSHIP PACKAGES 2010

When making your choice, please be aware that it is essential to choose an address within the GOC (covered) or GOC-Accessible option to achieve your membership. Additional membership options and benefits are available once either of the above has been purchased.

### Why Accessible - Gold Coast Tourism Associate Member - \$275pa

This package is designed for members who do not meet the categories determined by the available Tourism Code (non-household) reports. These may include individual tourists or business support services such as events companies. Benefits of this membership package include:

- Subscription to the Gold Coast Tourism Weekly E-Newsletter (Tourism Matters)
- Use of the Gold Coast Tourism Member Logo
- Invitations to Gold Coast Tourism Member Events and Product Development Workshops
- Access to the Gold Coast Tourism Image Library
- Basic Product Listing on [www.GoldCoast.com](http://www.GoldCoast.com)
- Web-based Access to Member Pages on [www.GoldCoast.com](http://www.GoldCoast.com)
- Voting Privileges at Gold Coast Tourism Decisions
- Access to Gold Coast Tourism staff for market advice



# Desarrollar Paquetes de Bienvenida

Certificado de  
Membresía

Logo

Beneficios

Información de  
Contacto

Información de  
Acceso

Nota Personal de  
Bienvenida

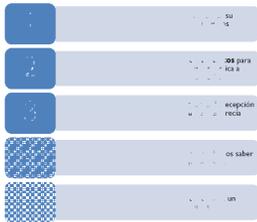
Instrucciones de  
como  
involucrarse

Formularios de  
Recopilación de  
Datos

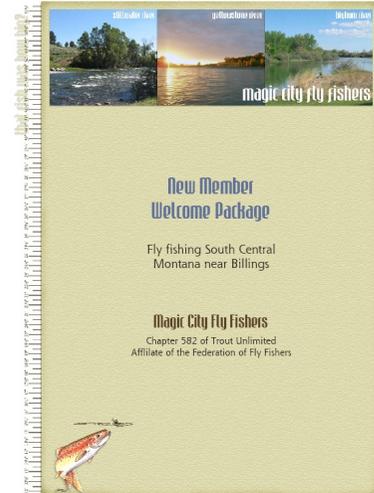
Factura

# Desarrollar Paquetes de Bienvenida

SOY MIEMBRO DEL CTRB...  
¿QUE DEBO DE HACER AHORA?



Ver Documentos en Carpeta  
"Paquetes de Bienvenida"



PLAZA COMERCIAL LA URBANITA #28,  
CARRETERA LA ROMANA BAYAHIBE KM 121 2 LA ALCAZARCA, REP. DOM.  
TEL: 829-529-9152 EMAIL: INFO.CTRB@MAIL.COM

Estimado Sr. xxx,

Es nuestro sentir que usted encontrará los programas y actividades del CTRB innovadores y un reflejo de los intereses comunes y las necesidades de su miembro. En adición a las oportunidades y beneficios que provee la membresía, encontrará una organización comprometida a representar los intereses de su empresa, los cuales entendemos reflejan la voz del Destino La Romana.

Hay una multitud de oportunidades para involucrarse en el CTRB, ya sea como participante o como líder. Le esforzamos a involucrar de manera activa a los miembros de su empresa en el CTRB y sus diversos comités. A la vez, no gatare conocer cuáles son las sugerencias para los programas, eventos, actividades o servicios los cuales usted, como representante de su empresa, cree el CTRB debe considerar.

Adjunto a esta carta encontrará un Paquete de Bienvenida que contiene los detalles y beneficios de la membresía, clasificación de cuota anual vigente, certificado de reconocimiento, calendario de eventos, entre otros. De tener cualquier duda o pregunta a cerca del CTRB o su membresía, sírvase en la libertad de comunicarse conmigo al 829-663-6839 o [membership@ctrb.com](mailto:membership@ctrb.com). Espero tener la oportunidad de darle la bienvenida de manera personal al CTRB muy pronto.

Un Cordial Saludo,

Carla G. Campos

Coordinadora de Desarrollo Institucional



BIENVENIDOS A NUESTRO  
PROGRAMA DE  
MEMBRESIA



JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE  
EN EL DESTINO DE LA ROMANA



Date

Dear \_\_\_\_\_

Welcome to the Bocas Sustainable Tourism Alliance (BSTA)

Our sincere thanks to you for joining BSTA Membership, an important initiative to enhance and promote the Bocas de Toró region to become a leading sustainable tourism destination. By becoming part of this progressive group that is at the leading edge of sustainable tourism in Panama, you will gain practical insight and numerous member benefits to help your business become more competitive.

We have received payment of \$ \_\_\_\_\_ US towards your \_\_\_\_\_ (membership category) \_\_\_\_\_ level membership for \_\_\_\_\_ (name of company) \_\_\_\_\_. Your membership has now been activated and is valid through Month Year. Your member ID number is 9001.

