

Análisis de los Turistas que Visitan una Ciudad Patrimonio de la Humanidad. El Caso de Santo Domingo, República Dominicana

Analysis of Tourists Visiting a World Heritage Site. The Case of Santo Domingo, Dominican Republic

JESÚS CLAUDIO PÉREZ GÁLVEZ¹, TOMÁS LÓPEZ-GUZMÁN², FRANCISCO ORGAZ AGÜERA³, JOSÉ PRADA-TRIGO⁴

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i4p605>

RESUMEN

El objetivo de este artículo es estudiar el perfil y las motivaciones de los turistas que visitan una ciudad Patrimonio de la Humanidad, la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana. La metodología utilizada en la investigación ha consistido en la realización de un trabajo de campo basado en encuestas a los turistas en el momento que se encontraban visitando la ciudad. Los principales resultados de la investigación muestran el importante nivel educativo de los turistas encuestados, la diversidad de países de procedencia y el elevado grado de fidelidad hacia este destino. La principal aplicación práctica de esta investigación es contribuir a entender las características sociodemográficas de los turistas que visitan la ciudad y sus motivaciones con la finalidad de concebir productos turísticos y culturales que satisfagan mejor las necesidades de los turistas y que, al mismo tiempo, sea compatible con la gestión

¹ **Jesús Claudio Pérez Gálvez** – Doctor. Profesor no Departamento de Economía Aplicada, Campus de Excelencia Internacional Internacional en Agroalimentación, Universidad de Córdoba, Córdoba, España. Currículo: https://www.researchgate.net/profile/Jesus_Perez_Galvez. E-mail: dt1pegaj@uco.es

² **Tomás López-Guzmán** – Doctor. Profesor no Departamento de Economía Aplicada, Campus de Excelencia Internacional Internacional en Agroalimentación, Universidad de Córdoba, Córdoba, España. Currículo: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=704287>. E-mail: tomas.lopez@uco.es

³ **Francisco Orgaz Agüera** – Doctor. Profesor e vicerrector de Producción e Investigación Científica, Universidad Tecnológica de Santiago, Santiago de los Caballeros, República Dominicana. Currículo: <http://www.eumed.net/rev/curydes/cv/foa.pdf>. E-mail: franorgaz@utesa.edu

⁴ **José Prada-Trigo** – Doctor. Profesor del Departamento de Geografía, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Geografía, Universidad de Concepción, Concepción, Chile. Currículo: http://faug.udec.cl/wp-content/uploads/2016/12/CV_JosePrada.pdf. E-mail: jprada@udec.cl



sostenible de este patrimonio material. Este artículo presenta uno de los primeros estudios realizados para analizar la relación entre el turismo y las ciudades Patrimonio de la Humanidad en América Latina, con lo cual puede servir de referencia para futuras investigaciones en este campo y en esta área geográfica.

PALABRAS CLAVE:

Turista. Perfil. Motivación. Patrimonio de la Humanidad. Santo Domingo, República Dominicana.

ABSTRACT

The aim of this paper is to study the profile and motivations of tourists visiting a city a World Heritage Site, the city of Santo Domingo, Dominican Republic. The methodology used in the research involved conducting fieldwork based on surveys of tourists at the time who were visiting the city. The main results show the important educational level of respondents tourists, the diversity of countries of origin and the high degree of fidelity to this destination. The main practical application of this research is to help understand the sociodemographic characteristics of tourists visiting the city and its motivations in order to conceive tourist and cultural products that best meet the needs of tourists and at the same time, is compatible sustainable management of this material heritage. This paper presents one of the first studies to analyze the relationship between tourism and the Heritage Site cities in Latin America, which can serve as reference for future research in this field and in this geographic area.

KEYWORD

Tourist. Profile. Motivation. World Heritage Site. Santo Domingo, Dominican Republic

INTRODUCCIÓN

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] publica anualmente un listado de lugares inscritos como Patrimonio de la Humanidad [WHS, por sus siglas en inglés *World Heritage Sites*], que supone el reconocimiento de un determinado lugar como de excelencia universal que debe ser gestionado y conservado para las generaciones tanto actuales como futuras. De esta manera, y siguiendo a Saipradist y Staiff (2007), la inscripción de una determinada área, zona o ciudad en el listado del Patrimonio de la Humanidad asegura la identificación, la conservación, la presentación y la transmisión a las futuras generaciones de lugares o monumentos que tienen un valor universal desde la perspectiva de la historia o del arte, así como el disfrute por parte de las generaciones actuales. Aunque el único objetivo de este listado de la Unesco es preservar y conservar estos lugares, en muchos casos, también significa un incremento significativo de los visitantes, sobre todo de los procedentes de otros países, creándose una fuerte relación entre el número de viajeros que visitan estos lugares (Breakey, 2012). En este sentido, puede resultar en ocasiones incluso contradictorio que mientras el objetivo de la Unesco en la designación de los WHS sea

promover su correcta gestión y su protección futura, algunos destinos, además de cumplir con estas obligaciones, estén priorizando su desarrollo turístico (Su & Wall, 2011), sobre todo en las localizaciones que han sido reconocidas en los últimos años y que son poco conocidas por los viajeros. De esta manera, se comienza incentivando el turismo doméstico y, posteriormente, reforzando la presencia de flujos turísticos internacionales en estos lugares (Su & Wall, 2011).

