

PROPUESTA DE PLAN DE REGULARIZACIÓN OPERATIVA Y LEGAL PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE PRESTAN SERVICIOS TURÍSTICOS EN ZONAS COSTERAS.

LEVANTAMIENTO Y DIAGNÓSTICO DE NEGOCIOS TURÍSTICOS PRESENTES EN ZONAS COSTERAS. ÁREA PILOTO: SAMANÁ Y MONTECRISTI
TOMO I



"Propuesta de Plan de Regularización operativa y legal para micro y pequeñas empresas que prestan servicios turísticos en zonas costeras".
Tomo I de II. Levantamiento y diagnóstico de negocios turísticos presentes en zonas costeras.
Área piloto: Samaná y Montecristi.

Santo Domingo de Guzmán, República Dominicana. 2017
Primera Edición

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
Ángel Francisco Estévez Bourdier
Ministro

Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD

Ydalia Acevedo Monegro
Viceministra de Recursos Costeros y Marinos.

Ministerio de Turismo
Francisco Javier García Fernández
Ministro

Maribel Villalona
Directora Planificación y Proyectos

Avenida Cayetano Germosén, esq.
Avenida Luperón.
Santo Domingo, República Dominicana

Tel.: +1 809 567 4300
www.ambiente.gob.do
E-mail: info@ambiente.gob.do

Tel. + 1 809-221-4660
www.mitur.gob.do
E-mail: mitur@gob.do

Coordinación Proyecto Biodiversidad Costera y Turismo. BCyT
Jonathan Delance F., Coordinador Nacional
Coordinación de la Consultoría
Elia Mariel Martínez Moisés
Especialista en Turismo Sostenible

Revisión técnica :
Jonathan Delance
Elia Mariel Martínez Moisés
Dirección de Empresas y Servicios, MITUR
Consultoría Jurídica, MITUR
Dirección de Planificación y Proyectos, MITUR
Viceministerio de Recursos Costeros y Marinos, Medio Ambiente.

Fotografías:
Green Consulting

Consultores
Green Consulting, Ingeniería Sanitaria y Ambiental
Sherly Almonte García
Rosa Brito Parra

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
Ministerio de Turismo

Para citar documento: Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. 2017. **"Propuesta de Plan de Regularización operativa y legal para micro y pequeñas empresas que prestan servicios turísticos en zonas costeras"**. Tomo I. Proyecto Biodiversidad Costera y Turismo, BCyT. Santo Domingo, R.D.

Impresión: se permite la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación siempre y cuando sea citada la fuente.



PROPUESTA DE PLAN DE REGULARIZACIÓN OPERATIVA Y LEGAL PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE PRESTAN SERVICIOS TURÍSTICOS EN ZONAS COSTERAS.

LEVANTAMIENTO Y DIAGNÓSTICO DE NEGOCIOS TURÍSTICOS PRESENTES EN ZONAS COSTERAS. ÁREA PILOTO: SAMANÁ Y MONTECRISTI
FEBRERO 2017 | TOMO I



ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo I: Alcance	08
Capítulo II: Levantamiento de información	11
Capítulo III: Clasificación de los negocios turísticos	14
Capítulo IV: Levantamiento de información provincia de Montecristi	16
4.1. Resultados del levantamiento de información en los negocios turísticos de la provincia de Montecristi	17
4.2. Condiciones específicas de los principales puntos turísticos	24
4.3. Conclusiones del levantamiento para la provincia Montecristi	26
Capítulo V: Levantamiento de Información Provincia de Samaná	28
5.1 Resultados del levantamiento de información de los negocios turísticos de la provincia Samaná	28
5.2 Condiciones específicas de los principales puntos turísticos	34
5.3 Conclusiones del Levantamiento de Información en los Negocios Turísticos de Samaná	37

CONTENIDO





ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1.- Año de apertura de los negocios turísticos de la zona costero-marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.	21
Tabla No. 2.- Nacionalidad y género de los propietarios de negocios turísticos	22
Tabla No. 3.- Año de apertura de los negocios turísticos de la zona costero-marina de la provincia Samaná.....	31
Tabla No. 4.- Nacionalidad y género de los propietarios de negocios turísticos de la zona costera de Samaná.	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1.- Provincias de estudio: Samaná y Montecristi.	08
Figura No. 2.- Zona de levantamiento de información, provincia de Montecristi.	09
Figura No. 3.- Áreas protegidas y biodiversidad costera, Montecristi.	09
Figura No. 4.- Zona de levantamiento de información, provincia de Samaná.	10
Figura No. 5.- Áreas protegidas y biodiversidad costera, Samaná.....	10
Figura No. 6.- Formulario Levantamiento de Información (Parte 1).....	12
Figura No. 7.- Formulario Levantamiento de Información (Parte 2).....	13
Figura No. 8.- Clasificación de los negocios turísticos en Montecristi.	17
Figura No. 9.- Clasificación de los negocios turísticos en Punta Rucia.	17
Figura No. 10.- Clasificación de los negocios turísticos en La Ensenada.	18
Figura No. 11.- Gráfica sobre los ecosistemas impactados por los negocios turísticos de Montecristi.	19
Figura No. 12.- Calidad de los negocios turísticos ubicados en la zona costero-marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.	20
Figura No. 13.- Pertenencia de los locales de negocios turísticos.....	21
Figura No. 14.- Gráficas sobre nacionalidad y género de los propietarios de los negocios turísticos, Montecristi.....	22
Figura No. 15.- Gráficas sobre nivel educativo de los propietarios de los negocios turísticos, Montecristi.	22
Figura No. 16.- Gráficas sobre nacionalidad y género de los empleados de los negocios turísticos, Montecristi.	22
Figura No. 17.- Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Montecristi, por parte del Ministerio de Turismo.	22

Figura No. 18.- Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Montecristi, por parte del Ministerio de Turismo.	24
Figura No. 19.- Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Montecristi, por parte de la Cámara de Comercio.	24
Condiciones específicas de los principales puntos turísticos.....	28
Figura No. 20.- Clasificación de los negocios turísticos ubicados en la zona costera de Samaná.....	30
Figura No. 21.- Ecosistemas impactados por los negocios turísticos de Samaná ...	30
Figura No. 22.- Calidad de los negocios turísticos ubicados en la zona costero-marina de la provincia Samaná.....	31
Figura No. 23.- Pertenencia de los locales utilizados para negocios turísticos, en la zona costera de Samaná.	31
Figura No. 24.- Gráficas sobre nacionalidad y género de los propietarios de los negocios turísticos, en la zona costera de Samaná	32
Figura No. 25.- Gráfica sobre nivel educativo de los propietarios de los negocios turísticos, Samaná.....	32
Figura No. 26.- Gráficas sobre nacionalidad y género de los empleados de los negocios turísticos, en la zona costera de Samaná	33
Figura No. 27.- Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Samaná, por parte del Ministerio de Turismo	34
Figura No. 28.- Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Samaná, por parte del Ministerio de Medio Ambiente.	34
Figura No. 29.- Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Samaná, por parte de la Cámara de Comercio.....	34

ÍNDICE DE IMÁGENES

.....	
Imagen No. 1.- Luxury Bahía Príncipe, Samaná.	16
Imagen No. 2.- El Morro, Montecristi.	17
Imagen No. 3.- Tree House Village, Samaná.	17



CAPÍTULO I

ALCANCE

Esta parte muestra los resultados del levantamiento realizado en los negocios turísticos ubicados en la zona costero marina de las provincias Samaná y Montecristi.

Por razones de interés para el proyecto, el levantamiento realizado en la provincia de Montecristi se extendió 12 kilómetros hasta La Enseñada, ubicada en la provincia de Puerto Plata.



Figura No. 1. Provincias de estudio: Montecristi y Samaná

¹ Samaná: provincia de la República Dominicana ubicada al noreste del país, ocupando la península de Samaná. El territorio de la provincia es muy montañoso, ocupado prácticamente por la Sierra de Samaná. Esta provincia está subdividida en 3 municipios: Santa Bárbara de Samaná, Las Terrenas y Sánchez. De acuerdo al censo del 2010, la población era de 101,494 personas.

² Montecristi: provincia de la República Dominicana ubicada al noroeste del país. La provincia está dividida en 6 municipios: Pepillo Salcedo, San Fernando de Montecristi, Villa Vásquez, Las Matas de Santa Cruz, Guayubín y Castañuelas. De acuerdo al censo del 2010, la población de la provincia era de 109,607 personas.

El levantamiento realizado en la provincia de Montecristi inició en el municipio Pepillo Salcedo, continuando por San Fernando de Montecristi, Buen Hombre, Punta Rucia y finalmente extendiéndose hasta la Enseñada en Puerto Plata.

La provincia Montecristi se caracteriza por ser una zona rica en biodiversidad costera y marina, como lo es por la presencia de importantes zonas de interés ecológico, tales como: tortugas marinas, humedales, manglares, arrecifes de coral y estuarios. Además, se destacan tres áreas protegidas:

- Parque Nacional El Morro.
- Parque Nacional de Montecristi.
- El Santuario de Mamíferos Marinos de Estero Hondo.

Utilizando la herramienta del Sistema de Información Geográfica del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, se ubicaron los principales ecosistemas y zonas de interés para la protección de la biodiversidad y áreas protegidas.



Figura No. 2. Zona de levantamiento de información, provincia Montecristi.

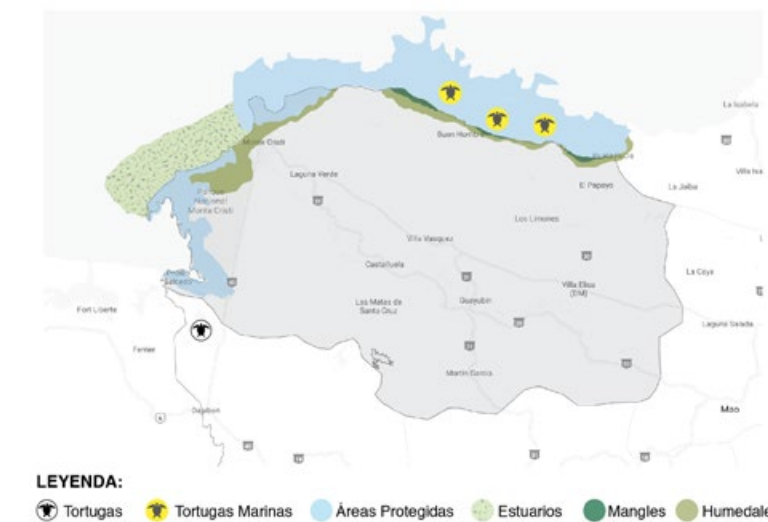


Figura No. 3. Áreas protegidas y biodiversidad costera, Montecristi.

