

FORMACIÓN Y CONCIENCIA DE LA COMUNIDAD DOMINICANA: PILAR BÁSICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO

TRAINING AND AWARENESS OF THE DOMINICAN COMMUNITY: BASES FOR TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT

María Ángeles Tenor Peña¹

Recebido em 03/08/2013

Aprovado em 25/10/2013

¹ Doctoranda en Ciencias Jurídicas y Empresariales por la Universidad de Córdoba (España). tenor.ma@gmail.com

RESUMEN:

Uno de los destinos turísticos más demandados a nivel internacional es la República Dominicana, conocido por su amplia oferta en turismo de sol y playa, y cada vez más por las posibilidades que presenta para quienes buscan disfrutar de un turismo con comunidad incluida. Sin embargo, se detecta una carencia en cuanto a la formación y cualificación de los trabajadores de las empresas turísticas comunitarias, así como una falta de concienciación sobre los resultados de llevar a cabo una gestión adecuada de la actividad favoreciendo siempre el desarrollo de un turismo sostenible. Se trata de un aspecto muy valorado por los turistas, y que forman parte de la percepción que se genera del destino turístico en cuestión. Siendo el turismo la principal actividad económica del país, resulta crucial que la formación en materia turística sea considerada por todos como algo principal, de forma que genere desarrollo para el país y beneficie a toda la comunidad: trabajadores, Administración Central y empresas privadas. Se pretende por tanto dar a conocer las debilidades que la República Dominicana presenta en este sentido y generar propuestas para su fortalecimiento.

PALABRAS CLAVE:

Turismo Comunitario. Desarrollo Sostenible. Formación Turística. Turismo en República Dominicana. Desarrollo Comunitario.

ABSTRAC:

One of the most popular tourist destinations internationally is the Dominican Republic, known for its wide variety of sun and beach tourism, and increasingly by the possibilities presented for those looking to enjoy a community included tourism. However, it has been detected a lack of proper training (education) and qualifications of workers in community tourism enterprises and a lack of awareness of the results of carrying out proper management activity always favoring the development of sustainable tourism. These are very valued factors by tourists and they offer the general perception that clients have about the place. Tourism is the main economic activity of the country, and it is crucial that training in tourism is considered by all as a main issue, so as to generate development for the country and benefits the entire community: workers, central government and private companies. It is therefore intended to show the weaknesses of Dominican Republic and generate proposals for its own strengthening.

KEY WORDS:

Community Tourism. Sustainable Development. Tourism Training. Tourism in Dominican Republic. Community Development.

1. INTRODUCCIÓN

Según los datos de la Oficina Nacional de Estadística de la República Dominicana, los sectores más importantes para la economía del país por su aportación al producto nacional en 2011 fueron el sector servicios, con un 59,1%, y el sector de las manufacturas (23%), que incluyen las zonas francas. Cabe destacar que dentro del sector servicios, el comercio (9,2%) y los hoteles, restaurantes y bares (9,1%) fueron las actividades más importantes. De esta forma se pone de manifiesto la importancia que el turismo tiene para la economía dominicana, siendo el sector hotelero uno de los puntos clave para el desarrollo dominicano de los últimos años. Resulta interesante analizar por ello a qué niveles la propia comunidad está implicada en su desarrollo y la repercusión que los beneficios obtenidos tienen en el desarrollo del país.

El turismo comunitario aparece como un medio para el desarrollo de la comunidad mediante su crecimiento y fortalecimiento. Para que las iniciativas turísticas se desarrollen desde este punto de vista es necesaria una conciencia general de la población sobre su importancia, y una formación de quienes las lleven a cabo que les permita ser competitivos frente al resto de proyectos. Así, y de acuerdo con Garraway (2009) que centra su estudio en el análisis de modelos turísticos que favorecen la participación de la comunidad en los países del Caribe tratando problemas como pueden ser la dependencia que del turismo muestran estas economías, cuanto mayor sea la participación de la comunidad en la actividad turística, mayor será el poder que tenga ante la toma de decisiones relevantes al sector, y la gestión de las iniciativas turísticas estará más orientada al desarrollo del país. La conservación del entorno y los recursos que forman parte de la oferta turística del país es uno de los principios para el desarrollo del turismo comunitario, y que ha de inculcarse en la población, para transmitirlo a quienes lleguen al país, promoviéndolo como un medio para el crecimiento de los propios beneficios.

El turismo comunitario ha sido un tema de muchas investigaciones y se ha definido en muchos estudios y por un amplio número de autores, siendo una de las más destacadas la alusión de Suansri (2003). En este caso se pretende ofrecer una realidad de su aplicación y su influencia en una comunidad como es la dominicana, desde la experiencia de los propios actores del sector en cuanto a aspectos relacionados con su educación y formación. Para ello, se ha obtenido información de entrevistas con turistas y empresarios del sector, y ésta ha sido contrastada con publicaciones de organismos nacionales dominicanos, como son la Secretaría de Turismo, la Oficina Nacional de Estadística o el Consejo Nacional de Competitividad de la República Dominicana.