El objetivo fundamental de este artículo es sintetizar los resultados de un trabajo de campo que pretende determinar las características más importantes de los turistas que visitan la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, inscrita como WHS, haciendo referencia no sólo a sus características socio-demográficas [edad, género, profesión o nivel de estudios] sino a sus motivaciones, a sus intereses para visitar la ciudad, a sus expectativas y satisfacción, y a su valoración sobre diferentes aspectos relacionados con la visita. La investigación se basa en un trabajo de campo realizado a través de una encuesta realizada a una muestra representativa de visitantes en la que se plantean aspectos que más interesan conocer y permitan, a su vez, determinar claves del turismo en esta ciudad. Estas claves pueden servir de base para establecer recomendaciones que permitan un mayor aprovechamiento turístico, posicionando Santo Domingo como destino complementario de Punta Cana-Bávaro, en República Dominicana. Para conseguir este objetivo, el artículo se estructura, tras esta introducción, en un segundo apartado donde se realiza una revisión de la literatura; un tercero que presenta una descripción de la ciudad de Santo Domingo; un cuarto donde se muestra la metodología utilizada; y un último apartado que recoge los resultados de la investigación y su discusión. Este artículo termina con las conclusiones de la investigación y las referencias bibliográficas utilizadas.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La relación entre turismo y patrimonio es uno de los principales temas abordados en los últimos años por parte de la literatura académica relacionada con el turismo, donde se ha introducido el concepto de turismo patrimonial [*heritage tourism*]. El origen del interés por parte de la literatura científica de esta tipología de turismo se encuentra en la motivación que tienen los turistas por visitar determinados lugares. De hecho, esta tipología de turismo es uno de los más significativos y rápidos crecimientos de flujos (Poria, Butler & Airey, 2003). No obstante, existen una gran diversidad de zonas geográficas, de motivaciones y de diferentes variables que afectan al desarrollo de cada uno de dichos lugares (Breakey, 2012). En este sentido, el concepto de turismo patrimonial hace referencia a las actividades relacionadas con visitar esos lugares y tener experiencias vivenciales en esas zonas (Nguyen & Cheung, 2014). Asimismo, existen diferentes investigaciones científicas que analizan la relación entre el turismo y el patrimonio en lugares inscritos como WHS en diferentes países, pudiendo destacar Portugal (Remoaldo, Vareiro, Ribeiro & Santos, 2014), Israel (Poria *et al.*, 2003), China (Yang, Lin & Han, 2010), España (Antón, Camarero & Laguna-García, 2017) o Vietnam (Nguyen & Cheung, 2014).

Actualmente, y dentro del denominado turismo patrimonial, existen dos principales líneas de investigación (Su & Wall, 2011): primera, la definición y la categorización de la relación existente entre la herencia patrimonial y el turismo patrimonial; segunda, la relación que existe entre la preservación de la herencia patrimonial y el desarrollo sostenible del turístico en ese destino. Por otro lado, y siguiendo a Timothy y Boyd (2003), existen dos propuestas con respecto a las respuestas que se generan respecto a la pregunta de qué es el turismo patrimonial: primera, a través del análisis de la demanda turística en lugares donde se exhiben monumentos históricos o en localizaciones reconocidas como lugares patrimoniales; y segunda, mediante el estudio de la percepción del lugar en relación con la propia herencia cultural del visitante. Ello implica, siguiendo a Poria, Reichel y Biran (2006), que la visita a lugares históricos podría ser no solo una experiencia recreacional sino también una forma de comprender la herencia patrimonial que para cada uno de los individuos ese lugar significa.

La identificación y la comprensión de las tipologías de los turistas patrimoniales, sus motivaciones, sus comportamientos, sus percepciones y sus experiencias son elementos básicos para realizar una mejor gestión sostenible de los destinos y para definir las correspondientes estrategias por parte de los diferentes actores, tanto públicos como privados. Así, y siguiendo a Vong y Ung (2012), existen cuatro factores que deben de ser tenidos en cuenta en relación con el turismo patrimonial: primero, la historia y la cultura que ese bien o esa manifestación poseen y que aporta buena parte de su valor para las generaciones futuras; segundo, las facilidades y los servicios que se encuentran los turistas en dichos lugares culturales; tercero, la interpretación que se realiza de ese patrimonio; y cuarto, las atracciones patrimoniales en sí mismas con las que se encuentran los turistas. En este sentido, existen destinos donde los turistas encuentran que el patrimonio no es parte de su propia cultura y se siente exclusivamente como un mero visitante (McKercher & Chow, 2001), lo cual implica que es necesario considerar el contexto transcultural de los visitantes en estos lugares por parte de los productos que ofrezcan las empresas privadas y los gestores públicos que trabajan en ese territorio (Saipradist & Staiff, 2007).

Por tanto, el conocimiento del perfil sociodemográfico del turista y de sus motivaciones es fundamental para la correcta gestión del turismo en estos destinos (Nguyen & Cheung, 2014) ya que el turismo puede afectar tanto al patrimonio histórico como, incluso, a la propia cultura local (Abuamoud, Libbin, Green & Alrousan, 2014). El incremento en el número de turistas de los WHS, además de reforzar la marca del destino, implica también la necesidad de conocer la tipología de turista que llega al lugar, aunque todavía existe poca información científica sobre las características tanto del turista patrimonial como de la propia tipología de este turismo (Nguyen & Cheung, 2014). De hecho, la información científica en este campo es prácticamente nula en la mayoría de los países latinoamericanos y caribeños. De esta manera, este artículo busca contribuir a potenciar este campo del estudio del turismo de un WHS en América Latina y el Caribe a través de la presentación de una investigación en la ciudad de Santo Domingo.

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

República Dominicana - Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2015), las llegadas de turistas a la región del Caribe aumentaron un 6,2% entre 2010 y 2014, situándose en cabeza la República Dominicana (+10%) como el principal destino. Actualmente, República Dominicana destaca como el principal país en llegadas de turistas internacionales y en ingresos por turismo, seguido en ambos indicadores por Puerto Rico. República Dominicana posee el 2,2% de la cuota de turistas internacionales en América Latina, representando la región del Caribe el 12,4% del total. República Dominicana se ha consolidado como el principal destino turístico de la región del Caribe, caracterizado por un turista que visita el país para alojarse en hoteles *resort* 'todo incluido' (Moreno Gil, Sosa & Quintana, 2002), consolidándose el turismo como uno de los principales sectores del país (Villarreal & Van Der Horst, 2008), con 5.637 millones de dólares en ingresos por turismo (OMT, 2015) y más de 6.000 millones por ingresos fiscales por turismo (Banco Central de la República Dominicana, 2016).