We would like to remind you of the following valuable member benefits that you should take note of:

**Make the Most of These Membership Benefits Starting Today**

- Member Logos** - the BSTA digital logo is made available for you to use on your marketing materials (website, brochures, posters, emails, etc) for as long as you remain a member of the alliance. Proudly displaying this logo will help to further legitimize your business and help attract more clients. If you additional have ideas about how to display the logo and bring greater awareness to travelers about the alliance, please let us know.
- Membership Certificate** you will receive this soon so please proudly display in your place of operation and showcase your affiliation with BSTA.
- Your Profile Promoted on the BSTA website and in the Visitor Information Center** - Please fill in the attached form to optimize marketing of your business/organization and information to reach as many prospective travelers as possible. This will also be distributed to tour operators in Costa Rica, Panama City and internationally.
- The Right to distribute your sales brochures** at the tourism information center. Please deliver approximately 200 to the center at your earliest convenience. The center officially opens on \_\_\_\_\_ Date \_\_\_\_\_.

**Additional Benefits**

- You will soon begin receiving our **BSTA e-Newsletters** at the email address you have provided. Our newsletters provide up-to-date information on industry trends and critical issues in sustainable tourism. Please let us know if you have any news about your projects or stories about sustainable tourism that you would like to share with other.



**JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE  
EN EL DESTINO LA ROMANA**



# LA ROMANA BAYAHIBE NEWS

ES MIEMBRO ASOCIADO DEL  
CLUSTER TURÍSTICO DE LA ROMANA-BAYAHIBE  
2010 - 2011

[WWW.EXPLORELAROMANA.COM](http://WWW.EXPLORELAROMANA.COM)

[WWW.TURISMOCDCT.ORG/CTRB](http://WWW.TURISMOCDCT.ORG/CTRB)

JUNTOS POR UN TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO LA ROMANA

En esta sección discutimos la importancia de darle seguimiento a nuestros nuevos miembros y los distintos métodos de evaluar nuestro éxito.

## **SEGUIMIENTO Y MONITOREO**

!!! Reclutar miembros es

SOLO el COMIENZO!!!

# Evitemos perder mas miembros de los que adquirimos...

- Muchas organizaciones pierden mas miembros mas rápido de lo que los adquieren:
  - Las reuniones son muy largas o la organización ocupa mucho de su tiempo
  - Los miembros solo escuchan a los lideres hablar
  - Pocos miembros del cluster tienen mucho poder y no exhortan la participación de otros
  - Nunca se les agradece a los miembros por su participación
  - La organización no tiene ningún proyecto en el cual se puedan sumar
  - Los miembros se sienten que no están recibiendo los beneficios prometidos

## Usualmente los miembros se motivan por lo siguiente...

- Los miembros usualmente le quieren sacar provecho a la oportunidad de los siguientes modos:
  - Sienten que están aportando o aprovechando la oportunidad
  - Tienen oportunidad para aprender nuevos datos o contribuir los suyos
  - Recompensa en relación a estatus, posición en el destino, oportunidades de entrenamiento o enriquecimiento

# Algunas cosas que se deben de hacer con nuevos miembros...

- La primera etapa en el Cluster es crucial. Contemple realizar algunas de las siguientes actividades con nuevos miembros:
  - Realice un taller de introducción o invite al nuevo miembro a un evento especial
  - Invite a los nuevos miembros a una reunión interna e introdúzcalos formalmente a la organización
  - Exhorte a los miembros a ser parte de los proyectos de su interés
  - Agradézcalos por su aporte a la organización y recalce la importancia de su participación
  - Organice eventos sociales para nuevos miembros
  - ¡ASEGURESE QUE ESTEN APROVECHANDOSE DE LOS BENEFICIOS QUE OFRECE!

Si no mide el éxito/fracaso  
de su implementación no  
sabrá los resultados que  
rinden sus esfuerzos

# Utilice Herramientas de Evaluación

Numero de Anuncios Pagados  
(impresos)



Numero de Anuncios Pagados



# de "Media Hits"



# de Carpetas Enviadas/  
Entregadas



# de reuniones con posibles  
miembros



# de eventos de  
reclutamiento en conjunto



# de miembros nuevos al  
Cluster



# de miembros nuevos que  
pertenecen a un comite



!!!MUCHO EXITO!!!

en el Fortalecimiento e Implementación de sus Programas de Membresía

!!!GRACIAS!!!

**Carla G Campos**

Coordinadora de la Unidad de Negocios



CONSORCIO DOMINICANO  
DE COMPETITIVIDAD TURISTICA

[www.turismocdct.org](http://www.turismocdct.org)

[carla@turismocdct.org](mailto:carla@turismocdct.org)