Para que los proyectos de turismo comunitario tengan los efectos perseguidos, hay que entender bien cuáles son los factores necesarios a contemplar. Así, las relaciones en las que hay desigualdad de poder, una carencia de participación e involucración por parte de la comunidad o un proyecto en la que no hay claras expectativas de beneficios pueden dar lugar a una iniciativa poco eficiente. Trejos y Matarrita-Cascante (2010) presentan su visión del tema desde el estudio que llevan a cabo en Costa Rica, y resaltan que para entender el turismo comunitario hay que contemplar que sus beneficios son para la comunidad en su conjunto, por lo que es esencial determinar sus intereses y orientar en este sentido la iniciativa, trabajando siempre de forma colectiva y evitando beneficiar solamente a unos cuantos individuos. En este punto juegan un papel crucial las autoridades de la región que, en Países en Vías de Desarrollo, tienden a orientar su visión buscando lucrarse, a través de actuaciones corruptivas. Esto se ve reflejado en el estudio que Sebele (2010) realiza de Botswana, en el que apunta que todas las partes involucradas siempre quieren “ganar” para obtener los beneficios que esperan de cada caso. Y son éstas las que en muchos casos entorpecen la buena gestión de proyectos en los que sea la comunidad en su conjunto quien se beneficie. De acuerdo con Scheyvens (1999), el fin último del turismo comunitario es fortalecer el turismo local en cuatro niveles: económico, psicológico, social y político. Por lo que la comunidad debe de experimentar un desarrollo en estos cuatro aspectos acorde con la actividad turística llevada a cabo.

Teniendo en cuenta las aportaciones de los autores mencionados, y los cuatro objetivos en los que, de acuerdo con Hiwasaki (2006), se basa el turismo comunitario, hay aspectos que deben estar bien claros a la hora de llevar a cabo un proyecto de turismo comunitario:

- Desarrollar el proyecto siempre enfocado a los principios básicos: los beneficios generados son para la comunidad y la gestión/propiedad del negocio es por parte de la misma
- Considerar como una necesidad básica la educación de la comunidad y la formación en materia turística de los participantes en la cadena de valor
- Desarrollar la conciencia de la comunidad sobre los beneficios que les reporta este modelo turístico
- Reforzar la conciencia de la comunidad y de los usuarios/turistas sobre el uso adecuado de los recursos naturales, sociales y culturales que están a su disposición para llevar a cabo la actividad turística ya que éstos suponen el factor productivo principal. Se debe desarrollar un plan de cómo respetar los recursos de cada uno de estos aspectos, incluyendo en éste las normas que para ello deben cumplir los participantes. Es de suma relevancia este punto, puesto que de su buena ejecución dependerán los beneficios que se obtengan a largo plazo.
- Detectar cuáles son las limitaciones del escenario para el proyecto que se va a desarrollar, y cuáles son las medidas para hacer frente a ellas: establecer competencias de la comunidad y eliminar barreras para su crecimiento, adaptándose a las tendencias del mercado
- Establecer un plan de seguimiento de los resultados de la iniciativa de turismo comunitario

Cuando los empresarios son conscientes de que están llevando a cabo una iniciativa turística en este sentido, es más fácil que los resultados sean positivos. El problema está en que la mayoría de las veces ellos no tienen esta visión, y llevan a cabo un proyecto empresarial turístico sin tener en cuenta aspectos que más tarde resultarán clave. Goodwin y Santilli (2009) presentan en su estudio las dificultades que conlleva el hecho de alcanzar los objetivos propuestos cuando se habla de turismo comunitario, mencionando como uno de los problemas la iniciativa de la comunidad a la hora de comenzar un proyecto, quienes priorizan la necesidad de obtener beneficios y, en la mayoría de los casos, no están tan concienciados en el aporte a la comunidad en su totalidad, teniendo únicamente en cuenta los riesgos que conlleva para ellos de forma individual.

El modelo turístico comunitario genera beneficios al país en su conjunto, ya que integra en toda la cadena de valor a los habitantes del mismo: genera puestos de trabajos directos e indirectos, atrae divisas cuyo destino es la misma comunidad y juega un papel muy importante en el crecimiento de la economía del país en cuestión. Conway y Timms (2010) hacen un gran aporte ya que exponen las posibilidades de una nueva forma de turismo frente al turismo de masas en la región del Caribe

gestionado por grandes cadenas hoteleras internacionales que, a pesar de generar riqueza indirecta a los países, no proporciona un crecimiento al país acorde a los beneficios generados, y da lugar a la marginación de la población local en este sentido. Ésta es una forma de turismo muy condicionada a los beneficios de unos pocos y no dirigida a los de toda la comunidad.