República Dominicana recibió en 2016 un total de 5,959,347 visitantes (Banco Central de la República Dominicana, 2016), confirmando así su crecimiento constante. En la tabla 1 se puede observar que el número de visitantes ha ido incrementándose constantemente en los últimos años, al igual que el gasto medio del turista y la estadía promedio.

Tabla 1. Visitantes llegados a República Dominicana durante 2011-2015.

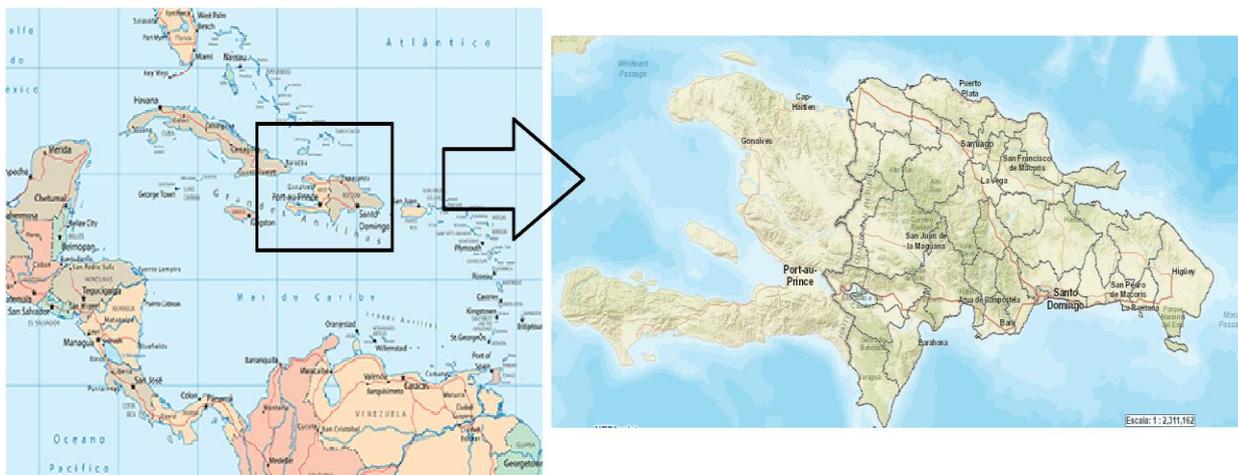
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Visitantes	4,306,431	4,562,606	4,689,770	5,141,377	5,599,859	5,959,347
Tasa de crecimiento visitantes respecto al año anterior	4.41%	5.95%	2.79%	9.63%	8.92%	6,42%
Estadía promedio (días)	8.66	8.46	8.45	8.37	8.32	8.54
Gasto medio diario turista (dólares/día)	113.89	118.36	124.89	128.49	129.90	130.66

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Central (2016).

En referencia al Producto Interior Bruto, República Dominicana cuenta con un PIB de 64.14 mil millones de dólares (2014), con un PIB per capital de 6.040\$ (2014), situándose por debajo de la media de América Latina y el Caribe, situada en 8.990\$ (Banco Central de la República Dominicana, 2016), pero consolidándose, según datos del Banco Central, como el principal país de Latinoamérica en crecimiento del PIB (7,1%). Según datos del Banco Central de la República Dominicana (2015), entre las actividades que más contribuyeron al crecimiento del PIB de República Dominicana en el año 2014 (+7.3%) está el turismo (7.5%), aunque esta actividad económica es superada por la explotación de minas (20,3%), la construcción (13,8%), los servicios financieros (9,1%), la enseñanza (8,4%) y la salud (7,2%).

Santo Domingo - Centrándonos en el destino objeto de estudio, la ciudad de Santo Domingo, capital de República Dominicana, esta se encuentra localizada sobre el Mar Caribe (figura 1).

Figura 1. Localización de Santo Domingo en el Caribe



Fuente: Elaboración propia a través de Imágenes de Google

En Santo Domingo se encuentra la primera catedral y el primer castillo de América, ambos ubicados en la Ciudad Colonial, la cual está declarada como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco desde 1990. Además, en esta ciudad se pueden encontrar diversos monumentos y lugares culturales, tales como la Calle El Conde, la Puerta de la Misericordia, la Catedral Santa María La Menor y el Alcázar de Colón, además de numerosos museos (Orgaz Agüera, 2013). Santo Domingo se ha convertido en el segundo destino turístico de República Dominicana, por detrás de Punta Cana-Bávaro, debido a sus numerosos centros culturales, financieros, comerciales e industriales, que atraen el interés de empresas internacionales y franquicias por su posición geográfica estratégica.

Según la Unesco (2017), Santo Domingo fue fundada seis años después del descubrimiento de la isla por Cristóbal Colón en 1492. Santo Domingo es la ciudad donde se construyeron la primera catedral, el primer hospital, la primera universidad y la primera aduana del continente americano. La ciudad colonial fue construida con arreglo a un trazado en damero que sirvió de modelo a casi todos los urbanistas del Nuevo Mundo. La ciudad fue proclamada Patrimonio de la Humanidad por los siguientes criterios (Unesco, 2017):

- Ser la manifestación de un intercambio considerable de valores humanos durante un determinado periodo o en un área cultural específica, en el desarrollo de la arquitectura, las artes monumentales, la planificación urbana o el diseño paisajístico (criterio II).
- Ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de edificio o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre una etapa significativa o etapas significativas de la historia de la humanidad (criterio IV).
- Estar asociados directamente o tangiblemente con acontecimientos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, o con obras artísticas o literarias de significado universal

excepcional (el Comité considera que este criterio sólo justifica la inscripción en la Lista en circunstancias excepcionales y en aplicación conjunta con otros criterios culturales o naturales) (criterio VI).