CAPÍTULO I ALCANCE

En cuanto a la provincia de Samaná, el levantamiento de información inició en el municipio de Sánchez extendiéndose toda la costa en sentido hacia Los Róbalos, Santa Bárbara de Samaná, Las Galeras, Rincón, el Valle y Las Terrenas.

Al igual que Montecristi, la provincia de Samaná es muy rica en biodiversidad costera, des-

tacándose la anidación de tortugas, las ballenas jorobadas, tortugas marinas, estuarios, humedales y mangles. Dentro de la provincia se localiza el Parque Nacional de los Haitises, el cual se caracteriza por su gran riqueza y diversidad en fauna, tales como: el manatí en los cayos de manglar, la jutía, el solenodonte, el pelicano, la cotorra y la lechuza.



Figura No. 4. Zona de levantamiento de información, provincia Samaná.



LEYENDA:

● Tortugas ● Tortugas Marinas ● Áreas Protegidas ● Estuarios ● Mangles ● Humedales

Figura No. 5. Áreas protegidas y biodiversidad costera, Samaná.

CAPÍTULO II

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

La metodología utilizada para llevar a cabo este levantamiento y diagnóstico se basó en las siguientes actividades:

- Retroalimentación del proyecto, alcance y objetivos.
- Entrevistas a personalidades claves del sector, incluyendo funcionarios públicos, dirigentes de asociaciones y clúster turísticos.
- Investigación sobre los negocios turísticos ubicados en las zonas costeras de las provincias Samaná y Montecristi.
- Elaboración del formulario para el levantamiento de información.
- Visita puerta a puerta a todos los negocios identificados en el área de estudio y encuesta a los propietarios y representantes de los negocios turísticos.
- Clasificación de la información recopilada durante el levantamiento.

da durante el levantamiento.


- Elaboración de tablas y gráficos informativos.
- Redacción de los resultados.

El formulario empleado para el levantamiento de negocios fue socializado, discutido y consensado con el Departamento de Empresas y Servicios del Ministerio de Turismo y con el equipo de trabajo del Proyecto Biodiversidad Costera y Turismo. Está compuesto por 4 secciones y fue utilizado en el levantamiento de ambas provincias. Las 4 secciones son:

1. Datos del negocio.
2. Datos del propietario y/o contacto.
3. Cumplimiento legal.
4. Servicios básicos y Buenas Prácticas Ambientales.

CAPÍTULO II LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

La estructura del formulario permite recopilar información sobre el negocio, la calidad del mismo, sus propietarios, empleados, el cumplimiento legal, los servicios básicos, los atractivos turísticos que utiliza, los impactos asociados al tipo de negocio, entre otros. A continuación, se presenta el formato del formulario utilizado para el levantamiento de información.



FORMULARIO LEVANTAMIENTO DE INFORMACION
Proyecto Biodiversidad Costera y Turismo
"Plan de Regularización Legal y Operativa de los Negocios Turísticos en la Zona Costera de las provincias de Samaná y Montecristi"

*** Datos del negocio:**
Nombre del negocio: _____ RNC: _____
Teléfono: _____ Año de apertura: _____
Dirección: _____ Municipio: _____
Coordenadas: _____ Área total: _____
Local: Propio Alquilado Prestado
Distancia de la costa: _____
Estatus: En operación Construcción Fuera de servicio
Horario de trabajo: _____ Frecuencia: _____
Tipo de negocio:
 Restaurante Gift shop Alojamiento Transporte Agencia de viajes
 Tienda de artesanía Escuela de buceo Excursiones Esparcimiento
 Otros: _____ Capacidad: _____
Descripción de las operaciones: _____

Empleados: Total _____ Mujeres _____ Hombres _____ Edad promedio _____
Origen: Nacional _____ Extranjeros _____
Valor nómina: _____
Cantidad de clientes por día: _____ Origen: Nacional _____ Extranjeros _____
Períodos de mayor actividad: _____
Calidad: Lujo De primera Intermedio Básico Deficiente
Atractivos turísticos que utiliza: Playa Balneario Área protegida Manglar
 Monumento histórico Laguna Corales Ballenas Dunas de arena Rios
 Otro: _____ Especifique: _____
Zonas impactadas por negocio: Playa Balneario Área protegida Manglar
 Monumento histórico Laguna Corales Ballenas Dunas de arena Rios
 Otro: _____ Especifique: _____

*** Datos del propietario:**
Nombre: _____ Cédula/Pasaporte _____
Nacionalidad: _____ Profesión o nivel educativo: _____
Edad: _____ Sexo: Femenino Masculino
Teléfono: _____ Correo electrónico: _____

*** Datos del contacto:**
Nombre: _____ Cargo: _____
Teléfono: _____ Correo electrónico: _____

Figura No. 6. Formulario para Levantamiento de Información (Parte 1).

CAPÍTULO II LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

*** Cumplimiento legal: Seleccionar con una X los permisos con los que cuenta la empresa:**

Registro Mercantil _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Autorización MARENA _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
No Objeción de Turismo _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Licencia Operación de Turismo _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Hoja de Inspección de Turismo _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Permiso de Salud Pública _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Industria y Comercio(ONAPI) _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
No Objeción Ayuntamiento _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Ministerio de Obras Públicas _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Armada de la Rep. Dom. _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Instituto Dom. de Aviación Civil _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____
Oficina de patrimonio Cultural _____	Estatus: Vigente/Vencido No. _____

¿A qué se debe que el negocio no cuente con los permisos anteriores y qué necesita para regularizarse?:

¿Cuenta con permiso de MITUR? Ha intentado obtener el permiso anteriormente?:

¿Es miembro de alguna asociación o clúster turísticos?:

*** Disponibilidad de infraestructura de servicios:**

____ Fuente abastecimiento agua. Especifique: _____
____ Red de telefonía alamburada. Especifique: _____
____ Red de alcantarillado. Especifique: _____
____ Red de telefonía móvil. Especifique: _____
____ Red de energía eléctrica. Especifique: _____
____ Red de cable-tv. Especifique: _____
____ Recolección desechos sólidos. Especifique: _____
____ Uso de GLP en cocina. Especifique: _____
____ Planta séptica. Especifique: _____
____ Planta de tratamiento. Especifique: _____

Buenas prácticas ambientales _____

Firma

Fecha

Figura No. 6. Formulario para Levantamiento de Información (Parte 2).

CAPÍTULO III

CLASIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS TURÍSTICOS

Con la finalidad de poder agrupar y analizar las informaciones de los negocios turísticos entrevistados durante el levantamiento, hemos realizado una clasificación basada en los lineamientos de Turismo, en fuentes internacionales y recomendaciones de especialistas locales. La clasificación de los negocios turísticos utilizada es la siguiente:

- **RESTAURANTE:** es un establecimiento comercial donde se paga por la comida y bebida consumida dentro del mismo local.
- **TIENDA DE REGALOS (GIFT SHOP):** es un establecimiento que vende y ofrece una amplia variedad de la artesanía tradicional de un país. Además de esto, los clientes pueden encontrar obras de artistas locales ya sean pintores, escultores entre otros.



Imagen No. 1. Luxury Bahía Príncipe, Samaná.

- **ALOJAMIENTO:** todo aquel establecimiento que presta al público un servicio para hospedarse temporalmente y ocupando la totalidad del inmueble o parte del mismo. Existen varias clasificaciones de alojamiento, tales como: hotel, residencia (Cabañas o apartamentos), motel, pensión.



Imagen No. 2. El Morro, Montecristi.



Imagen No. 3. Tree House Village, Samaná.

- **TRANSPORTE:** Conjunto de empresas públicas o privadas que poseen una infraestructura y unos bienes de equipo para transportar o trasladar personas, equipajes y mercancías de un lugar a otro. Existen diferentes tipos de transporte turísticos, tales como:

- Líneas de transporte aéreo nacionales e internacionales.
- Líneas de transporte marítimas y fluviales, nacionales e internacionales.
- Empresas de transporte terrestre internacional y nacional.
- Empresas que arriendan medios de transporte aéreo, marítimo, fluvial o terrestre.

- **AGENCIA DE VIAJES:** es una empresa asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores.

- **EXCURSIONES:** es una empresa que se encarga de ofrecer a los clientes nacionales o extranjeros, un recorrido o travesía con fines

recreativos y deportivos a zonas naturales o rurales, haciendo uso de medios terrestres, aéreos o acuáticos.

- **ESPARCIMIENTO:** Es un lugar en donde las personas se divierten o se distraen, en especial para descansar o alejarse por un tiempo del trabajo o de las preocupaciones. Aquellas actividades relacionadas con el ocio y el divertimento de las personas. Entre ellas: bares, discotecas, cine, centro de masajes, escuelas de buceo, otros.

Como una forma de dar a conocer al lector sobre las condiciones de infraestructura y servicios que ofrecen los diferentes negocios turísticos, se incluyó dentro del formulario de levantamiento un apartado para clasificar los negocios según la calidad de los mismos. Esta clasificación se dividió en 5 calificativos:

- Deficiente.
- Básico.
- Intermedio.
- De Primera.
- Lujo.

CAPÍTULO IV

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PROVINCIA DE MONTECRISTI

El levantamiento de información de la provincia de Montecristi fue realizado en fecha del 13 al 15 de diciembre del 2016, y abarcó toda la costa de la provincia, iniciando en el Municipio Pepillo Salcedo y extendiéndose hasta La Ensenada en la provincia de Puerto Plata. La longitud de costa analizada fue de aproximadamente 99 km. El área de estudio se extendió desde la línea costera hasta una distancia de 400 metros hacia el interior de la provincia.