La República Dominicana ha experimentado desde los años ochenta un gran desarrollo en su sector turístico, que se encuentra actualmente dominado por un modelo de *resorts* de “todo incluido” que se ubican en puntos concretos de las costas del país. Es en estos puntos en los que la actividad turística está más desarrollada, pero el país cuenta con otros destinos que son ya zonas de atracción turística, y a los que los turistas llegan buscando otra forma de turismo. Y también se ha podido ver que hay otros destinos no tan conocidos, pero con un gran potencial para ser explotados en este sentido. Así mismo, el crecimiento que en los últimos años ha experimentado nuevos modelos turísticos es evidente, como el ecoturismo y el turismo comunitario, que están sustituyendo en muchos casos a un modelo turístico de masas ampliamente desarrollado. La tendencia actual del mercado se dirige a satisfacer cada vez más las necesidades de un cliente que llega al país para realizar gastos que repercuten directamente a la economía dominicana, ya que desde el hospedaje hasta sus desplazamientos y compras van a depender de servicios prestados por empresas autóctonas. Se trata de un turista que integra a la comunidad en toda la cadena de valor del producto turístico República Dominicana. La Secretaría de Turismo de la República Dominicana centra cada vez más sus esfuerzos en mostrar una imagen del país en este sentido, promocionando un turismo en el que el visitante descubra el destino y pueda disfrutar de todo lo que República Dominicana puede ofrecer. El mensaje promocional en 2012 es: “República Dominicana, lo tiene todo”.

Según el Plan Nacional de Competitividad Sistémica de la República Dominicana (PNCS-RD) de 2007, el desarrollo de un modelo turístico competitivo y sostenible se basa en:

1. La infraestructura y el Ordenamiento Territorial
2. La Formación de los Recursos Humanos
3. La Promoción
4. La Salubridad
5. La Seguridad Pública
6. La Integración de la Comunidad

Estos son los seis pilares que, desde el Instituto Nacional de Desarrollo Turístico (en el que tienen participación la Secretaría de Turismo, el sector privado, hotelero e inmobiliario), se están fortaleciendo desde su establecimiento, a través de actuaciones referentes a la infraestructura, la planificación y el ordenamiento del territorio turístico de la República Dominicana. Resulta imprescindible avanzar en la actividad turística basando toda actuación en el desarrollo de los seis pilares, con el fin de mantener el turismo como una de las bases de la economía, que lo es y para que lo siga siendo. En el artículo se analizan los resultados obtenidos en relación, principalmente, con dos de ellos: Formación de los Recursos Humanos e Integración de la Comunidad.

El objetivo principal de esta publicación es analizar los resultados obtenidos en cuanto a la formación y la educación de quienes trabajan en el sector turístico dominicana, teniendo en cuenta la promoción o la conciencia que los propios empresarios y trabajadores tienen sobre su importancia para el crecimiento del país, y cuáles son las iniciativas que desde el Gobierno Central se llevan a cabo para el enriquecimiento del principal sector económico de la República Dominicana. Así mismo, y siguiendo la publicación de Stewart y Draper (2010) en la que señalan la importancia de compartir la investigación y sus resultados con las comunidades analizadas para que, de esta forma, puedan ser aplicados si se considera apropiado, se persigue publicar un análisis sobre información concreta obtenida a partir del trabajo de campo realizado.

2. DESARROLLO

2.1. Descripción del área geográfica

La República Dominicana es un país caribeño que ocupa aproximadamente dos terceras partes de la isla La Hispaniola, que comparte con Haití. Se sitúa entre Cuba y Puerto Rico, y su tiene una dimensión similar al 10% del territorio de España.

El Programa Nacional de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sitúa al país en el índice de desarrollo humano en el puesto 96 en 2012, alcanzando un valor por encima de la media mundial, pero situándose por detrás de países con renta per cápita inferiores como Ecuador o Jamaica. Aunque no se puede dejar de decir que supera a países como Paraguay, Bolivia, Marruecos o China, una de las economías emergentes del momento. La esperanza de vida en este país es de

73,6 años, dato que ha experimentado un aumento considerable desde 1980, cuando era de 62,9 años.

Su nivel educativo es muy importante a la hora de analizar su situación, ya que cuenta con una tasa de alfabetización del 89,5% (2012), representando esta proporción a las personas de 15 años o mayores que saben leer. Se puede decir, por tanto, que el índice de analfabetismo es de un 10% aproximadamente, y es este dato el que supone la diferencia con los países que tienen menor renta per cápita y que alcanzaron un índice superior de desarrollo humano. No obstante, República Dominicana cuenta con una Universidad Pública, de reconocido prestigio (Universidad Autónoma de Santo Domingo) y numerosas universidades privadas. Así mismo, hay una creciente tendencia a la realización de estudios universitarios por parte de la población dominicana, quien cada vez más valora el hecho de tener una formación académica de calidad.

El PNUD (2012) cataloga a la República Dominicana como un país de ingreso medio, que está en vías de desarrollo y que depende principalmente de los servicios y las remesas. El ingreso nacional bruto per cápita para 2012 de la República Dominicana fue de 8.506 dólares, que comparados con los 4.188 dólares que se obtuvieron para este mismo dato en 1995, pone de manifiesto el crecimiento que ha experimentado la economía dominicana en los últimos años, según los datos del PNUD (2012).

Esta evolución, contrastada con los datos de desigualdad, es el producto de un acelerado proceso de urbanización y de un cambio en la estructura productiva del país. De una economía basada en la producción de la caña de azúcar, en primer lugar, de cacao, café y tabaco, se ha pasado a depender de los servicios orientados al turismo y de las remesas. Así, el crecimiento de estos últimos años no ha llegado a toda la población de forma equitativa, dándose principalmente en las zonas urbanas.