METODOLOGÍA

Cuestionario y procedimiento - El análisis que sobre el turismo en Santo Domingo que se presenta en este artículo se fundamenta en los resultados obtenidos a través de un cuestionario a una muestra representativa de sus visitantes extranjeros. A partir de una encuesta inicial y a través de sucesivas depuraciones, se realizó un pre-test con una muestra inicial de turistas de similares características a la muestra final, se llegó al formato definitivo. El formato final buscaba tanto la claridad de las preguntas como la obtención de los objetivos del trabajo, así como la máxima concreción posible para no alargar demasiado la entrevista con los visitantes encuestados. La encuesta se realizó en dos idiomas [español e inglés] y presentó cuatro grandes bloques. El primero de ellos, destinado a recoger las características del viaje o de la visita. Así, se pregunta por el tiempo de visita, tipo de alojamiento o por la gestión del viaje entre otras. Un segundo bloque centrado en las motivaciones que le traen a la ciudad y sus preferencias respecto a los lugares de interés turístico que tiene previsto visitar. Un tercer bloque recoge las impresiones sobre determinados atributos relacionados con la ciudad como destino turístico y sus expectativas de futuro. Y, finalmente, un último bloque que recoge características generales de los visitantes, como edad, género o nivel de formación entre otros.

Las encuestas fueron realizadas por un equipo de encuestadores perfectamente capacitados y formados para la ocasión, vinculados a la Universidad Tecnológica de Santiago en Santo Domingo. Los cuestionarios se pasaron en los dos idiomas señalados elegidos según la lengua materna y procedencia de los visitantes para no excluir a ningún turista, o, en su defecto, en el idioma en que eligió el encuestado. La tabulación de los datos también fue realizada por el equipo colaborador. Se obtuvieron un total de 611 encuestas válidas, de un total de 670, que se cumplimentaron en diferentes días entre los meses de octubre 2015 a febrero 2016. Las encuestas fueron realizadas en diferentes lugares de la ciudad y en diferentes horarios para tratar de recoger así el abanico más amplio posible de personas y situaciones. La selección de las entrevistas fue realizada por muestreo de conveniencia, técnica habitual en este tipo de investigaciones (Finn, Elliott-White & Walton, 2000).

Muestreo y error muestral - El marco concreto de nuestro estudio es el turista extranjero que llega a la ciudad de Santo Domingo, independientemente que pernocte o no, o que visite otros lugares de la provincia de Santo Domingo. Este turismo es difícil de analizar debido a la falta de datos. Las estadísticas proporcionadas por el Banco Central de la República Dominicana recogen al número de visitantes no residentes recibidos a través del aeropuerto internacional Las Américas, situado en la ciudad. Para ello se excluyen los trabajadores fronterizos, estacionales y con contratos de corta duración, estudiantes por períodos largos, etc. ya que no pueden calificarse de visitantes.

Si bien las cifras no representan el número total de turistas extranjeros, no todo viajero tiene por qué llegar a Santo Domingo vía aérea, al menos nos permite hacernos una idea del posible tamaño y evolución de la demanda turística internacional de esta ciudad. Tomando como referencia las estadísticas de llegadas de extranjeros al aeropuerto internacional Las Américas se puede inferir que el universo de estudio es de 825.307 visitantes. Tomando como referencia esta cifra, el error muestral para un nivel de confianza del 95% sería $\pm 3,96\%$. La ficha técnica de la investigación se presenta en la tabla 2.

Tabla 2: Ficha técnica de la investigación

Número total visitantes extranjeros (2014)	825.307 visitantes
Muestra	611 encuestas
Procedimiento	Muestreo de conveniencia
Periodo de realización	Octubre 2015 a febrero 2016
Error muestral	$\pm 3,96\%$
Nivel de confianza	95,0% $p=q= 0,5$
Control de la muestra	Realización y supervisión del trabajo por los autores de la investigación

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y DISCUSIÓN

Características socio-económicas de los visitantes encuestados - El estudio ha sido realizado a través de un total de 611 encuestas a visitantes extranjeros en la ciudad de Santo Domingo entre octubre de 2014 y febrero de 2015. De las 611 personas entrevistadas, el 45,5% fueron hombres y el 54,5% restante mujeres, no existiendo diferencias importantes en la toma de datos a lo largo de los diferentes meses (tabla 3).

Tabla 3: Género y edad

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
Edad	Menos de 30 años	2,6%	3,5%	3,2%
	30-39 años	36,6%	39,4%	38,1%
	40-49 años	46,8%	45,4%	46,0%
	50-59 años	11,7%	7,9%	9,6%
	60 años o más	2,3%	3,8%	3,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Los visitantes encuestados son, en términos generales, jóvenes. Así, la tabla 3 muestra como algo más del 80% tiene menos de 50 años. El grupo de visitantes de más de 40 años suele

viajar acompañado de su pareja y los más jóvenes lo suelen hacer con la pareja o acompañados de amigos o compañeros de trabajo. Dentro de las personas que viajan solas, su presencia es mayor en el grupo entre 50 y 59 años.

