

**EL AUGE DEL TURISMO EN LA REPÚBLICA
DOMINICANA: IMPLICACIÓN SOCIAL Y POLÍTICA**

Christian Girault*

RESUMEN

Las estadísticas disponibles muestran que el turismo internacional ha experimentado un gran auge en los años ochenta y noventa. La tendencia sigue siendo favorable para los próximos años aunque se puede prever una fuerte competencia con algunos de los países del Caribe. Los beneficios económicos del turismo internacional en el país han sido señalados, así como algunos problemas sociales y éticos. Pero hasta ahora no se ha hecho un análisis pormenorizado de las consecuencias sociales y políticas que el desarrollo de este sector puede provocar a largo plazo. Este estudio basado en un trabajo de campo realizado durante los últimos años pretende aportar nuevos conocimientos acerca de esta problemática.

PALABRAS CLAVES: Turismo, República Dominicana, Caribe.

1. El Desarrollo Rápido del Turismo Internacional en la República Dominicana.

El turismo estuvo detenido durante mucho tiempo por razones básicamente políticas: la larga dictadura de R. Trujillo acompañada de la contrapropaganda habitual que se hace a los regímenes totalitarios no podía incentivar el turismo a pesar de la proximidad del mercado norteamericano y de potencialidades evidentes. En los años sesenta y setenta todavía la inestabilidad política y el ambiente pesado de autoritarismo y de violencia interna no per-

(*) Centre National de la Recherche Scientifique, Paris

mitían el despegue de tan importante sector que en otros países del área se manifestaba (Puerto Rico, Bahamas...). Las infraestructuras construídas por el gobierno de J. Balaguer (aeropuertos, carreteras) con intención manifiesta de ser utilizadas para este fin quedaron mucho tiempo sin uso. Fue solamente al finalizar los años setenta que los primeros polos de desarrollo turístico empezaron a tomar forma (Playa Dorada en Puerto Plata y el Club Mediterráneo en Punta Cana).

Actualmente, las estadísticas sitúan a la República Dominicana en segundo lugar en el Caribe por el número de turistas que visitan el país [1,932,200 en 1995] y en primer lugar por el número de habitaciones de hoteles [32,475 en 1995] (Caribbean Tourism Organization, 1996). El crecimiento de 9.4% del número de visitantes en el 95 comparado con el 94 indica la persistencia de una tendencia alcista favorable a lo largo de los años ochenta y noventa. Esta tendencia es menos espectacular que los 19.6% de alza experimentados por Cuba pero señala un crecimiento rápido y sostenido, muy por arriba de los 4.3% experimentados por los destinos del Caribe en su conjunto. A nivel de ingresos brutos se calculan en 1,568,400 millares de dólares en 1995, lo que representaría aproximadamente el doble del valor de las exportaciones de bienes (Banco Central, 1997). Como el objetivo de este estudio no es el de enfocar el valor económico del sector turístico sino más bien el de analizar sus consecuencias sociales y políticas es suficiente subrayar junto a los autores del Anuario "Caribbean Tourism Statistical Report" lo siguiente:

A pesar del aumento significativo de la contribución del turismo a las economías de la Región, el turismo ha recibido menos que su justa parte de la atención de los responsables del sector público y del sector privado, tanto planificadores, como gerentes o especialistas de mercadeo. (CARIBBEAN TOURISM ORGANIZATION, 1996. Traducción nuestra).

Para tener una idea actualizada del desarrollo del turismo es importante destacar algunos datos específicos para la República Dominicana. En relación a la procedencia de los visitantes hay que enfatizar el cambio experimentado en los últimos quince años en el sentido que el mercado turístico del país ya no es primeramente norteamericano (Estados Unidos y Canadá) como lo era en los años ochenta. Ahora las estadísticas de llegadas --aunque desgraciadamente incompletas-- indican una variedad de procedencias muy interesante por su carácter complementario. En primer lugar, hay una alta incidencia del número de dominicanos residentes en el extranjero, principalmente en los Estados Unidos: en 1995 se estimó este dato en 377,131 visitantes; en segundo lugar, la importancia del mercado europeo tiene que ser subrayada.

En 1996, según datos del Banco Central, este representaba el 54% del total (del cual 20% era procedente de Alemania). El mercado estadounidense representa todavía 27% del total pero es menester indicar que una parte significativa procede de Puerto Rico y que como tal se podría calificar de mercado caribeño. Finalmente, el país recibe turistas procedentes de América del Sur en un porcentaje que se podría incrementar.