La tabla 1 recoge la evolución de uno de los aspectos más representativos de una economía, la inflación, entre los años 2009 y 2011. El incremento del índice de precios para el consumo del grupo de los alimentos y bebidas no alcohólicas es uno de los más destacables, ya que se trata de los bienes básicos. Cabe destacar la evolución de la inflación también para los transportes (12,99% en 2011), puesto que la mayor parte de la población hace uso del transporte público diariamente. El precio de los restaurantes y hoteles, por su parte, se incrementó también en 2011 en un 5,71%,

siendo únicamente el sector de las comunicaciones el que experimentó un descenso en los precios para el consumidor (-1,24% en 2011).

Tabla 1. Evolución de la inflación 2009 - 2011

Grupo de bienes y servicios	2009	2010	2011
	Variación (%)	Variación (%)	Variación (%)
IPC general	1,44	6,33	8,46
Alimentos y Bebidas no Alcohólicas	-0,19	5,53	9,71
Bebidas Alcohólicas y Tabaco	5,08	5,05	4,14
Prendas de Vestir y Calzado	4,28	4,87	1,11
Vivienda	15,47	9,91	10,25
Muebles	2,09	2,33	4,10
Salud	5,27	6,21	5,96
Transporte	14,35	9,41	12,99
Comunicaciones	0,20	1,80	-1,24
Recreación y Cultura	2,36	3,27	1,91
Educación	9,88	8,96	7,66
Restaurantes y Hoteles	-3,02	-1,07	5,71
Bienes y Servicios Diversos	5,89	5,07	3,59

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

El crecimiento de la actividad turística de la República Dominicana en las últimas décadas ha supuesto un aumento importante tanto en la producción y como en el empleo, y ha generado importantes cantidades de divisas en la balanza de pagos, que vienen tanto de la inversión directa por parte de otros países para la construcción de hoteles, como de los gastos generados del consumo de los turistas. En la tabla 2 de la Balanza de Pagos del país se puede apreciar la importante contribución del Turismo del Turismo y de los emigrantes con sus remesas a familiares en la República Dominicana. A pesar de ello, y debido principalmente al fuerte déficit comercial de cada año, aparece un déficit creciente en la Cuenta Corriente.

Tabla 2. Balanza de pagos: resumen de las principales sub-balanzas

(Datos en millones de dólares)	2009	2010	2011
I. Cuenta Corriente	-2330,9	-4329,5	-4499
Balanza Comercial (Saldo)	-6813	-8735,6	-8886,8
Balanza de Servicios (Saldo)	2987,3	2968,9	3109,3
Turismo, viajes y otros	4835,9	5153,9	5341,2
Fletes y Otros	-1848,6	-2185,0	-2231,9
Balanza de Rentas (Saldo)	-1720,8	-1686,4	-2127,5
Balanza de Transfer. (Saldo)	3215,6	3123,6	3406
Remesas familiares	3041,5	2998,1	3200,0
II. Cuenta de Capital y Finan.	2865,9	5347,8	4389,3
Cuenta Financiera	2759,4	5265,9	4313
Inversiones directas	2165,4	1896,3	2371,1
Inversiones de cartera	-449,5	759,5	745,6
III. Errores y Omisiones	-129	-960,5	263,7
IV. Balance Global (I+II+III)	406	57,8	154

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

3. METODOLOGÍA

La población objeto de estudio para la investigación está formada por los turistas que llegan a la República Dominicana y las empresas pequeñas o familiares dedicadas a actividades relacionadas con el turismo.

Dentro del trabajo de campo realizado, hay que distinguir:

- La visita a diferentes puntos turísticos de República Dominicana, entre 2009 y 2012.
- Los cuestionarios realizados a empresas del sector turístico del país, principalmente en Santo Domingo y Samaná, en 2012.
- Las encuestas realizadas a turistas en República Dominicana, principalmente en Santo Domingo (Zona Colonial y Boca Chica) y Samaná, en 2012.

En el caso de las encuestas realizadas turistas, se tuvo en cuenta que no formaran parte de grupos guiados, y que aparentaran moverse por los puntos turísticos de forma independiente. No obstante,

algunos de los encuestados resultaron no cumplir este perfil, ya que se trataba de individuos que se había separado del grupo por unos minutos. Los turistas encuestados fueron 187, y las encuestas se realizaron principalmente en Santo Domingo y Samaná (hay que tener en cuenta que el total de llegadas de turistas al país en 2012 fue de 4.562.606, según la Oficina Nacional de Estadística de la República Dominicana). Las encuestas se realizaron en dos idiomas, inglés por ser el idioma más internacional, y en español, lengua oficial del país.