Tabla 4: Nivel estudios visitantes según procedencia

Nivel Estudios	Continentes				Total
	Sur América	Europa	Norte América	Otros	
Enseñanza primaria/ESO	----	1,4%	----	----	0,5%
Bachillerato / Formación Profesional	61,0%	47,9%	39,0%	42,9%	51,6%
Graduado Universitario	36,8%	42,7%	57,0%	50,0%	43,0%
Postgraduado Universitario	2,2%	8,0%	4,0%	7,1%	4,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

El nivel de estudios de los visitantes es elevado, tal y como refleja la tabla 4. Un 48% de los de los encuestados declaran ser graduado o postgraduado universitario, detectándose una asociación entre el nivel de estudios y el país de procedencia [coeficiente contingencia = 0,430; $p = 0,000$]. A ello contribuye de manera notoria que un 61% de los visitantes procedentes de Estados Unidos declaren estudios universitarios. Al analizar el nivel de estudios en función de la edad se observa que los viajeros más jóvenes [menores de 50 años] cuentan con un mayor nivel de estudios, de manera que conforme aumenta la edad aumenta la presencia de turistas con estudios primarios y secundarios, disminuyendo los universitarios.

En cuanto al origen de las visitas puede ser analizado en la tabla 5. El turista americano [Estados Unidos, Canadá y Sudamérica] representa casi un 61% del total extranjero, seguido del turismo europeo con un 37% y el resto del mundo con sólo una tasa del 2,4%. Entre los visitantes de América Latina, tres países de procedencia destacan por encima del resto, Venezuela, Brasil y Cuba, los cuáles representan un 25% del turismo extranjero que llega a Santo Domingo. En cuanto al turismo europeo, destaca la presencia de visitantes italianos y españoles.

Tabla 5: Lugar de procedencia turistas

Países		Continentes	
Estados Unidos	12,3%	América Latina	43,0%
Venezuela	10,0%		
Italia	10,0%		
España	8,1%	Europa	37,0%
Brasil	7,8%		
Cuba	7,0%		
Puerto Rico	6,6%	Norte América	17,6%

Canadá	5,3%		
Colombia	5,3%		
Rusia	4,8%	Otros	2,4%
Reino Unido	4,6%		
Otros	18,2%		
Total	100,0%	Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Renta económica e impacto económico del turismo - Como no podría ser de otra manera, la pregunta sobre el nivel mensual de renta familiar ha sido la que más reticencia ha suscitado. Así, un total de 12 personas de las 611 encuestadas válidas obtenidas no han contestado, a pesar de la amplitud de los intervalos planteados en el cuestionario. Los visitantes extranjeros que acuden a Santo Domingo se caracterizan por contar con una capacidad adquisitiva alta. De los turistas que contestaron, el 5,9% declaran tener un ingreso inferior a los 1.500 dólares mensuales frente al 50,9% que declaran ganar más de 2.500 dólares, de los cuáles casi la mitad son europeos [tabla 6].

Tabla 6: Renta mensual familiar disponible según procedencia

Niveles de renta	Continentes				
	Sur América	Europa	Norte América	Otros	Total
Menos de 1.000 \$	0,8%	----	----	----	0,4%
De 1.000 a 1.500 \$	10,5%	1,8%	2,0%		5,5%
De 1.501 a 2.500 \$	53,5%	36,8%	31,1%	46,7%	43,2%
De 2.501 a 3.500 \$	33,3%	49,1%	59,4%	40,0%	43,9%
Más de 3.500 \$	1,9%	12,3%	7,5%	13,3%	7,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Los datos revelan que el turismo de mayor poder adquisitivo proviene de Europa y que la capacidad adquisitiva más baja se registra entre los turistas de América Latina. Existen, por tanto, diferencias entre los visitantes atendiendo a su lugar de procedencia, detectándose una asociación significativa entre el nivel de renta familiar y la nacionalidad [coeficiente contingencia = 0,505; $p = 0,000$]. La media de gasto planeado de los turistas encuestados alcanza los 78 dólares al día, detectándose diferencias significativas al relacionarlo con el país de origen [coeficiente F Snedecor Anova = 5,785; $p = 0,001$]. El nivel medio de gasto declarado por los turistas europeos es un 5% superior a la media, correspondiendo el registro más bajo a los norteamericanos, un 17% inferior a la media [tabla 7]. Existe una clara relación entre el nivel de renta familiar y el gasto diario planeado [coeficiente gamma = 0,614; $p = 0,000$]. Los

turistas que declaran niveles mayores piensan gastarse más dinero y, al contrario, aquellos que declaran rentas más bajas tienen previsiones de gasto menores.

Tabla 7: Gasto planeado diario según procedencia

Gasto planeado	Continentes				
	Latino América	Europa	Norte América	Otros	Total
Menos de 60\$	0,4%	0,9%	1,0%	----	0,7%
De 61 a 80\$	2,3%	----	3,7%	6,6%	1,8%
De 81 a 100\$	29,3%	28,7%	42,9%	40,0%	31,7%
De 101 a 120\$	58,7%	53,8%	46,7%	46,7%	54,5%
Más de 120 \$	9,3%	16,6%	5,7%	6,7%	11,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Considerando la estimación de turistas extranjeros que visitan la ciudad, las variables de gasto medio diario y la duración de la estancia se puede realizar una aproximación de las divisas ingresadas por la ciudad para el año 2015 procedentes del turismo y que alcanzaría la cifra de 120,34 millones de dólares, de los cuáles un 54% correspondería al turismo latinoamericano, el 32% al europeo, un 13% al norteamericano y el 1% restante a turistas del resto de continentes. Estos ingresos revierten en la economía de la ciudad a través de pago de sueldos y salarios, compra de materiales y servicios, y también aumentando la demanda en otras ramas de la actividad, como la restauración, el comercio, el transporte o el ocio, entre otras. De lo anterior cabe concluir que el patrimonio monumental de la ciudad de Santo Domingo tiene un impacto positivo y relevante sobre su actividad económica.