Cada segmento del mercado tiene sus propias características. Por ejemplo, los "dominicanos ausentes", como se les ha acostumbrado a llamar a los residentes en los Estados Unidos, llegan al país mayormente en la temporada de Navidad y refuerzan la concurrencia turística en esta temporada. La importancia del mercado europeo reside en el hecho que la estadía promedio de estos visitantes es más larga que la de los Norteamericanos (aunque estos últimos gastan más dinero por día). En el aspecto estacional, es interesante notar que los norteamericanos prefieren de una manera definitiva los meses de diciembre a marzo (invierno) cuando los europeos son más indiferentes y se reparten entre los meses de invierno y de verano. Este factor contribuye a estabilizar la tasa de ocupación hotelera que en 1995 se ubicaba en una tasa favorable de 77%.

2. Un Turismo Esencialmente de Playa y de Categoría Baja.

Al examinar la localización de los hoteles existentes, en construcción o planificados y al analizar las motivaciones de viaje de los turistas se comprueba que el interés y enfoque del proceso turístico se concentran en las zonas de litoral. Esta aseveración parece tener un contenido evidente hoy en día pero la planificación del sector turístico tal como fue preparada por el departamento Infratur del Banco Central en los años setenta preveía un polo en la capital, Santo Domingo y un polo de desarrollo en la montaña (Jarabacoa, Constanza). Finalmente, Santo Domingo nunca despegó a pesar de la rehabilitación de la ciudad colonial, de las inversiones en construcciones nuevas (hoteles, Faro a Colón...) y de la promoción.

Es preciso notar que el turismo de cruceros que ha tenido tanto éxito en muchas de las islas del Caribe (cerca de 10 millones de visitas de pasajeros de cruceros en la zona del Caribe en 1995) es casi inexistente en la República Dominicana, tal vez porque precisamente el puerto de Santo Domingo no ha sabido recibirlos. Así el desarrollo espacial del turismo dominicano está definitivamente vinculado al hotel de playa que conforma un espacio relativamente estrecho, privado y encerrado (acceso limitado para los nacionales aun en las playas). Este modelo que existe desde hace tiempo en otros países de la zona del Caribe o de otras zonas balnearias se aleja completamente del turismo urbano característico de los grandes polos mundiales (Paris, Venecia... y en la zona del Caribe de ciudades como San Juan de Puerto Rico, Cartagena de Indias o Miami). En este sentido el hecho de que Santo Domingo no posea ni una playa parece haber sido definitorio.

Este turismo balneario, que se ha definido a menudo como turismo de enclave, tiene ventajas y desventajas: la ventaja es de minimizar los contactos con la población y con la economía local y de limitar el uso de los recursos nacionales (transporte. ...)

que pueden ser escasos; pero este modelo tiene la desventaja de limitar drásticamente los gastos de los visitantes en los precios de los hoteles y también de establecer una barrera para el conocimiento recíproco de los nacionales y de los visitantes.

En el caso de la República Dominicana no se piensa que este modelo fue escogido a propósito. Más bien ocurre que las zonas de playa donde se desarrolló la construcción de hoteles se encontraban en las periferías del país, o en lugares históricamente muy poco poblados (provincia de Samaná y playas del Este) o situados en zonas pobres y poco habilitadas donde el mayor renglón económico era el cultivo de caña y la producción de azúcar (regiones de San Pedro de Macorís, La Romana y Puerto Plata).

Las estadísticas indican que la gran mayoría de los visitantes del país llegan con el propósito de vacacionar (81%) y pocos en asuntos de negocios (14%) o de conferencias (3%) lo que coincide con la constatación de que muchos entran al país por aeropuertos cercanos a las áreas de hoteles (35.4% y 24.3% entrando, respectivamente, por los aeropuertos de Puerto Plata y Punta Cana en 1996 mientras solamente 36.2% entraban por el aeropuerto Las Américas de Punta Caucedo). Hay que suponer que la gran mayoría de los turistas se quedan en sus hoteles y no visitan la ciudad de Santo Domingo.

Este factor de aislamiento de las principales zonas turísticas en relación a los centros de mayor población y de mayor desarrollo económico, la zona metropolitana de Santo Domingo y la zona de Santiago de los Caballeros, favorece el sistema de "todo incluido" por lo cual los turistas pagan por adelantado casi la totalidad de los servicios que ellos pueden necesitar durante su estadía, comidas y bebidas sobre todo. En efecto, en 1996 el 77% de los visitantes había utilizado la modalidad de pre-pagado (Banco Central 1997, 28). Los gastos extra en que incurren, según observaciones hechas en las playas, son para deportes (veleros, ski acuático...) controlados la mayor parte del tiempo por los hoteles

mismos, o para servicios como masajes y trenzas realizados en la misma playa, y, eventualmente, compras ocasionales de alguna pieza de traje de baño, camisetas, gafas.... éstas últimas actividades a cargo de empleados independientes. Las excursiones mas populares son hacia las playas de la isla Catalina o de la isla Saona en el Este. Las excursiones ofrecidas a Puerto Plata, Santiago o Santo Domingo tienen menos aceptación. Los hoteles tienden a controlar cada vez más la oferta de esas excursiones, lo que ha puesto en dificultad a comerciantes y agencias de viaje locales.