Como producto del levantamiento de información se registró un total de 126 negocios turísticos ubicados en la zona costero-marina. Estos negocios quedaron registrados en 6 tipos de tabla distintas, nombradas de la siguiente manera:

- Tabla 1. Listado de negocios turísticos ubicados en la zona costero marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.
- Tabla 2. Información general sobre nego-

cios turísticos de la zona costero marina de Montecristi.

- Tabla 3. Datos de los propietarios de los negocios turísticos en la zona costero marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.

- Tabla 4. Datos de los empleados de los negocios turísticos en la zona costero marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.

- Tabla 5. Cumplimiento legal de los negocios turísticos ubicados en la zona costero marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.

- Tabla 6. Servicios básicos en los negocios turísticos de la zona costero marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.

Estas mismas tablas se produjeron para registrar la información levantada en la provincia de Samana.

4.1 RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN EN LOS NEGOCIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA MONTECRISTI.

resulta interesante separar los negocios correspondientes a la provincia Montecristi, de aquellos localizados en Punta Rucia y La Ensenada. Haciendo esta separación podemos identificar las carencias y ofertas de dichas localidades.

A la hora de clasificar los negocios turísticos identificados durante el levantamiento,

Negocios	Cantidad
Alojamiento	14
Restaurante	33
Esparcimiento	8
Agencia de viajes	1
Transporte	2
Excursiones	8
Tienda de regalos	0
Total	66

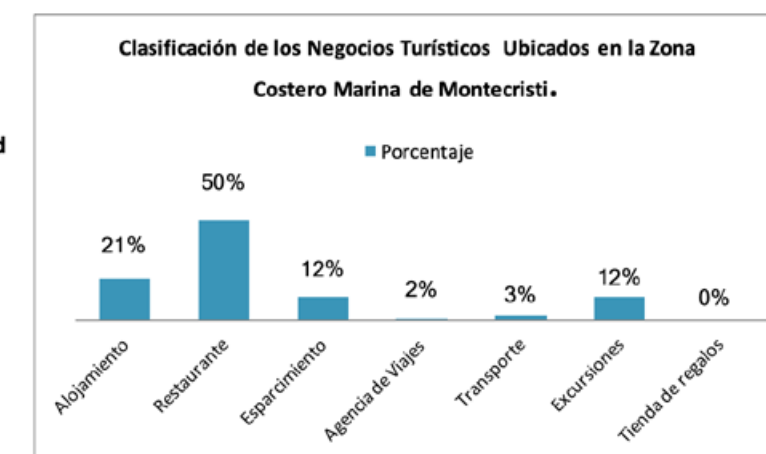


Figura No. 8. Clasificación de los negocios turísticos en Montecristi.

Negocio	Cantidad
Alojamiento	12
Restaurante	16
Esparcimiento	6
Agencia de viajes	0
Transporte	1
Excursiones	5
Tienda de regalos	1
Total	41

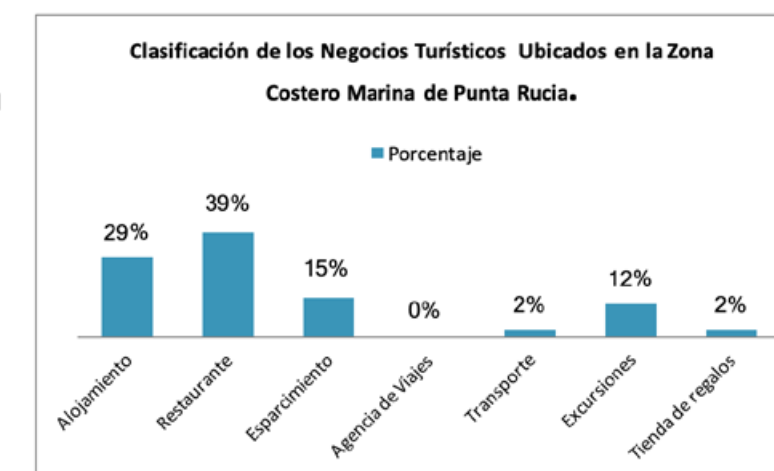


Figura No. 9. Clasificación de los negocios turísticos en Punta Rucia.

Negocio	Cantidad
Alojamiento	3
Restaurante	39
Esparcimiento	2
Agencia de viajes	0
Transporte	0
Excursiones	1
Tienda de regalos	0
Total	45

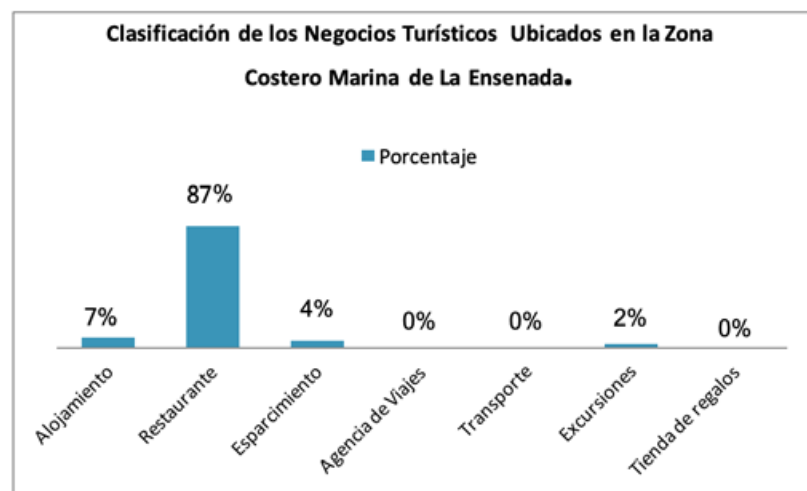


Figura No. 10. Clasificación de los negocios turísticos en La Ensenada.

De acuerdo con los resultados del levantamiento, se registraron 66 negocios turísticos en la zona costero-marina de Montecristi. El 50% de los negocios levantados correspondió a restaurantes. El 21% corresponden a negocios de alojamiento, un 12% a lugares de esparcimiento tales como bares, un 12% corresponden a negocios que ofrecen servicios de excursiones, un 3% a servicios de transporte y un 2% a agencias de viajes. En la provincia de Montecristi no se identificaron tiendas de regalo o gift shop.

En la zona de Punta Rucia se registró un total de 41 negocios turísticos, de los cuales el 39% correspondió a restaurantes, el 29% a alojamientos, un 15% lugares de esparcimiento, un 12% a negocios de excursiones turísticas, un 2% a transportes y un 2% a tiendas de regalo. No se registraron negocios de agencias de viaje en esta localidad.

En la Ensenada se registraron 45 negocios turísticos, de los cuales el 87% correspondió a

restaurantes, apenas un 7% a lugares de alojamiento, un 4% a bares o lugares de esparcimiento y un 2% a negocios de excursiones turísticas. En esta localidad no se identificaron agencias de viajes, servicios de transporte ni tiendas de regalo.

De acuerdo con los resultados, los negocios turísticos más abundantes son los restaurantes, seguidos por los lugares de alojamiento, bares y centros de excursiones. Durante el levantamiento completo apenas se registraron 3 servicios de transporte, 1 agencia de viajes y 1 tienda de regalos. La única agencia de viajes existente se localiza en San Fernando de Montecristi.

La mayoría de los turistas que hacen uso de los atractivos turísticos de la provincia Montecristi, son de nacionalidad dominicana. Es decir, se trata de un turismo interno más que de un turismo internacional. El traslado de los turistas se puede ver afectado por la poca oferta

de servicios de transporte. En esta localidad se pueden apreciar diversos atractivos turísticos, los visitantes nacionales y extranjeros se pueden deleitar con un hermoso paisaje, bandadas de especies migratorias y todo un litoral óptimo para la pesca y deportes acuáticos. Dentro de los principales atractivos turísticos podemos mencionar:

- Piscina Natural (Avena).
- La Ensenada.
- Punta Rucia.
- Playa de Manzanillo.
- Buceo en lo profundo.
- Laguna Saladillo.
- Cayo Arena.
- Parque Nacional de Montecristi.
- Los Manglares.
- El Santuario de los Manatíes.
- El Morro.
- Playa del Morro.
- Tour de Pesca.
- Las Salinas.
- Los Cayos.
- Cayos Siete Hermanos.

Además, en esta zona se ofrecen otros tipos de actividades que son practicadas por sus visitantes, tales como: jet ski, kayak, catamarán, four wheel, bicicleta, snorkling, surf, kite, entre otros. El Parque Nacional Manglares de Estero Balsa es un escenario ideal para la observación de aves migratorias.

Los negocios turísticos costeros aprovechan los atractivos turísticos de la zona para llamar la atención de sus clientes, impactando de esta forma los diversos ecosistemas que se desarrollan alrededor de estos.

Ecosistemas	Cantidad
Playas y costas	100
Manglares	17
Lagunas	2
Cayos	5
Cayo Arena	12
Piscina natural	2
Buceo	3

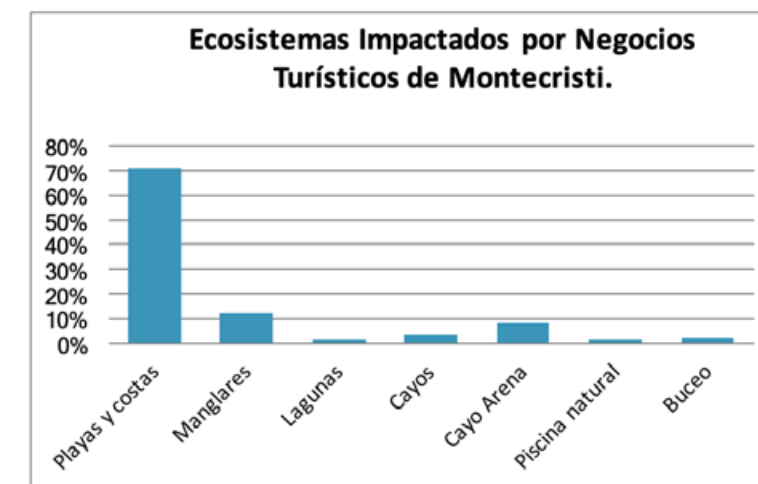


Figura No. 11. Gráfica sobre los ecosistemas impactados por los negocios turísticos de Montecristi.