Motivaciones de la visita - Uno de los principales objetivos del estudio es conocer las razones que traen a los turistas a Santo Domingo. Para ello se diseñó una escala que trató de recoger las razones de viaje más frecuentes y relevantes analizados en investigaciones previas adaptándolas y teniendo en cuenta las características específicas del destino turístico y de los visitantes (Lee, Lee & Wicks, 2004; Yuan & Jang, 2008; Devesa, Laguna & Palacios, 2010). Tras la realización de un pretest se seleccionaron un total de ocho ítems en una escala de Likert de 5 puntos, siendo 1 poco y 5 mucho, para determinar la importancia relativa de una serie de factores en su decisión de visitar la ciudad. Se incluyeron factores internos y externos, tal y como establece la teoría de Crompton (1979) entre motivos de arrastre y motivos de empuje. El coeficiente alpha de Cronbach de la escala final alcanza un valor de 0,704, indicativo de la consistencia interna meritoria entre los elementos de la escala. El nivel crítico (p) asociado al estadístico F (161,884) del análisis de varianza que se utiliza para contrastar la hipótesis nula que todos los elementos de la escala tienen la misma media (ANOVA) es menor que 0,001, no siendo, por tanto, posible mantener la hipótesis de que las medias de los elementos son iguales. Los resultados se recogen en la tabla 8.

En una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 es poco y 5, mucho, un 93% de los entrevistados considera que conocer y profundizar en la riqueza patrimonial de la ciudad son los principales motivos de la visita. Ello muestra algo conocido, la gran importancia de la riqueza patrimonial en la atracción del turismo. También sobresalen razones de tipo hedónico como son el deseo de conocer sitios y desconectar de lo cotidiano - motivo principal entre el 80% de encuestados. En el polo opuesto, las motivaciones menos poderosas son la fama y reputación turística de la ciudad, y el ser un destino accesible para el bolsillo. Los datos revelan que existen de algunas que otras diferencias en función del lugar de procedencia de los visitantes [tabla 8].

Tabla 8: Valoración motivos visitar Santo Domingo de Guzmán según procedencia

Motivaciones de la visita	Continentes				
	Sur América	Europa	Norte América	Otros	Total
Conocer riqueza histórica y patrimonial	4,99	4,84	4,94	5,00	4,93
Profundizar conocimiento patrimonio	4,96	4,77	4,92	5,00	4,88
El deseo de conocer sitios nuevos	4,94	4,74	4,80	4,93	4,84
Desconectar de lo cotidiano	4,83	4,76	4,59	4,21	4,75
Degustar su gastronomía	4,85	4,59	4,60	4,33	4,70
Conocer el malecón y la zona histórica	4,64	4,11	4,25	3,86	4,36
Ser un destino accesible para el bolsillo	4,26	4,26	4,17	4,00	4,24
Fama y reputación turística de la ciudad	4,24	3,97	3,94	4,14	4,09

Fuente: Elaboración propia

El análisis estadístico permite contrastar que las medias comparadas no son iguales para los factores motivaciones que se recogen en la tabla 9. Al objeto de efectuar las comparaciones no puede asumirse que las varianzas poblaciones son iguales ya que el nivel crítico asociado al estadístico de Levene es menor que 0,05 para la mayoría de los casos.

Tabla 9: Análisis ANOVA motivaciones de la visita según procedencia

Motivaciones de la visita	ANOVA		Prueba igualdad varianzas		Prueba robusta igualdad medias	
	F	Sig.	Levene	Sig.	Wech	Sig.
Conocer riqueza histórica y patrimonial	18,518	<,000	88,744	<,000	16,488	<,000
Profundizar conocimiento patrimonio	9,061	<,000	35,548	<,000	6,687	<,001
El deseo de conocer sitios nuevos	6,341	<,002	24,874	<,000	6,943	<,001
Desconectar de lo cotidiano	8,212	<,000	16,721	<,000	7,012	<,001
Degustar su gastronomía	8,770	<,000	23,123	<,000	9,693	<,000
Conocer el malecón y la zona histórica	37,012	<,000	3,632	<,027	37,948	<,000
Fama turística de la ciudad	6,669	<,001	2,583	<,076	6,766	<,001

Fuente: Elaboración propia

El estadístico F del ANOVA se basa en el cumplimiento de dos supuestos: normalidad y homocedasticidad. Dado que no puede asumirse que las varianzas poblacionales sean iguales en todos los motivos, se recurre al estadístico de Welch como alternativa al estadístico F del ANOVA. Puesto que el nivel crítico asociado al estadístico es menor que 0,05, se puede rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que los promedios de las variables motivacionales recogida en la tabla entre los turistas a tendiendo a su lugar de procedencia no son iguales.

Satisfacción con la visita - Uno de los aspectos que más llama la atención es el elevado grado de satisfacción que declaran las personas que visitan la ciudad. Un 4,6 en una escala de 1 a 5, con un elevado porcentaje de personas que se declaran plenamente satisfechas - un 59,7% señalan un 5 -. En este último grupo se encuentran con mayor frecuencia los hombres -tabla 10- y los visitantes más jóvenes -tabla 11-. Asimismo, y puntualizando la escasa importancia de los nada satisfechos, sólo el 1,0% de los encuestados muestran una puntuación menor o igual a tres, en este grupo encontramos más mujeres que hombres.

Tabla 10: Satisfacción general de la visita

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
Satisfacción	≤ 3	0,4%	1,5%	1,0%
	4	38,8%	39,7%	39,3%
	5	60,8%	58,8%	59,7%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%
Media		4,67	4,57	4,59

Fuente: Elaboración propia

El análisis del nivel de satisfacción atendiendo a las características socio-demográficas revela que no existen diferencias estadísticas significativas en función del género, la edad, la formación, la categoría profesional o nivel de renta. Sólo se detectan respecto al lugar de procedencia, siendo el grado de satisfacción mayor entre los turistas sudamericanos, la visita previa a la ciudad y el hecho que se pernocte en la misma - suelen irse más contentas las personas que han visitado con anterioridad la ciudad y aquellas que más tiempo pasan en ella (tabla 12). Parece claro pues que es necesario dedicar cierto tiempo a la ciudad, como cualquier otro destino turístico, para disfrutarlo plenamente.