Tabla 3. Ficha técnica de la encuesta de demanda turística

País	República Dominicana
Número de llegadas de extranjeros no residentes por vía aérea (año 2012)	4.562.606
Áreas de encuestas	Santo Domingo y Península de Samaná
Muestra	187
Procedimiento	Muestreo aleatorio simple
Periodo de realización	Junio y julio de 2012

Fuente: elaboración propia

Para seleccionar a las empresas encuestadas se tuvo en cuenta que fueran negocios de pequeño tamaño y/o familiares, y que sus empleados fueran de origen dominicano. El objetivo era entrevistar a empresas que desarrollasen proyectos alineados con el turismo comunitario, para poder analizar su evolución y la opinión de sus trabajadores y empresarios. Las empresas entrevistadas para esta investigación han sido 42, de las cuáles la mayoría están ubicadas en Santo Domingo y en Samaná, contando también con alguna de la zona este del país (en 2012 el número de establecimientos de alojamiento turístico en Santo Domingo era de 153, y de 74 en la provincia de Samaná, según la ONE. No sólo se tuvieron en cuenta negocios de alojamiento turístico, también de comercio de regalos turísticos, de los que no hay una estadística o registro oficial). Así mismo, la población dominicana en general ha sido objeto de estudio para esta investigación, al considerarse de gran relevancia su influencia en el desarrollo del turismo comunitario. Por este motivo, el análisis de sus costumbres, de su forma de vida y de todo lo relacionado con su hábitat resulta imprescindible para comprender los resultados que se obtengan de la investigación.

Tabla 4. Ficha técnica de la encuesta de oferta turística

País	República Dominicana
Áreas de encuestas	Santo Domingo (Zona Colonial), Samaná, y Bávaro (1)
Muestra	42
Procedimiento	Muestreo aleatorio simple
Periodo de realización	Junio y julio de 2012

Fuente: elaboración propia

El cuestionario cuyo objetivo es analizar las iniciativas empresariales de turismo comunitario en República Dominicana consta de 24 preguntas, organizadas en cuatro apartados. Las preguntas del primer grupo están orientadas a conocer el perfil de la empresa, y se le pregunta al encuestado, entre otras cosas, sobre el número de empleados originarios de la República Dominicana con los que cuenta la empresa, si invierte en formación de sus trabajadores y cuál es la procedencia principal de los productos que consume su empresa. Los medios de promoción utilizados, la participación de la empresa de forma activa en la toma de decisiones de la actividad turística del país y el apoyo financiero que estas iniciativas empresariales puedan recibir son aspectos que también se incluyen en preguntas de este bloque.

En el segundo bloque de respuestas se persigue determinar el perfil del turista que llega a las empresas encuestadas y el cuarto bloque del cuestionario está dirigido a analizar la opinión de este sector en relación a la actividad turística. Es con el tercer bloque de preguntas con el que se pretende conocer la situación del sector turístico en relación con los aspectos considerados para esta publicación, que son la formación y la concienciación sobre su importancia de la comunidad dominicana. El nivel de formación en materia turística de los empleados del sector turístico del país, quién tendría la responsabilidad de fomentar esta formación o la opinión de quién sería el verdadero beneficiario de un desarrollo turístico sostenible son algunos de estos. Con esta información es con la que se puede conocer cuál es el grado de concienciación de la población, y de sus principales actores dentro del sector, acerca de las repercusiones del desarrollo del turismo comunitario.

Las preguntas que se incluyen en este bloque son las siguientes:

- ¿Cuál cree que es el nivel de formación en materia turística de las personas que trabajan en el sector turístico del país (1-Nulo, 5-Elevado)?

- ¿Quién cree que es el responsable de formar a las personas que trabajan en el sector turístico del país? (1. La Administración Pública de República Dominicana, 2. Las ONG de Cooperación Internacional, 3. La empresa privada, 4. Otros. Diga cual)
- ¿Quién cree que sería el verdadero beneficiario de un desarrollo turístico sostenible basado en turismo solidario de esta zona? (Puede señalar varios) (1. Los propios habitantes del lugar, 2. El Estado, 3. Las empresas turísticas privadas, 4. Los tres anteriores, 5. Otros. Diga cual).
- ¿Considera que un fomento del turismo sostenible en esta zona geográfica podría ayudar a que los jóvenes no emigrasen para otras áreas geográficas? (1. Sí, 2. No, ¿por qué?).
- ¿Considera importante utilizar las nuevas tecnologías como herramienta de trabajo para el desarrollo turístico de su área geográfica? (1. Nada importante, 2. Poco importante, 3. Importante, 4. Muy importante)
- ¿Qué actividades se podrían desarrollar como consecuencia de un incremento del número de turistas en esta área geográfica? (1. Alojamiento, 2. Restauración, 3. Artesanía, 4. Actividades relacionadas con el deporte, 5. Comercio, 6. Otras. ¿Cuáles?).