Dependiendo de la ubicación, las características y el manejo ambiental de los negocios turísticos, estos llegan a impactar de forma negativa los ecosistemas ubicados alrededor de la zona de influencia de sus operaciones y en ocasiones se impactan áreas lejanas de forma indirecta.

El 71 % de los negocios levantados impacta de forma directa las playas y costas (especialmente restaurantes y hoteles). Un 12% de los negocios impacta los ecosistemas que se desarrollan en los manglares de la provincia Montecristi y un 9% impacta los ecosistemas que están cerca de Cayo Arena. El 4% de los negocios turísticos impacta los ecosistemas que circundan los 7 Cayos de la provincia Montecristi. El 2% de los negocios realizan actividades de buceo impactando los ecosistemas (flora y fauna) de las zonas de inmersión. En sentido general podemos decir que los negocios que mayor impactan las playas y costas son los restaurantes y hoteles, aumentando con esto la pesca y captura de la fauna marina. Por otro lado, están

los centros de excursión cuyos impactos pueden ser directos en las zonas visitadas.

En cuanto a la calidad de los negocios turísticos, el 52% de los negocios instalados en la zona costera de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada ofrecen un servicio bajo condiciones deficientes: sin comodidades, escasos recursos sanitarios, poca higiene, en la mayoría de los casos sin baños y fuentes de abastecimiento de agua poco confiables. El 22% de los negocios ofrece un servicio básico a los clientes, un 20% brindan sus servicios con una calidad intermedia y solamente un 7% de los negocios disponen de condiciones y servicios de primera. Cabe destacar que la mayoría de los negocios ubicados en San Fernando de Montecristi ofrecen una mayor calidad respecto a los de Pepillo Salcedo, Buen Hombre y La Ensenada, estos últimos con un desarrollo muy bajo. Por otro lado, durante todo el levantamiento no se identificó ningún tipo de negocio que ofrezca un servicio con una calidad de lujo.

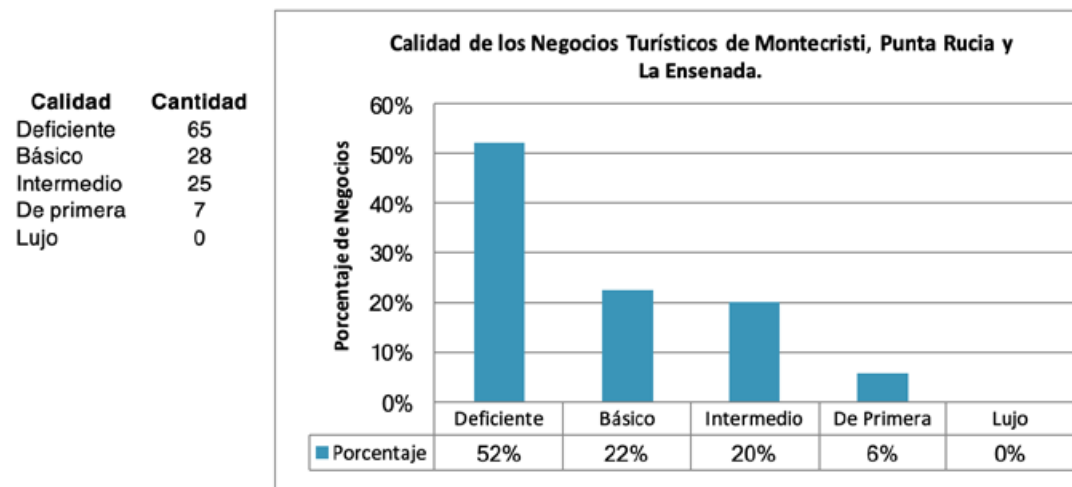


Figura No. 12. Calidad de los negocios turísticos ubicados en la zona costero-marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada

A través del levantamiento de información, se pudo confirmar que el crecimiento turístico de la zona tuvo mayor impulso a partir del año 2009. De acuerdo a los resultados, el 41% de los negocios turísticos que actualmente operan en la zona costero-marina de estudio, iniciaron sus servicios a partir de dicho año.

El 82% de los negocios entrevistados están instalados en locales propios, solo el 18% de ellos paga un alquiler. En muchos de los casos los negocios ocupan parte de la residencia del propietario o los negocios se convierten en la residencia del mismo.

En el caso de Playa Buen Hombre y La Ensenada, prevalecen los restaurantes informales ubicados en el frente de la playa, los cuales pagan un monto anual al Ayuntamiento Municipal para poder operar desde esos lugares.

Sobre los propietarios de los negocios turísticos, se puede observar que el 93% de los mismos son de nacionalidad dominicana, y tan solo el 7% les pertenece a extranjeros, especialmente de los países europeos: Italia, Francia, España y Alemania. El género de los propietarios fue bastante equitativo entre hombres (52%) y mujeres (48%).

Año de apertura	Cantidad	Porcentaje
<2000	31	25%
2000-2008	42	34%
2009-2017	51	41%
Total	124	100%

Tabla No. 1. Año de apertura de los negocios turísticos de la zona costero-marina de Montecristi, Punta Rucia y La Ensenada.

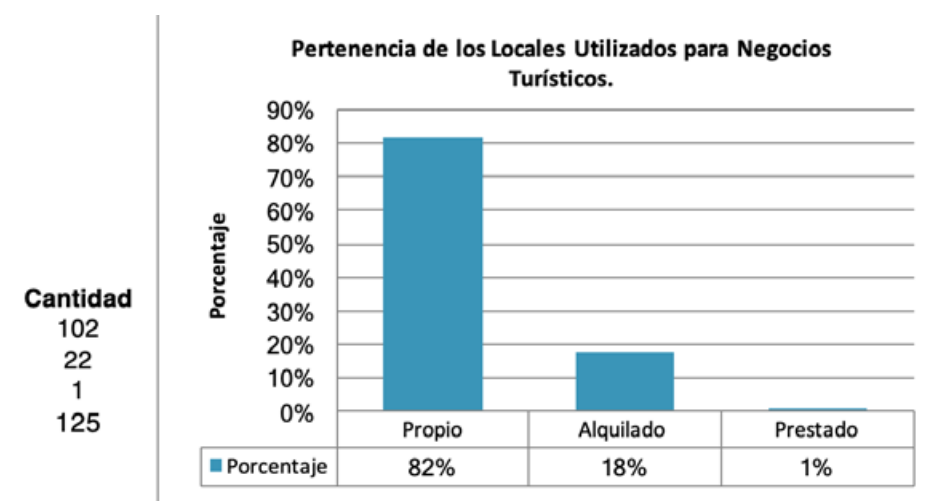


Figura No. 13. Pertenenencia de los locales de negocios turísticos.

CAPÍTULO IV
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PROVINCIA DE MONTECRISTI

Información propietarios	Dominicano	Extranjero	Femenino	Masculino
Nacionalidad	106	8		
Género			54	59

Tabla No. 2. Nacionalidad y género de los propietarios de negocios turísticos.

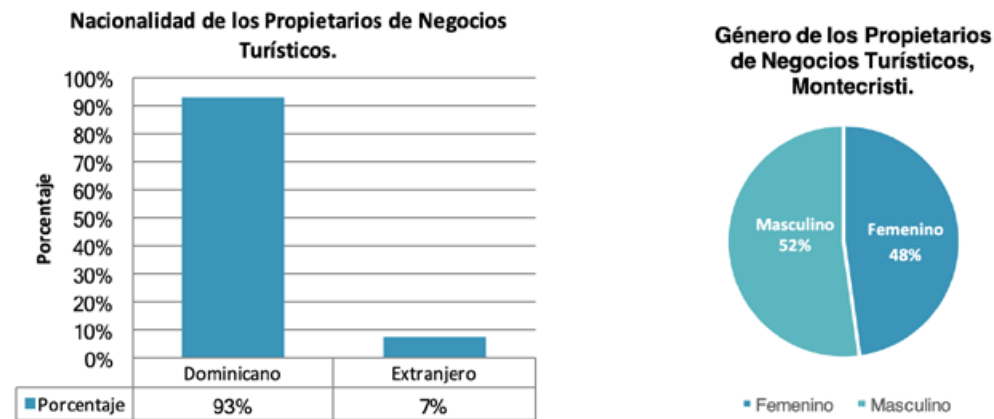


Figura No. 14. Gráficas sobre nacionalidad y género de los propietarios de los negocios turísticos, Montecristi.

El nivel educativo de los propietarios en sentido general es bajo. El 38% solo alcanzó el nivel de primaria, el 33% llegó a ser bachiller y solo el 20% logró un nivel universitario. Un 9% está representado por aquellos que no obtuvieron ningún tipo de educación.

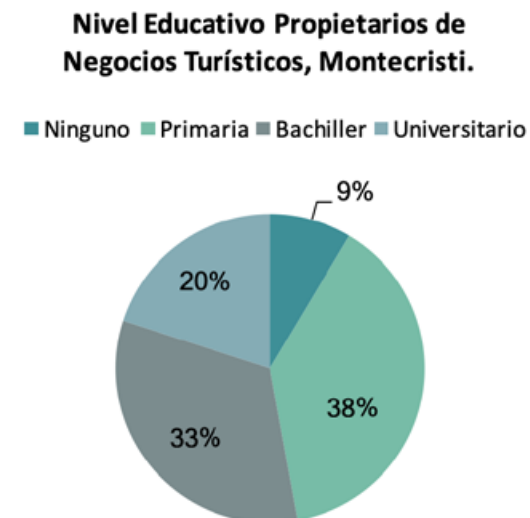


Figura No. 15. Gráficas sobre nivel educativo de los propietarios de los negocios turísticos, Montecristi.

CAPÍTULO IV
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PROVINCIA DE MONTECRISTI

La dinámica del sector turístico favorece especialmente a la empleomanía nacional. El 96% de los empleados de los negocios turísticos entrevistados son de origen dominicano.