Tabla 11: Satisfacción general de la visita en función de la edad

		Edad					
		Menos de 30 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años	60 años o más	Total
Satisfacción	≤ 3	5,6%	0,9%	0,4%	3,6%	-----	1,0%
	4	22,2%	40,6%	39,7%	34,5%	50,0%	39,3%
	5	72,2%	58,4%	59,9%	61,8%	50,0%	59,7%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Media		4,67	4,58	4,60	4,58	4,50	4,59

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Análisis ANOVA satisfacción de la visita

Variables	ANOVA		Prueba igualdad varianzas		Prueba robusta igualdad medias	
	F	Sig.	Levene	Sig.	Wech	Sig.
Lugar de procedencia	3,300	<,038	0,976	<,378	4,439	<,032
Visita anterior a la ciudad	6,852	<,001	23,882	<,000	7,204	<,007
Pernocta en la ciudad	9,845	<,000	44,318	<,000	10,351	<,001

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

El turismo que visita la ciudad de Santo Domingo es un turismo claramente cultural, teniendo en la Catedral Santa María la Menor - Catedral Primada de América -, su principal reclamo turístico. Asimismo, la Fortaleza Ozama, la Casa de Bastidas, el Alcázar de Colón, el Convento de los Dominicos, la Plaza Mayor o la calle Las Damas son recursos con un buen posicionamiento, todos ellos ubicados en la Zona Colonial de la ciudad declarada por la Unesco Patrimonio de la Humanidad en 1990. La oferta museística también sobresale, caso de los museos de las Casas Reales y de Arte Moderno. También deslumbra por su excelente gastronomía, vibrante vida nocturna y excelentes opciones de compras (artesanía y pinturas

dominicanas, así como tabaco, ron y café), dentro del marco de un patrimonio histórico único en las Américas.

El potencial turístico cultural de la ciudad de Santo Domingo hace necesario la realización de estudios como el realizado al objeto de obtener ideas y claves fundamentales de gran relevancia a la hora de realizar planes de mejora o de promoción turística. El reconocimiento de una determinada ciudad o área como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco supone, además de un reconocimiento cultural y de una obligación de conservación del mismo, un importante atractivo para promocionar a un destino para una determinada tipología de turista y, por tanto, también implica la necesidad de gestionar correctamente dicha área. Las estrategias diferenciadoras en la oferta turística pasan por una exhaustiva descripción de los turistas que la visitan, lo que implica no sólo un análisis de las variables socio-demográficas sino también de sus motivaciones, intereses, expectativas, satisfacción y la opinión sobre diferentes aspectos de la visita o hábitos de consumo.

Con el objetivo de determinar el perfil de los turistas que se acercan a visitar la ciudad de Santo Domingo resumimos a continuación los datos más relevantes de las ideas y claves obtenidas en el trabajo de investigación llevado a cabo. El visitante que viene a la ciudad es una persona joven, menor de 50 años, con un buen nivel educativo. El nivel de estudios es más alto en el caso de los visitantes norteamericanos, un 61% declara tener estudios universitarios frente al 39% de los sudamericanos. Existe bastante heterogeneidad en el origen de las visitas. Entre los turistas sudamericanos destacan Venezuela, Brasil y Cuba como principales países de procedencia, todos ellos pertenecientes al espacio caribeño; y entre los europeos, los que vienen de Italia y España, que corresponden al perfil de turista 'latino' o 'mediterráneo'. Precisamente, son los turistas europeos los que declaran un mayor nivel de renta.

Sólo dos de cada diez turistas han visitado la ciudad en anteriores ocasiones, aunque la mayoría de los que repiten la visita son sudamericanos. El grado de pernoctación es acorde al hecho de que la ciudad no suele ser el destino final del viaje. Tan sólo un 22% de los visitantes encuestados pernoctó al menos una noche. El medio de alojamiento más habitual es el hotel de 1 estrella, hostel o pensión, seguido de lejos por el hotel de 2 o 3 estrellas. La media de gasto diario planeado de los turistas alcanza los 78\$, siendo el gasto declarado por los europeos algo mayor, 82\$ día. La demanda generada se estima alrededor de los 120 millones de dólares al año, de los cuales el 54% deriva de los visitantes sudamericanos. Estas cifras permiten concluir que la riqueza y diversidad patrimonial de la ciudad de Santo Domingo tiene un impacto positivo y relevante sobre su actividad económica.

Los resultados evidencian la existencia de esquemas motivacionales diversos para visitar la ciudad de Santo Domingo, proporcionando información sobre la tipología del visitante que viaja a esta ciudad como destino turístico. Así, y desde el punto de vista motivacional, la ciudad de Santo Domingo es un destino turístico al que se acude principalmente por motivos culturales y, en menor medida, por razones hedónicas y gastronómicas. El hecho de ser Ciudad Patrimonio Material de la Humanidad le sitúa en una excelente posición para tratar de seguir creciendo como destino cultural en República Dominicana. El disponer de un patrimonio material atractivo para los turistas nos lleva a llamar la atención sobre la necesidad de

incrementar los esfuerzos de cara a su conservación. En este sentido, se hace necesaria una mayor implicación de los agentes directamente implicados en el sector y una adecuada intervención de las instituciones públicas.