4. RESULTADOS

Los datos más importantes acerca del perfil socio demográfico de los turistas encuestados se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 5. Perfil socio demográfico de los turistas

Variables	Valores	Porcentaje
Sexo (N= 187)	Varón	56,1%
	Mujer	43,9%
Edad (N=186)	Menos de 30 años	30,6%
	30-39 años	36,6%
	40-49 años	21,5%
	50-59 años	9,1%
	60 ó más años	2,2%
Formación (N=181)	Primaria	1,1%
	Secundaria	17,1%
	Título Universitario	81,8%

Fuente: elaboración propia

Según la información recogida en la tabla 5, y en base a las encuestas realizadas, el perfil del turista que llega a la República Dominicana, y principalmente a Santo Domingo y a La Península de Samaná, se caracteriza por ser el de un visitante que posee en el mayor número de casos un título universitario y que no supera los 50 años de edad, siendo en el tramo de los 30 a 39 años en el que se encuentra la mayor parte de los encuestados. En cuanto al sexo, la situación se presenta muy equilibrada, superando ligeramente el grupo de los varones al de las mujeres.

Un porcentaje bastante alto de los turistas encuestados (94,9%) señalan que utilizaron alguno de los servicios ofrecidos por la comunidad, y afirman que repetiría con esta clase de empresa. Es evidente que al país llega un tipo de turista diferente al que busca el turismo de masas y que, siguiendo a Villareal y Van der Horst (2008), representan un nuevo tipo de turista que busca aprovechar su tiempo libre, en espacios geográficos con recursos naturales y culturales, y los cuáles deben satisfacer sus expectativas.

Tabla 6. Razones utilización servicios de turismo comunitario

Razones	Sí	No
Es más barato	29,40%	70,60%
Es mejor	61,30%	38,70%
Por el desarrollo	27,50%	72,50%

Fuente: elaboración propia

Con el fin de definir el perfil de las empresas entrevistadas, el cuestionario dirigido a evaluar las iniciativas de turismo comunitario incluye preguntas relacionadas con la localización, el tipo de actividad de la empresa, su número de empleados o la procedencia de los productos que consume, entre otros.

Tabla 7. Perfil de las empresas entrevistadas

Variable	Valores	Porcentaje	Variable	Valores	Porcentaje
Localización (N=42)	Bávaro	2,4%	Nº empleados (N=42)	1-3 empleados	45,2%
	Boca Chica	2,4%		4-6 empleados	21,4%
	Las Terrenas (Samaná)	9,5%		7-10 empleados	14,3%
	Santo Domingo	85,7%		10-19 empleados	7,1%
20 ó más empleados				11,9%	
Actividad (N=42)	Alojamiento	28,6%	Antigüedad (N=42)	menos de 1 año	11,9%
	Restaurante	9,5%		1-3 años	11,9%
	Agencia Viajes	2,4%		3-5 años	2,4%
	Transporte turístico	4,8%		5-10 años	28,6%
	Consultoría turística	2,4%		más de 10 años	45,2%
	Guías t.	2,4%			
	Tienda t.	38,1%			
	Otro	11,9%			

Fuente: elaboración propia

Acorde con los datos que se presentan en la tabla 7, las empresas entrevistadas se localizan principalmente en Santo Domingo. El número de empresas de Samaná no es tan representativo, si se compara con este primer grupo, y en Bávaro y Boca Chica sólo están localizadas dos de ellas. Hay que tener en cuenta además que Boca Chica puede considerarse como Santo Domingo, ya que es la playa turística más cercana a la capital. En cuanto al tamaño, predominan las pequeñas empresas, y las actividades principales son el comercio turístico, seguido por el alojamiento. Se entiende por comercio turístico los negocios que dirigen su oferta a los turistas, y ésta incluye artículos de regalo de todo lo que pueda tener relación con la cultura dominicana. En la zona colonial de Santo Domingo se puede encontrar un elevado número de comercios de este tipo, que venden desde productos de joyería, centrados en la promoción del ámbar y larimar (una piedra preciosa que sólo se da en esta zona), hasta cigarrillos ó pinturas taínas. Se observa además que el 43% de los encuestados cuentan con un rango de entre 1 y 3 trabajadores de origen dominicano.

Las empresas turísticas comunitarias suelen ser pequeños negocios, en los que la inversión en la formación de sus trabajadores no resalta como una prioridad. Se obtiene que en un 34,1% de los casos no se realiza ninguna inversión en formación, en un 24,4% se realiza de forma esporádica, en el 9,8% lo hacen una vez al año, y el 31,7% de las empresas son las que realizan varias actividades formativas anualmente.

Tabla 8. Inversión en formación y procedencia de los productos en el sector turístico

Variable	Valores	Porcentaje
Inversión en formación (N=41)	Varias veces al año	31,70%
	Una vez al año	9,80%
	Esporádicamente	24,40%
	Nunca	34,10%
Procedencia productos (N=41)	Proveedores locales	52,40%
	Importaciones	4,80%
	Ambos por igual	42,90%

Fuente: elaboración propia

Los productos que consumen estas empresas son principalmente de proveedores locales, lo que pone de manifiesto la importancia de la actividad turística comunitaria para la economía dominicana. El número de empresas que se abastecen solamente a partir de importaciones no es relevante, y con este dato se puede decir que las pequeñas empresas contribuyen directamente al crecimiento de la actividad económica del país. Se pone de manifiesto cómo la actividad turística desarrollada a partir de este tipo de proyectos crea riqueza para la propia comunidad, y el turismo se convierte en una actividad complementaria a las actividades tradicionales de la República Dominicana, como son la agricultura, la artesanía ó la ganadería y pesca, resultado similar obtenido por un estudio realizado en Cabo Verde (López-Guzmán et al., 2011).