Sólo un 4% de los empleados en el sector corresponden a extranjeros, especialmente de origen haitiano. El 53% de la empleomanía en este sector está ocupada por el género femenino.

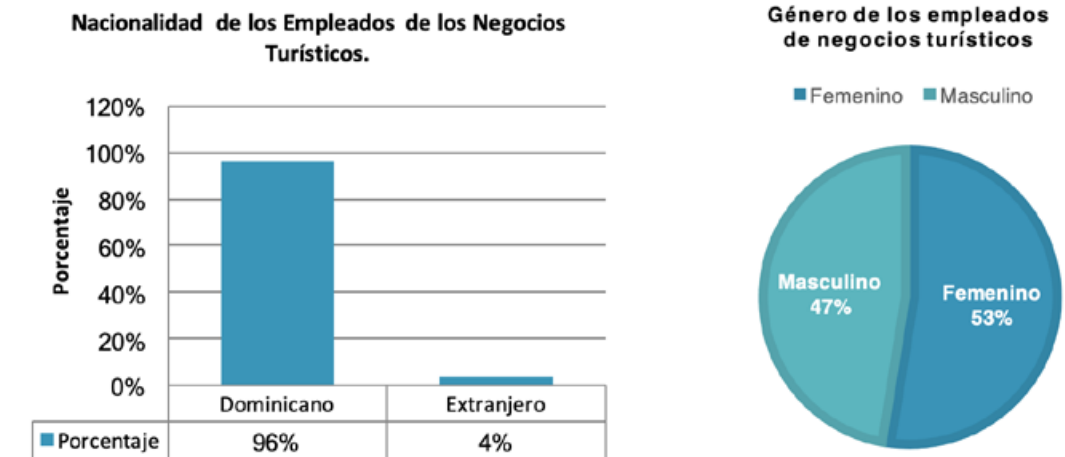


Figura No. 16. Gráficas sobre nacionalidad y género de los empleados de los negocios turísticos, Montecristi.

Después de analizar los resultados del levantamiento de información de la provincia de Montecristi, cabe destacar que el 99% de los negocios turísticos no están regularizados. El proceso de regularización de los negocios apenas está en una fase de inicio. De acuerdo a los datos suministrados por el Sr. Pedro Pablo Díaz (Representante Provincial de Mitur), el proceso de captación se ha iniciado de forma lenta, tomando en cuenta que el máximo crecimiento en cuanto a negocios turísticos en la provincia ha tenido lugar en los últimos 5 años.

La gráfica siguiente presenta la distribución porcentual de los negocios turísticos que cuentan con un Permiso Ambiental. Solo el 1% de los negocios entrevistados cuenta con el permiso ambiental.

Estado de Regularización de los Negocios Turísticos de la Zona Costera de Montecristi. Minsiterio de Turismo



Figura No. 17. Gráficas sobre regularización de los negocios turísticos en Montecristi, por parte del Ministerio de Turismo.

Estado de Regularización de los Negocios Turísticos de la Zona Costera de Montecristi. Ministerio de Medio Ambiente



Figura No. 18. Gráficas sobre la regularización de los negocios turísticos en Montecristi, por parte del Ministerio de Turismo.

De acuerdo con la gráfica anterior, se puede observar que el 15% de los negocios entrevistados cuenta con un Registro Nacional de Contribuyentes (RNC).

4.2 CONDICIONES ESPECÍFICAS DE LOS PRINCIPALES PUNTOS TURÍSTICOS.

PEPILLO SALCEDO: Se caracteriza por ser un pueblo muy pequeño, anteriormente se conocía como Manzanillo. La principal actividad económica del municipio es la agricultura especialmente la cosecha de banano para la exportación.

Los propietarios de los negocios se quejan de que el Ministerio de Turismo no les da el respaldo y promoción requerida, la cual es muy necesaria para el crecimiento turístico de la zona. Los cruceros internacionales no utilizan el puerto de Manzanillo para atracar, lo cual no

Estado de Regularización de los Negocios Turísticos de la Zona Costera de Montecristi. Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (Registro Mercantil)



Figura No. 19. Gráficas sobre la regularización de los negocios turísticos en Montecristi, por parte de la Cámara de Comercio.

favorece el desarrollo de la zona. Gran parte de los clientes de los negocios turísticos corresponden a empleados del puerto, especialmente de los barcos que cargan productos para la exportación. El mayor flujo de turistas se recibe para temporadas específicas, tales como: la Semana Cultural, Semana Santa y Fin de Año.

En sentido general, el Ayuntamiento se encarga de retirar los residuos sólidos dos veces por semana. Las botellas de vidrio son almacenadas en huacales y retiradas por el suplidor. En la mayoría de los negocios se utilizan bombillos de bajo consumo. Las instalaciones no disponen de extintores, en caso de que ocurra un incendio.

SAN FERNANDO DE MONTECRISTI Y EL MORRO: Como capital de la provincia, San Fernando de Montecristi tiene una población de 42,657 según el censo del 2012. La carretera

de acceso se encuentra en excelentes condiciones. Cabe destacar la limpieza de las calles de este municipio.

En San Fernando de Montecristi está ubicada la única agencia de viajes registrada en la zona. En esta localidad predominan los restaurantes, hoteles y negocios de excursiones. Un gran flujo de turistas llega a la ciudad para disfrutar de los atractivos turísticos propios del área. En sentido general, la calidad de los negocios ubicados en San Fernando es de tipo básico e intermedio. Muy pocos negocios brindan un servicio con calidad deficiente.

Los servicios básicos están cubiertos. El agua es abastecida por medio del acueducto. La energía eléctrica es suministrada por Ede-norte. Los desechos sólidos son retirados por el Ayuntamiento. En la mayoría de los negocios se utilizan bombillos de bajo consumo y se practica la separación de los residuos de vidrio. En la mayoría de los casos, las instalaciones no disponen de extintores.

PLAYA BUEN HOMBRE: La mayoría de los restaurantes corresponden a infraestructuras de madera con techos de zinc, los cuales no cuentan con baños privados. Cocinas improvisadas y un suministro de agua inestable, ya que el acueducto no está en operación y se ven obligados a comprar agua por camiones. El acceso a la Playa Buen Hombre está completamente asfaltado, desde la entrada en la Autopista Duarte. Una vez en la costa, predominan los caminos de arena delimitados de forma improvisada. La

mayor economía de la comunidad proviene de la pesca.

En cuanto al servicio de recogida de basura, una vez a la semana pasa un camión correspondiente al Ayuntamiento de Villa Vásquez. Las botellas de vidrio son almacenadas en huacales y retiradas por el suplidor. En ocasiones los moradores optan por la quema de los residuos en solares baldíos. En la zona de Buen Hombre no hay servicio de telefonía alamburada. La red de telefonía móvil es deficiente y solo en algunas áreas existe señal. En la mayoría de los negocios se utilizan bombillos de bajo consumo. Las instalaciones no disponen de extintores de incendio.

PUNTA RUCIA: Zona de mucho comercio y tránsito de turistas, pero con caminos de acceso muy difíciles. La carretera para acceder a esta localidad no está asfaltada, por el contrario, es un camino erosionado por efecto de las lluvias, el cual se hace cada vez más complicado para transitar hasta para los vehículos pesados. La forma más fácil de acceder es desde la provincia de Puerto Plata, lo que significaría un tedioso desvío para los visitantes que quieran llegar a esta zona desde Montecristi.

El suministro de agua es inestable, ya que el acueducto no está en operación y se ven obligados a comprar agua en camiones, poniendo en duda la calidad de la misma. El Ayuntamiento se encarga de retirar los residuos sólidos dos veces por semana. Las botellas de vidrio son almacenadas en huacales y retiradas por el supli-

dor. Los desechos orgánicos son utilizados para el alimento de animales.

LA ENSENADA: Se caracteriza por su hermosa playa de arena blanca, poblada de bares y restaurantes que cocinan a la leña, típicamente dominicanos. La mayoría de los negocios ubicados en esta zona son casetas de madera con techos de zinc y las condiciones que brindan dichos negocios son de calidad deficiente. Los propietarios de los negocios tienen que comprar camiones de agua debido a la deficiencia del acueducto ubicado en la zona. Los baños son comunes para todos los negocios.

Los propietarios de los negocios pagan un impuesto al Ayuntamiento Municipal y al Ministerio de Turismo para poder operar en las casetas. Estos se encargan de retirar los residuos sólidos, en otras ocasiones se opta por la quema. El Ministerio de Turismo les imparte capacitaciones sobre temas de manipulación de alimentos, servicio al cliente, idiomas, entre otros.

4.3 CONCLUSIONES DEL LEVANTAMIENTO PARA LA PROVINCIA MONTECRISTI.

Como conclusiones del levantamiento de información, es importante señalar los principales aspectos a considerar para la formulación de un plan de regularización que englobe a todos los negocios turísticos de la zona. Estos son:

1. El 70% de los negocios turísticos levantados son restaurantes, los cuales ofrecen a los turistas una gastronomía basada principalmen-

te en mariscos. Dichos mariscos son capturados por los mismos pescadores de la zona, por lo que es importante revisar o reforzar los controles existentes para la pesca.

2. El 23% de los negocios levantados están destinados a alojamientos. En este tipo de negocios se generan principalmente residuos sólidos y aguas residuales. Estos contaminantes generan un impacto inmediato en la zona de descarga de los mismos. Es importante que la gestión de dichos residuos y aguas residuales se realice de una forma correcta para no alterar los ecosistemas e impactar de forma negativa las áreas aledañas.

3. El 11% de los negocios levantados ofrecen el servicio de excursiones, lo que puede implicar la alteración de los ecosistemas naturales entorno a las áreas turísticas visitadas. Por ello es muy importante tener controles que regulen esta clase de actividades para que el desarrollo de las mismas se realice bajo las mejores condiciones ambientales posibles.

4. El 80% de los negocios levantados están ubicados a menos de 60 metros de la costa, principalmente restaurantes, bares y centros de excursión.

5. El 41% de los negocios turísticos levantados inició sus operaciones a partir del año 2009. El 59% restante tiene más de 9 años que abrieron y la mayoría sin contar con ningún tipo de regularización, lo que hace más difícil cambiar la mentalidad de los mismos e insertarse

en nuevos procesos.