Esta falta de interés por el contacto cultural y por las excursiones puede ser explicada por varios factores entre los cuales cabe destacar:

- Las limitaciones de presupuesto de los visitantes quienes habiendo pre-pagado su estadía no quieren sufrir muchos gastos extras.
- los limitantes culturales de los visitantes que no hablan el español --o no entienden el español dominicano en el caso de los peninsulares-- y no están informados sobre el país por falta de guías, mapas...

También es de relevancia la poca capacitación lingüística de gran parte del personal hotelero en los idiomas como el alemán, el italiano y el francés, utilizados por la mayoría de los visitantes. Finalmente, es menester admitir que una buena parte de la demanda turística corresponde a una categoría baja que se define, según los conceptos de mercadeo adoptados a nivel internacional por la firma HORWATH, por una tarifa de habitación debajo de 45 dólares de los Estados Unidos. Este sector representa precisamente en la República Dominicana la mayor parte de la planta hotelera --y hay que añadir la más rentable--. Esta clientela, de recursos limitados y nivel cultural bajo, se conforma con una estadía de descanso o de ocio en la playa.

3. Las Relaciones entre Visitantes y Criollos. Consecuencias de la Apertura Turística.

La relación entre el visitante y el huésped en el caso de un país que fue muy pobre durante mucho tiempo es necesariamente ambigua y puede ser conflictiva. Las memorias de turistas de tiempos pasados recuerdan la hostilidad que caracterizaba el recibimiento de los primeros turistas, frecuentemente llamados "gringos" en la calle. Este estigma portado por el visitante, supuestamente reflejo del odio manifestado al imperialismo del Norte, existió por muchos años y todavía se conserva en las viejas generaciones. Pero el ambiente general ha cambiado, y el sentimiento más común hoy en día es de aceptación, de cortesía, aunque a veces se manifiesta cierta curiosidad o cierto servilismo. Hay que subrayar también que el turista *standard* ya no es el *yanki* sino el alemán, el español, el canadiense, sobre los cuales no descansa un prejuicio específico.

Este cambio profundo puede ser atribuido a una serie de factores entre los cuales es difícil dilucidar: los efectos del progreso democrático que ha experimentado el país, los intercambios propiciados por la migración de numerosos dominicanos a los Estados Unidos y a Europa occidental y la influencia de los medios de comunicación, particularmente la televisión. Este conjunto de factores puede ser llamado apertura cultural, modernización o aun globalización, pero es seguro que el turismo internacional es parte integral de ellos. Queda por ver cómo el turismo favorece esta apertura.

La primera consideración es el aporte del turismo a la creación de empleos, ya que es reconocido que este es un sector de uso intensivo de mano de obra. La tasa actual de empleos en el sector hotelero es de 1.1 a 1.2 empleos por habitación, lo que corresponde a 34,760 empleos directos en el sector hotelero (1995). Si uno añade los empleos existentes en sectores conexos como agencias de viajes, líneas aéreas, compañías de transporte y los empleos

indirectos, sobre todo en el sector informal, uno puede considerar que el conjunto del sector representa varias centenas de millares de empleos. Es preciso indicar que la mayoría de estos empleos cuentan con poca calificación, lo que quiere decir que la nómina correspondiente está cercana al salario mínimo, pero es también en esta categoría que se encuentra el grueso del desempleo en la República Dominicana. Este hecho es bien conocido de los que buscan empleo y saben por experiencia lo que el sector turístico representa. Es posible que en las zonas más apartadas (Samaná y las playas del Este) exista una demanda de empleo superior a la oferta corriente, lo que favorece a los empleados que se desplazan a estas zonas. Para los empleos calificados (gerentes, contables...) el mercado de trabajo turístico es de ámbito nacional y es común encontrar en los hoteles de playa ejecutivos oriundos de Santo Domingo o de Santiago. Por otra parte, una relativa prosperidad caracteriza algunas zonas rurales que otrora se consideraban atrasadas (Cruz, E. M., 1997).