Los visitantes señalan una alta satisfacción con su experiencia turística, siendo la valoración significativa distinta atendiendo al lugar de procedencia del turista. Este alto nivel de satisfacción no cambia atendiendo a las características socio-demográficas del visitante, aunque si se aprecia una mayor satisfacción entre aquellos turistas que previamente visitaron la ciudad y pernoctan en la misma. De igual manera, el lugar de procedencia del visitante se traduce en percepciones significativamente distintas en relación con los atributos turísticos del destino, siendo valoradas en mayor medida la riqueza y diversidad de su patrimonio histórico y monumental, así como la conservación del mismo, y la atención y calidad de los establecimientos hoteleros y hosteleros. Entre los puntos para mejorar la imagen de la ciudad de Santo Domingo como destino turístico sobresalen la seguridad ciudadana, el cuidado y limpieza de la ciudad, y su servicio de transporte público.

De igual forma, se pone de manifiesto que los visitantes realizan una valoración significativa distinta de la experiencia vivida según esté más o menos relacionada con las razones que motivaron el viaje. Este hecho tiene una clara implicación de gestión para las empresas turísticas y el sector público de la ciudad, las iniciativas destinadas a incrementar la satisfacción del turista deben partir de un análisis de las razones que motivan el viaje para incidir en la presencia y correcta prestación del producto turístico. Las Administraciones Públicas, las empresas, los profesionales del turismo e incluso la población receptora deben realizar un esfuerzo coordinado y asumir cada uno de ellos su responsabilidad en la satisfacción del turista, un elemento esencial del éxito de cualquier destino.

La principal aplicación práctica de esta investigación es contribuir al análisis de las características del turista extranjero en lugar WHS con la finalidad de concebir productos turísticos y culturales que satisfagan mejor sus necesidades y que, al mismo tiempo, sea compatible con la gestión sostenible de este patrimonio material. Para concluir, como futuras líneas de investigación, se hace necesario el profundizar en el estudio del turismo cultural llevando a cabo estudios similares en otras ciudades declaradas por la Unesco Ciudades Patrimonio de la Humanidad al objeto de poder identificar nexos comunes y rasgos diferenciadores.

BIBLIOGRAFÍA

- Abuamoud, I. N., Libbin, J., Green, J. & Alrousan, R. (2014). [Factors affecting the willingness of tourists to visit cultural heritage site in Jordan](#). *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 148-165.
- Antón, C., Camarero, C. & Laguna-García, M. (2017). [Towards a new approach of destination royalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivation](#). *Current Issues in Tourism*, 20(3), 238-260.

- Banco Central (2015). *Estadísticas Turísticas 2014*. Banco Central de la República Dominicana, Santo Domingo.
- Banco Central (2016). [Datos República Dominicana](#).
- Breakey, N. M. (2012). [Studying World Heritage visitors: the case of the remote Riversleigh Fossil Site](#). *Visitor Studies*, 15(1), 82-97.
- Crompton, J.L. (1979). [Motivations for pleasure vacation](#). *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Devesa, M., Laguna, M. & Palacios, A. (2010). [The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism](#). *Tourism Management*, 31(4), 547-552.
- Lee, C.K., Lee, Y.K. & Wicks, B. (2004). [Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction](#). *Tourism Management*, 25, 61-70.
- Moreno Gil, S., Sosa, D. F. C., & Quintana, T. A. (2002). [Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: El caso de República Dominicana](#). *Cuadernos de Turismo*, 9, 67-84.
- McKercher, B. & Chow, S. M. (2001). [Cultural distance and participation in cultural tourism](#). *Pacific Tourism Review*, 5(1), 23-32.
- Nguyen, T. H. H. & Cheung, C. (2014). [The classification of heritage visitors: a case of Hue City, Vietnam](#). *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35-50.
- Orgaz Agüera, F. (2013). [Patrimonio y cultura en El Caribe: presentación y propuesta de promoción y comercialización turística de los museos de Santo Domingo](#). *Revista de Investigación Asri, Arte y Sociedad*, 5, 1-10.
- Poria, Y., Butler, R. & Airey, D. (2003). [The core of heritage tourism](#). *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254. DOI: 10.1016/S0160-7383(02)00064-6
- Poria, Y.; Reichel, A. & Biran, A. (2006). [Heritage site management. Motivations and expectations](#). *Annals of Tourism Research*, 33(1), 162-178. DOI: 10.1016/j.annals.2005.08.001
- Remoaldo, P. C., Vareiro, L.; Ribeiro, J. C. & Santos, J. F. (2014). [Does gender affect visiting a World Heritage Site?](#). *Visitor Studies*, 17(1), 89-106.
- Saipradist, A. & Staiff, R. (2007). [Crossing the cultural divide: Western visitors and interpretation at Ayutthaya World Heritage Site, Thailand](#). *Journal of Heritage Tourism*, 2(3), 211-224.
- Su, M. M. & Wall, G. (2011). [Chinese research on World Heritage Tourism](#). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(1), 75-88.

- Timothy, D. J. & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Pearson Education.
- Villareal, R., y Van Der Horst, A. (2008). [Estrategia de competitividad turística de la República Dominicana](#). *ARA, Revista de Investigación en Turismo*, 1(1), 15-28.
- Vong, L. T.-N. & Ung, A. (2012). [Exploring critical factors of Macau's heritage tourism: what heritage tourists are looking for when visiting the city's iconic heritage site](#). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 231-245.
- Yang, C. H., Lin, H. L., & Han, C. C. (2010). [Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites](#). *Tourism Management*, 31(6), 827-837.
- Yuan, J., & Jang, S. (2008). [The effects of quality and satisfaction on awareness and behavioral intentions: exploring the role of a wine festival](#). *Journal of Travel Research*, 46(1), 279-288.

Recebido: 29 SET 2016

Avaliado: OUT – NOV

Aceito: 23 SET 2017