6. El 52% de los negocios turísticos levantados ofrece un servicio bajo condiciones deficientes, lo que nos hace reflexionar en las siguientes premisas: pocos recursos económicos de los propietarios, poca iniciativa por parte de los mismos, bajo desarrollo del turismo de la zona.

7. Los propietarios se quejan de la falta de apoyo por parte del Ministerio de Turismo y la poca promoción de la zona. Además, reclaman que el Estado no ha creado condiciones de infraestructuras, como carreteras y acueductos, que favorezcan el desarrollo turístico de la zona, especialmente en Punta Rucia (se requieren mejores carreteras) y Playa Buen Hombre (no tienen fuente de agua potable), y algunos negocios ubicados en la Playa Juan de Bolaños, en San Fernando de Montecristi.

8. Los propietarios de negocios dicen que el proceso de regularización es muy tedioso y costoso. En muchos casos se quejan de que los beneficios del negocio son muy bajos como para cubrir los costos de la regularización. Argumentan que se requieren muchos documentos para el registro.

9. Los negocios ubicados en el litoral de Playa La Ensenada, están agrupados en asociaciones y le pagan un monto anual al Ayuntamiento para poder operar.

10. El Ministerio de Medio Ambiente y Recur-

sos Naturales construyó baños públicos en Playa La Ensenada, los cuales cuentan con un séptico para el manejo de las aguas residuales. A pesar de esto, hay algunos locales que tienen baños particulares. Es importante revisar las condiciones de los baños particulares para verificar la descarga de dichas aguas residuales.

11. Los negocios de excursiones le pagan al personal del Ministerio de Medio Ambiente un monto fijo por persona, para la obtención de un brazalete que autoriza a realizar la excursión. Sin embargo, no se realiza ninguna supervisión de las condiciones de la embarcación, manejo de los desechos, etc.; antes ni después del recorrido.

12. En cuanto al nivel educativo de los propietarios, el 38% realizó la primaria, el 9% no estudió y un 33% llegó a bachiller. Solo un 20% es universitario. Esto denota la importancia de la formación y capacitación del personal que labora en este sector.

13. En muchos casos, los propietarios manifestaron desconocimiento de las exigencias de regularización, y falta de seguimiento de las autoridades competentes. En varias localidades manifestaron que nunca habían recibido visitas de técnicos del Ministerio de Turismo, Medio Ambiente y Salud Pública, especialmente en Pepillo Salcedo, Buen Hombre y La Ensenada.

CAPÍTULO V

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PROVINCIA DE SAMANÁ

El levantamiento de información de los negocios turísticos de la provincia Samaná fue realizado del 17 al 21 de enero del 2017. Durante este período se visitaron 357 negocios: 20 en Sánchez, 92 en Santa Bárbara de Samaná, 59 en el trayecto Samaná - Las Galeras (inclusive), 7 en Playa Rincón, 5 en Playa El Valle y 176 en Las Terrenas. Además de la zona peninsular, se visitó la Isla Cayo Levantado, donde existen 2 importantes asociaciones de comerciantes. Estas son:

1. Asociación de Vendedores de Cayo Levantado. Está compuesta por 102 vendedores que ofrecen servicios varios, entre ellos: masajes, comida, bebidas, snorkling y alquiler de chaise-longues. Los mismos están ubicados en zonas específicas de la playa pública de la Isla.
2. Asociación de Artesanos de Cayo Levan-

tado. Está compuesta por 38 vendedores o caseteros que ofrecen a los turistas y visitantes artesanías, prendas de larimar, pinturas, postales, vestimentas, mamajuana, esculturas, tabacos y otros.

Además de las asociaciones de Cayo Levantado, se pudieron identificar otras asociaciones de comerciantes ubicadas en la zona costero-marina, específicamente en Playa Rincón, Las Galeras, Portillo, Playa de los Pescadores y Playa Cosón.

5.1 RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE LOS NEGOCIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA SAMANÁ.

De acuerdo con la clasificación realizada, en la zona costera de la provincia Samaná predominan los negocios de comida o restaurantes.

Esta categoría representa el 39% de todos los negocios entrevistados.

El 21% de los negocios registrados correspondió a aquellos que brindan servicio de alojamiento, seguido de un 13% reservado para negocios de esparcimiento (bares, masajes y escuelas de buceo y renta de tablas para surf). Las categorías excursiones y tiendas de regalo representaron un 8% cada una de ellas, mientras que los proyectos residenciales fueron el 7%. El 3% de los negocios registrados fueron de servicios de transporte y un 1% estuvo ocupado por las agencias de viaje.

El tipo de negocio más escaso son las agencias de viaje, de las cuales solo se registraron 3. Sin embargo, son frecuentes los negocios de excursiones que brindan a los turistas las facilidades para disfrutar al máximo de los atractivos turísticos y la biodiversidad costera de la provincia, entre ellos:

- Cayo Levantado
- Salto El Limón
- Los Haitises
- Las Ballenas Jorobadas (período enero – marzo)
- Playa Frontón
- Playa Rincón
- Playa El Valle
- Anidación de tortugas en Playa El Valle (período marzo – abril)
- Playa Ermitaño
- Playa Madame
- Tour de pesca
- Buceo en profundidad

Clasificación	Cantidad
Residencial	28
Alojamiento	85
Restaurante	162
Esparcimiento	54
Agencia de viajes	3
Transporte	14
Excursiones	34
Tienda de regalos	34

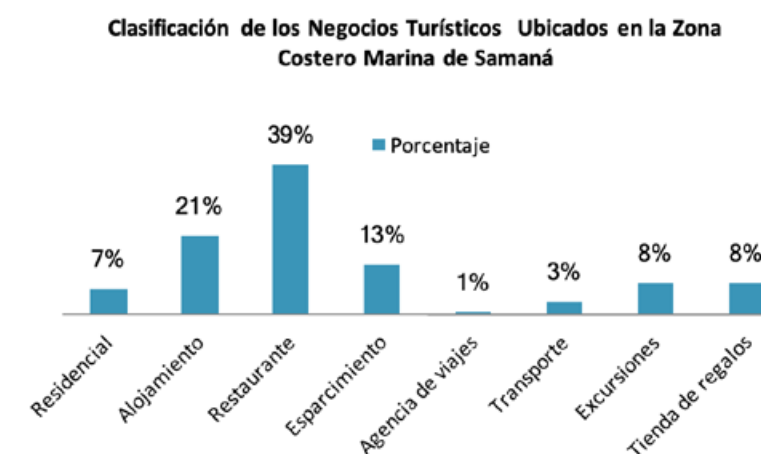


Figura No. 20. Clasificación de los negocios turísticos ubicados en la zona costera de Samaná.

Además de estos tours, los excursionistas pueden disfrutar de otras amenidades tales como paseos a caballo, four wheels, viajes en catamarán, kite, zip line y otros.

Los atractivos turísticos de la zona son

aprovechados por los propietarios de los negocios para atraer a sus clientes. Mediante la operación de dichos negocios se impacta de forma directa o indirecta los ecosistemas que se desarrollan en su área de influencia.

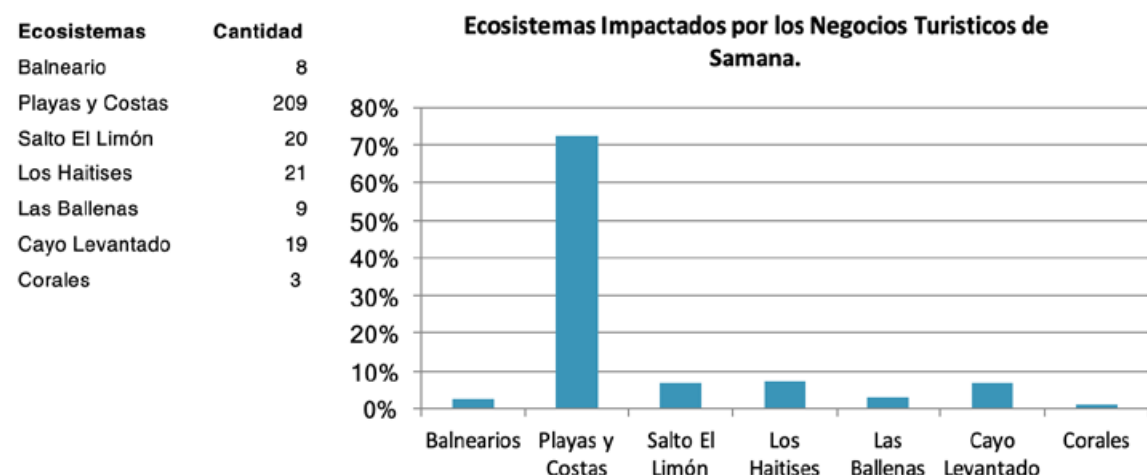


Figura No. 21. Clasificación de los negocios turísticos ubicados en la zona costera de Samaná.

Los principales ecosistemas afectados son los que se desarrollan en el litoral de la costa, especialmente en zonas de playas. El 72% de los negocios levantados impacta de forma directa o indirecta las playas y costas. En segundo lugar, los ecosistemas más impactados son: el Parque de Los Haitises, Cayo Levantado y el Salto El Limón. Los atractivos turísticos que menos se ven impactados por los negocios tu-

rísticos son los balnearios y la observación de ballenas (espacio de tiempo muy limitado).

La provincia de Samaná cuenta con una gran variedad de negocios turísticos ubicados en zonas costeras. El 40% de los mismos brinda sus servicios con calidad intermedia, el 34% con calidad básica, el 13% deficiente, el 12% de primera y un 1% corresponde a lujo.

Calidad de los Negocios Turísticos Ubicados en la Zona Costera de Samaná.