La cuestión de la prostitución ha sido enfatizada en muchas ocasiones en la discusión del tema turístico de una manera poco racional, muchas veces por sectores conservadores para poner estigma sobre el turismo. Este es seguramente un tema delicado pero es importante subrayar que los trabajadores sexuales (prostitutos de sexo masculino o femenino) son relativamente poco numerosos en las zonas turísticas con excepción de algunos sitios bien identificados (Boca Chica y Sosúa). La prostitución es un fenómeno social que tiene raíces en este país desde la Conquista y la Colonia, pasando por el tiempo de los filibusteros y la dictadura de Trujillo que incentivó el tráfico de mujeres; por lo tanto, es poco lógico establecer una relación causal entre turismo y prostitución. A todas luces la prostitución, que fue tradicionalmente muy fuerte en zonas rurales o campesinas como el Cibao o las zonas azucareras del Este, parece más bien en retroceso por razones ligadas al cambio de patrones morales y a la apertura cultural ya mencionada. A nuestro juicio el número de prostitutas

dominicanas “trabajando” fuera en sitios tradicionales como los países del Caribe (Haití, Curazao, Guadalupe, ...) y en Europa (Italia, España, Países Bajos) es mucho más elevado que el número de prostitutas ejerciendo su oficio dentro del país. El tema de la prostitución infantil es totalmente distinto ya que los casos reportados por la UNICEF o por los investigadores de la Asociación ECPAT ameritan vigilancia y castigo de los delincuentes, ya sean visitantes perversos o policías corruptos (O’Connell, J. and Sánchez Taylor, J. 1996).

Conclusiones.

Este estudio quiere aportar una primera evaluación de las implicaciones sociales y políticas del gran auge que ha experimentado el sector turístico en los últimos quince años. Los elementos económicos y espaciales (la economía y la geografía del turismo) han sido abordados solamente en la medida que inciden en la comprensión del tema. En la actualidad el turismo tiene una aceptación bastante amplia en todas las capas sociales. En este sentido hubo un cambio en relación a los sentimientos de rechazo de los inicios cuando el nacionalismo exasperado se manifestaba en el cuadro de condiciones políticas adversas tanto a nivel interior como a nivel exterior.

No obstante, este auge manifiesta aspectos contradictorios y ambiguos: el hecho que el desarrollo del turismo tiene lugar en zonas apartadas hace que el fenómeno sea relativamente poco conocido en el país; el crecimiento de un turismo de playa con todos los gastos incluidos limita los beneficios indirectos que se pueden esperar de tal crecimiento. También el nivel de gasto por turista se debe a la categoría baja de la clientela básica: la República Dominicana compite con Cuba por el segmento de turismo más barato de la oferta caribeña. Hasta ahora esta política de todo incluido barato ha sido favorable para los dueños de hoteles, tanto extranjeros como nacionales, pero es de esperar que tarde o tem-

prano tendrán que confrontar la competencia y renovar/elevar su oferta. En cuanto a las relaciones entre visitantes y criollos, se puede decir que éstas han sido muy limitadas hasta ahora, por varias razones. Entre ellas: la lejanía de las zonas turísticas, el desarrollo limitado del turismo interior y las dificultades lingüísticas. Hay que esperar de parte del Estado dominicano una política que promueva el país con su identidad propia, sus habitantes y no cualquier playa anónima del Caribe.

BIBLIOGRAFÍA

- BANCO CENTRAL 1997 *Informe de la economía dominicana*. 1996. Santo Domingo. 65 p. anexos estadísticos.
- CARIBBEAN TOURISM ORGANIZATION 1996 *Caribbean Tourism Statistical Report 1994-95*. Culloden Farm, St. Michael. BARBADOS [anuario].
- CRUZ, E.M. 1997 *El nuevo giro de La Otra Banda*. Rumbo. (semanal, Santo Domingo 25 junio - 1 julio).
- GAYLE, D.G. and GOODRICH J. editors 1993 *Tourism Marketing and Management in the Caribbean*. London: Routledge. 259 p.
- HERNÁNDEZ SOTO, C. 1997 *Impacto cultural del turismo*. Rumbo. [semanal, Santo Domingo. 25 junio 1 julio].
- NORWATII CONSULTING 1996 *La industria hotelera dominicana 1996*. Santo Domingo. 23 p. [anuario redactado por la firma Sotero PERALTA].
- O'CONNELL DAVIDSON, J. and SANCHEZ TAYLOR, J. 1996. *Child Prostitution and Tourism*. N° 3. Dominican Republic. A Research Paper prepared for ECPAT. Bangkok. 35 p., 1 table.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO 1995 *República Dominicana. Guía legal de turismo*. Santo Domingo. 35 p.