Por otro lado, un 54,8% de las empresas encuestadas no participan de forma activa en la toma de decisiones de la actividad turística del país. Esto quiere decir que actúan como entes independientes, y que las empresas entrevistadas, de pequeño tamaño y gestionadas por locales, no influyen en las decisiones que se toman en la República Dominicana en lo que a turismo se refiere.

A pesar de la importancia que suponen para la economía dominicana, el 97,6% de las empresas encuestadas señaló que no reciben ningún tipo de apoyo financiero. Solamente una de ellas dijo recibir apoyo financiero proveniente de la cooperación internacional (ONGs).

Para medir el nivel de formación en materia turística de los trabajadores del sector, se pidió la opinión de los empresarios al respecto, teniendo estos que valorarla en una escala Likert de 5 puntos. El valor medio obtenido es de 3,43, lo que indica que está por encima de la media.

Tabla 9. Responsable de la formación turística de los trabajadores del sector

Variable	Valores	Porcentaje
Encargado de la formación turística (N=42)	Administración Pública	47,60%
	ONG de Cooperación Internacional	11,90%
	Empresa Privada	38,10%
	Otros	2,40%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los datos de la tabla 9, y en base a la opinión de los empresarios entrevistados, el mayor responsable de la formación en materia turística de los trabajadores de esta área es la Administración Pública, seguido muy de cerca por la empresa privada en sí misma. Según la experiencia a la hora de realizar las encuestas, los entrevistados elegían como opción la propia empresa cuando ésta era de un tamaño considerable y aparentemente con posibilidades para hacerse cargo de ello. Por este motivo, la Administración pública, de acuerdo a uno de los seis pilares del PNCS-RD, ha de dar prioridad a la situación de educación en la que se encuentra la República Dominicana. A pesar de que la nota obtenida para el nivel de formación supera la media, existe una carencia evidente en los conocimientos de idiomas extranjeros, a la que los mismos turistas encuestados hacían referencia, y que supone una de las debilidades en cuanto al desarrollo del turismo comunitario.

Con el objetivo de conocer el grado de conciencia de los empresarios turísticos sobre los beneficios del desarrollo turístico comunitario, se le preguntó sobre quién sería el verdadero beneficiario de un desarrollo turístico sostenible en la zona. Para esta cuestión la respuesta señalada en un mayor

número de casos fue que los beneficiarios son todos: los habitantes del lugar, el Estado y las empresas turísticas privadas (56,4%).

Así mismo, existe una conciencia generalizada (92,9% de los encuestados) sobre la ayuda que supone el fomento del turismo sostenible en República Dominicana para que los jóvenes no emigren para otros países, y sobre la importancia que tiene utilizar las nuevas tecnologías como herramienta de trabajo para el desarrollo turístico (el 81% de los encuestados lo considera muy importante).

5. CONCLUSIÓN

El desarrollo de la comunidad dominicana está estrechamente relacionado con la evolución de la actividad turística del país, y por lo tanto con las limitaciones que en este sector se detectan en cuanto a una conciencia sobre los beneficios de trabajar de forma coordinada y promover una mejor formación de los trabajadores. Coincidimos en este aspecto con Orgaz Agüera (2013), que habla de la falta de concienciación de la población y del sector turístico en referencia a la conservación de los recursos naturales, atractivo principal de la República Dominicana.

Los empresarios encuestados afirman conocer en su mayoría los beneficios que supone el desarrollo turístico comunitario, pero se detecta una falta de aplicación a la realidad del sector, y las iniciativas se llevan a cabo de forma independiente. Se percibe al entrevistarlos que, en muchos casos, no saben de qué se les está hablando cuando se les pregunta acerca del turismo sostenible y sus beneficios para la comunidad.

Además, y a pesar de que los empresarios encuestados puntúan la formación de los trabajadores con un valor medio por encima de 3 en una escala de 5 puntos, se da una carencia importante en la formación en idiomas extranjeros, aspecto que en muchas ocasiones parece no preocupar, pero que los turistas entrevistados destacan como un problema que lleva a la falta de información para ellos.

El hecho de que se trate en la mayoría de los casos de pequeñas empresas y negocios familiares hace que les resulte difícil fomentar la formación de sus trabajadores, ya que no cuentan con ningún tipo de ayuda para ello. Así mismo, no utilizan las nuevas tecnologías, a pesar de que muchos son conscientes de su importancia.