Calidad	Cantidad
Deficiente	45
Básico	116
Intermedio	137
De primera	40
Lujo	4

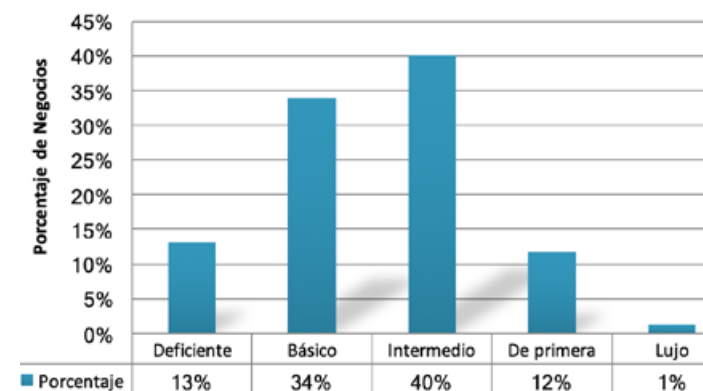


Figura No. 22. Calidad de los negocios turísticos ubicados en la zona costero-marina de la provincia Samaná.

Al igual que en la provincia Montecristi, a través del levantamiento se pudo identificar que el mayor crecimiento turístico en la provincia de Samaná tuvo lugar a partir del año 2009. De

acuerdo con los datos recopilados, el 64% de los negocios que actualmente están operando y que se localizan en la zona costera, abrieron sus puertas en el período 2009-2016.

Tabla No. 3. Año de apertura de los negocios turísticos de la zona costero-marina de la provincia Samaná.

Año de apertura	Porcentaje	Cantidad
<2000	15%	44
2000-2008	22%	64
2009-2017	64%	189
Total		297

De acuerdo con los resultados del levantamiento, se puede observar que el nivel de rotación de los negocios turísticos registrados no es elevado, esto se debe a que el 60% de los

mismos están ubicados en locales propios. Solo el 38% opera locales alquilados y un 2% está ubicado locales prestados.

Local	Cantidad
Propio	205
Alquilado	131
Prestado	8
Total	344

Pertenencia de los Locales Utilizados para Negocios Turísticos en la Zona Costera de Samaná.

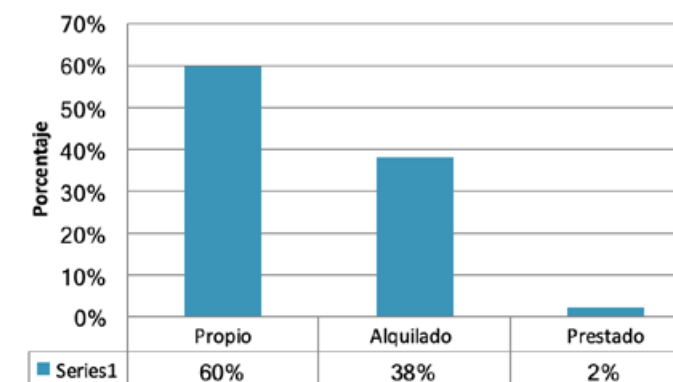


Figura No. 23. Pertenencia de los locales utilizados para negocios turísticos, en la zona costera de Samaná.

En cuanto a los propietarios de los negocios turísticos, el 56% de los negocios registrados pertenecen a inversionistas dominicanos. El 44% de los mismos pertenecen a extranjeros, destacándose la nacionalidad francesa e italiana.

En la provincia Samaná, el 31% de los propietarios de negocios turísticos en la zona costera son mujeres mientras que, en Montecristi, este porcentaje fue de 48%.

Información propietarios	Dominicano	Extranjero	Femenino	Masculino
Nacionalidad	163	127		
Género			93	204

Tabla No. 4. Nacionalidad y género de los propietarios de negocios turísticos de la zona costera de Samaná.

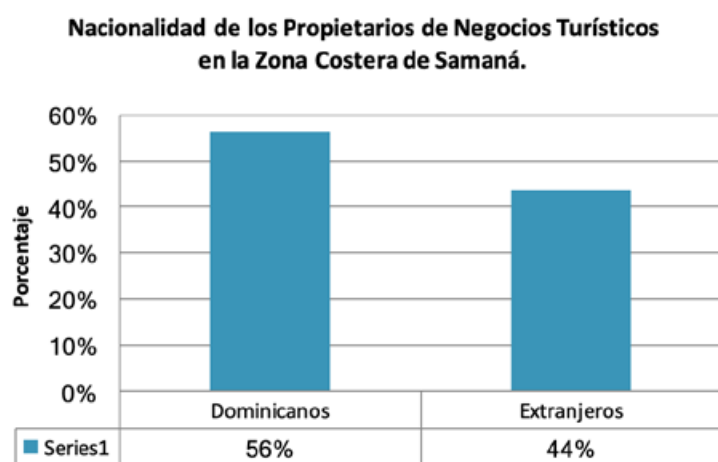
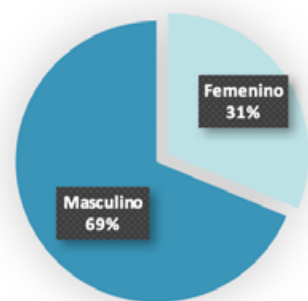


Figura No. 24. Gráficas sobre nacionalidad y género de los propietarios de los negocios turísticos, en la zona costera de Samaná.

De acuerdo con los datos recopilados, el 53% de los propietarios de negocios turísticos alcanzaron un nivel educativo universitario. El 34% llegó a bachiller y un 13% solo llegó al nivel de primaria.

Género de los Empleados de Negocios Turísticos de la Zona Costera de Samaná



Nivel Educativo de los Propietarios de Negocios Turísticos de Samaná.

■ Primaria ■ Bachiller ■ Universitario

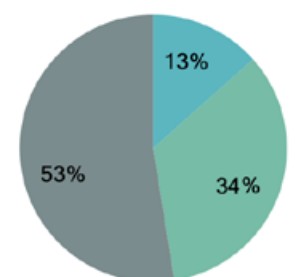
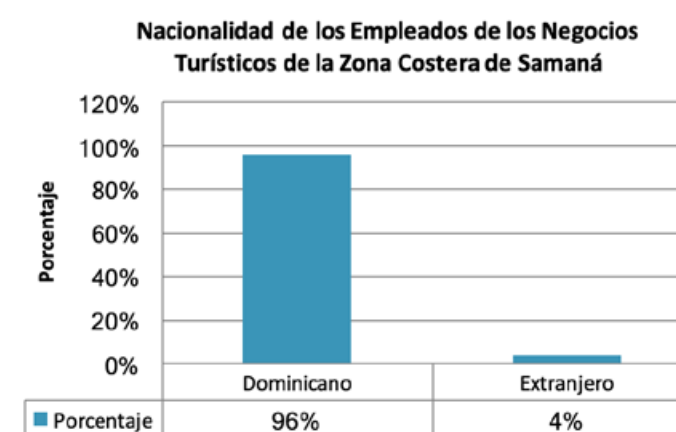


Figura No. 25. Gráfica sobre nivel educativo de los propietarios de los negocios turísticos, Samaná.

Al igual que en Montecristi, el 96% de los empleados de los negocios turísticos entrevistados en Samaná son de origen dominicano. Sólo un 4% de los empleados corresponden a

extranjeros. En el caso de Samaná predominan los empleados extranjeros de origen haitiano, francés, italiano y venezolano.



Género de los Empleados de Negocios Turísticos de la Zona Costera de Samaná

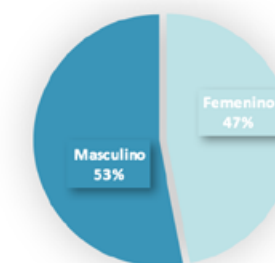


Figura No. 26. Gráficas sobre nacionalidad y género de los empleados de los negocios turísticos, en la zona costera de Samaná.

En cuanto a la regularización de los negocios turísticos, este aspecto será tratado a profundidad en los siguientes productos de esta consultoría. Los detalles de la información recopilada durante el levantamiento se presentan en las Tablas No. 5 del Anexo II y III respectivamente.

Para los fines del siguiente análisis se ha graficado la cantidad de negocios que cuentan con licencia de turismo, los que la tienen vencida y los no regulados. Ver Figura No. 25.

En cuanto a la licencia del Ministerio de Turismo, el 12% de los negocios entrevistados en la zona costera de Samaná tienen su licencia vigente, el 8% la tienen vencida y el 80% no

está regularizado. Las principales excusas que los propietarios de negocios expusieron sobre la falta de regularización estuvieron basadas en los siguientes puntos.

- Falta de seguimiento por parte del ministerio.
- No se lo han requerido.
- Proceso muy tedioso debido a la necesidad de depositar los expedientes en la sede central en Santo Domingo.
- Costo muy elevado y la vigencia del mismo es por un período muy corto.

Estado de Regularización de los Negocios Turísticos de la Zona Costera de Samaná. Minsiterio de Turismo

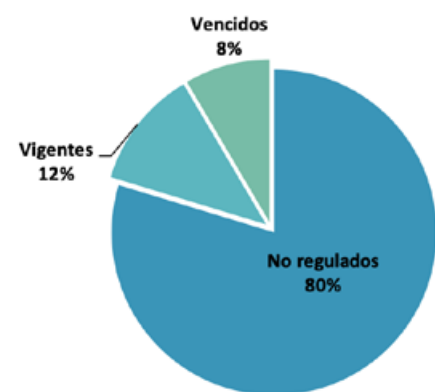


Figura No. 27. Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Samaná, por parte del Ministerio de Turismo.

La siguiente gráfica presenta la distribución porcentual de los negocios turísticos que cuentan con un Permiso Ambiental. Solo el 6% de los negocios entrevistados cuenta con un permiso ambiental.

Estado de Regularización de los Negocios Turísticos de la Zona Costera de Samaná. Ministerio de Medio Ambiente



Figura No. 28. Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Samaná, por parte del Ministerio de Medio Ambiente.

Estado de Regularización de los Negocios Turísticos de la Zona Costera de Samaná. Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (Registro Mercantil)



Figura No. 29. Gráfica sobre la regularización de los negocios turísticos en Samaná, por parte de la Cámara de Comercio.

De acuerdo con la gráfica anterior, se puede observar que el 51% de los negocios entrevistados cuenta con un RNC, lo cual ya es un paso para poder completar el proceso de regularización.