Teniendo en cuenta lo afirmado por Conway y Timms (2010), las tecnologías de cara a la información turística del destino facilita la promoción de las experiencias que se pueden vivir, y esto hace posible un mayor desarrollo del turismo sostenible con los resultados esperados. Además, adapta la oferta a un medio en el que puede ser competitiva local, nacional y globalmente. Por esto, se propone aprovechar y rentabilizar la iniciativa propuesta en el discurso para el lanzamiento del Plan de Competitividad del Sector Turístico en 2007 de invertir de forma más directa en la formación de los trabajadores del sector, a través del Instituto de Formación Tecnológico INFOTEP. Para ello, sería una opción promocionar esta posibilidad entre los empresarios del sector, a la vez de crear conciencia sobre la importancia que tiene contar con una formación aceptable en idiomas extranjeros y nuevas tecnologías. En un país tan turístico, en el que la mano de obra es el factor que más influye en la calidad de los servicios, la formación en aspectos claves como los mencionados supone una gran diferencia para la competitividad en el mercado. Así mismo, fortalece a la población para su plena integración en la cadena de valor del producto turístico y, por tanto, al desarrollo de su economía.

En cuanto al patrimonio cultural, y acorde con lo establecido por Villareal, R. y Van der Horst, A. (2008), sería recomendable establecer un sistema de observatorio cultural y un marco regulatorio con el fin de preservarlo y a la vez mantener el potencial de la relación entre turismo y cultura cerca de los integrantes de la comunidad a la vez que asegura la calidad de la interpretación cultural. Se propone, por tanto, un plan que fomente esta integración y que a la vez incluya medidas para la conservación de los recursos del destino. La República Dominicana presenta una clara inclinación en este sentido, estando la deficiencia más clara en la conciencia de la población en este sentido. Es la población, como vamos viendo, el factor clave para este desarrollo y quién tiene todavía que trabajar para que su integración sea eficiente en todos los ámbitos relacionados.

Sería conveniente fomentar también la participación de las empresas turísticas comunitarias en la toma de decisiones relacionadas con la actividad turística del país, lo que favorecería la orientación de recursos en beneficio de los empresarios comunitarios, y todos los aspectos relacionados con su desarrollo. Una propuesta para ello es hacerlo desde la relación con organizaciones como el Consorcio Dominicano de Competitividad Turística o la Organización Dominicana de Turismo Sostenible, dedicadas al desarrollo de una actividad turística sostenible, y con organismos relacionados con actividades concretas del sector, como la Asociación de Pequeños Hoteles y

Apartahoteles de Santo Domingo o la Asociación Dominicana de Operadores de Turismo Receptivo.

El turismo comunitario en la República Dominicana está creciendo, debido a las tendencias del mercado y al número de proyectos turísticos locales. Pero la realidad es que para que el desarrollo se dirija al crecimiento y fortalecimiento de la actividad económica, y que los beneficios se destinen íntegramente a la población, queda un camino por recorrer. El camino es el de la cooperación entre los distintos integrantes de la comunidad relacionados con la actividad turística, aunando esfuerzos, y eliminando los intereses que desde la Administración promuevan un desarrollo desigual. Y por supuesto, la formación de la comunidad en los aspectos analizados es esencial para la evolución en esta dirección.

BIBLIOGRAFÍA

- Conway, D. y Timms, B. F. (2010): "Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for "slow tourism", *Tourism and Hospitality Research*, vol. 10 (4), pp. 329-344.
- Garraway, J. (2009): "Ecotourism as a Means of Community Development: The case of the indigenous populations of the Greater Caribbean", *Ara: Revista de Investigación en Turismo*, vol. 1 (2), pp. 11 -20.
- Goodwin, H. y Santilli, R. (2009): *Community-Based Tourism: a success?*, ICRT Occasional Paper 11, German Development Agency (GTZ).
- Hiwasaki, L. (2006): "Community-Based Tourism: A Pathway to Sustainability for Japan's Protected Areas", *Society and Natural Resources*, vol. 19, pp. 675-692.
- López-Guzmán, T.; Borges, O. y Cerezo, J. M. (2011): "Community-Based Tourism and local socio-economic development: A case study in Cape Verde", *African Journal of Business Management*, vol. 5 (5), pp. 1.608-1.617.
- Orgaz Agüera, F. (2013): "Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana", *TuryDes: Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, vol. 6 (14).
- Portal de las Estadísticas Dominicanas, de la Oficina Nacional de Estadística (www.one.gob.do)
- Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo en República Dominicana (2012): *Indicadores Internacionales Sobre Desarrollo Humano* (<http://hdrstats.undp.org/es/paises/perfiles/DOM.html>)
- Scheyvens, R. (1999): "Ecotourism and the empowerment of local communities", *Tourism Management*, vol. 20, pp. 2245- 249.

- Sebele, L. S. (2010): "Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Kham Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana", *Tourism Management*, vol. 31, pp. 136-146.
- Stewart, E. J. y Draper, D. (2009): "Reporting back research findings: a case study of community-based tourism research in northern Canada", *Journal of Ecotourism*, vol. 8 (2), pp. 128-143.
- Suansri, P. (2003): "Community Based Tourism Handbook". Bangkok: REST
- Trejos, B. y Matarrita-Cascante, D. (2010): "Theoretical Approximations to Community-based Tourism: Case Studies from Costa Rica", *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, vol. 8 (6), pp. 1-20.
- Villareal, R. y Van der Horst, A. (2008): "Estrategia de Competitividad turística de la República Dominicana", *Ara: Revista de Investigación en Turismo*, vol. 1 (1), pp. 14 -28.