5.2 CONDICIONES ESPECÍFICAS DE LOS PRINCIPALES PUNTOS TURÍSTICOS.

Sánchez – Samaná: En la zona costera ubicada desde Sánchez hasta Samaná predominan los negocios de restaurantes y hoteles. Los restaurantes suelen ser del tipo comedores informales y muy pocos con platos a la carta. El tipo de alojamiento que se ofrece en esa zona es calidad deficiente o básica. Además de los comedores y hoteles, solo se registró un negocio de excursiones. El mismo ofrece los servicios de excursiones terrestres y marítimas, y además cuenta con un restaurante.

Esta zona tiene cubierto prácticamente todos los servicios básicos. La población se abastece de agua por medio del acueducto, la red de energía eléctrica es operada por la empresa Edenorte, y los residuos sólidos son retirados por el Ayuntamiento. Las vías de acceso se encuentran en buenas condiciones, la carretera principal está completamente asfaltada y las vías secundarias en su mayoría también.

En este trayecto se encuentra un balneario turístico denominado La Fuente, el cual consta de una piscina natural. El acceso al mismo es a través de una propiedad privada. Esta localidad llama la atención de muchos turistas y favorece a otros negocios aledaños tales como bares y restaurantes.

Santa Bárbara de Samaná: Caracterizada por una gran variedad de negocios turísticos, entre ellos: hoteles, restaurantes, agencias de viaje, excursiones, tiendas de regalo, bares y transporte. En sentido general, la calidad de los negocios turísticos es básica e intermedia. En esta zona también se pueden encontrar negocios con calidad de primera y lujo, destacándose las cadenas de hoteles Bahía Príncipe y The Banister Puerto Bahía.

Esta zona de la provincia dispone de servicios de energía eléctrica (Edenorte), recogida de residuos sólidos a través del Ayuntamiento, y suministro de agua por medio del acueducto. Las vías de acceso se encuentran completamente asfaltadas y los servicios de comunicación tanto alambrada como móvil funcionan sin

mayores inconvenientes.

Hay una gran oferta de servicios de excursiones, tanto terrestres como marítimas. Se destacan las excursiones al Cayo Levantado, Los Haitises, Las Ballenas, El Limón, Playa Rincón, entre otros. Otros parajes de importancia son: el Museo de las Ballenas Jorobadas y el Observatorio de las Ballenas, sin dejar de lado la hermosa Bahía de Samaná.

Esta zona tiene un gran movimiento comercial, debido a la gran cantidad de turistas nacionales e internacionales que viajan para disfrutar de los atractivos turísticos y la biodiversidad costera de la provincia. Es importante resaltar la gran cantidad de turistas que llegan a Santa Bárbara de Samaná y el Cayo Levantado gracias a las cadenas de cruceros que atracan en sus costas.

Las Galeras: Las Galeras se caracteriza por un gran flujo de turistas, predominan los negocios de propietarios extranjeros. Desde la carretera que conduce a Las Galeras se consigue acceso a varios negocios turísticos ubicados de frente a la costa, entre ellos se destacan proyectos residenciales, hoteles y restaurantes, en su mayoría de calidad intermedia, de primera y lujo. Predominan los negocios turísticos de propietarios dominicanos, franceses e italianos.

En Playa Las Galeras el turista puede encontrar negocios de todo tipo, desde restaurantes, gift shop, alojamiento, bares, transporte y otros. Propiamente en la playa existen varias

asociaciones de vendedores entre ellas:

Asociación de vendedores de Las Galeras: Compuesta un grupo de 16 mujeres que comparten recinto para la venta de comida y bebidas, 1 puesto de gift shop, 1 bar y los vendedores que alquilan chaise-longues.

Asociación de dueños de botes para excursiones: Compuesta por los propietarios de 27 botes destinados para excursiones a los atractivos turísticos de la zona.

Los servicios básicos en esta zona están cubiertos. El agua es abastecida por medio del acueducto, la energía eléctrica es suministrada a través de la empresa Luz y Fuerza y los residuos sólidos en su mayoría son retirados por el Ayuntamiento. Algunos negocios se ven en la necesidad de contratar servicios privados para la recogida de los residuos. La carretera que da acceso a Las Galeras se encuentra en buenas condiciones, sin embargo, las vías secundarias y caminos de acceso a la costa se encuentran en caliche.

Playa Rincón: Playa muy destacada y reconocida por los turistas, en cuyas costas existen escasos negocios, específicamente: 3 restaurantes, 1 bar, 1 asociación de alquiler de chaise-longues y 1 gift shop. Muchos turistas suelen acampar en esta playa para disfrutar de sus atractivos. En un extremo de la playa desemboca el Río Caño Frío, el cual abastece de agua dulce a los pobladores del área. En la zona alejada hay un complejo de 7 cabañas turísticas para alojamiento.

Los negocios de la playa no cuentan con servicio de energía eléctrica, el agua necesaria la captan de una llave cercana alimentada desde el acueducto y del Río Caño Frío. Las aguas residuales de los baños son descargadas en sépticos individuales. Los últimos 2 km que dan acceso a esta playa se encuentran en mal estado, sobre una capa de caliche y rocas pequeñas. Los residuos sólidos en la mayoría de los casos son quemados a cielo abierto.

Playa El Valle: Ofrece una hermosa vista para los turistas, ya que se trata de una playa en estado virgen. En la playa se localizan 4 restaurantes para brindar a los turistas el servicio de comida y bebidas. Los restaurantes se abastecen de agua del acueducto y del río que atraviesa la carretera de acceso, la cual se encuentra en muy mal estado y cuyas posibilidades de acceso dependen del nivel de agua del río. El suministro de energía eléctrica está a cargo de la empresa Edenorte y los pobladores recurren a la quema de los residuos sólidos. Anidan tortugas en esta playa.

En la carretera de Playa del Valle se localiza un hotel, el cual se caracteriza porque sus habitaciones están construidas en las ramas de los árboles.

Las Terrenas: La zona turística más importante de la provincia de Samaná conjuntamente con Santa Bárbara de Samaná. Las Terrenas se caracterizan por el gran flujo de turistas tanto nacionales como internacionales. En este municipio abundan los negocios turísticos tales como restaurantes, hoteles, bares, excursiones, tiendas de regalo, transporte, y otros.

Los servicios básicos en la zona están prácticamente cubiertos, salvo algunos lugares donde la recogida de los residuos no es eficiente por parte del Ayuntamiento y se requiere contratar un servicio privado. La mayoría de los negocios se abastecen de agua del acueducto y la energía eléctrica es suministrada por la empresa Luz y Fuerza.

Existe una gran cantidad de proyectos residenciales privados, que en muchos casos son administrados por inmobiliarias y estas se encargan de alquilar las propiedades a los turistas.

En sentido general, la calidad de los negocios turísticos de esta zona va desde básica hasta lujo. Predominando los de tipo intermedio y de primera. La vía de acceso a la zona está en buenas condiciones, completamente asfaltada, salvo algunas vías secundarias a nivel de la costa.

5.3 CONCLUSIONES DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN EN LOS NEGOCIOS TURÍSTICOS DE SAMANÁ.

Luego de haber realizado el levantamiento y analizado la información de los negocios turísticos, queremos resaltar algunos puntos a tomar en cuenta para la elaboración del plan de regularización. Estos son:

1. Los tipos de negocios predominantes son: los restaurantes (39%), los de alojamiento (21%), esparcimiento (13%), excursiones (8%) y tiendas de regalo (8%).
2. Los ecosistemas más impactados son las

playas y costas en un 72%.

3. Los pequeños negocios ubicados en el litoral la playa pública de Cayo Levantado, Playa Rincón, Playa Las Galeras, Playa Bonita y Playa Cosón están organizados en asociaciones. Estás pagan un monto anual al Ministerio de Turismo y en algunos casos al Ayuntamiento para poder operar.

4. Los negocios de excursiones requieren de un brazalete otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente para realizar visitas a las áreas protegidas. La entrega de este brazalete no está condicionada a ningún requisito por parte de la empresa de excursiones.

5. El nivel educativo de los propietarios de negocios en la provincia Samaná es en un 53% universitario, a diferencia de Montecristi, donde el 71% de los propietarios no supera el nivel de bachiller.

6. El 45% de los negocios levantados están ubicados a menos de 60 metros de la costa, principalmente restaurantes.

7. El 64% de los negocios turísticos levantados inició sus operaciones a partir del año 2009.

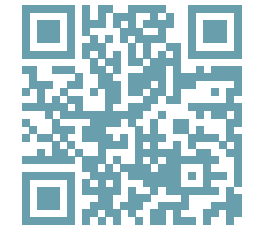
8. Los propietarios de los negocios de excursiones se quejan del mal estado en que se encuentran los atractivos turísticos.

9. Los propietarios de negocios dicen que el proceso de regularización es muy tedioso y costoso. En muchos casos se quejan de que los beneficios del negocio son muy bajos como

CAPÍTULO V

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PROVINCIA DE SAMANÁ

Este y otros documentos del proyecto Biodiversidad Costera y Turismo pueden encontrarse en formato digital en:
<https://sites.google.com/view/bioturismord/documentos>



para cubrir los costos de la regularización.

10. Los propietarios de negocios manifestaron que el Ministerio de Turismo, Medio Ambiente y Salud Pública no se les han acercado para que se regularicen, principalmente en los comedores y hoteles pequeños.

11. Gran parte de los negocios turísticos informaron que reciben inspecciones periódicas por parte del Ministerio de Turismo y Salud Pública, pero no les exigen papel de registro o licencia.

12. El 21% de los negocios levantados están destinados a alojamientos, con impactos ambientales provocados por la generación y manejo de residuos sólidos y aguas residuales, siendo muy importante el control de dichos contaminantes.

13. Los restaurantes representan un 39% de los negocios turísticos levantados, los cuales brindan a los turistas una variada gastronomía principalmente los mariscos. Dichos mariscos son capturados por los mismos pescadores de la zona, por lo que es importante revisar o reforzar los controles existentes para la pesca.

14. El 8% de los negocios levantados ofrecen el servicio de excursiones, lo que puede implicar la alteración de la biodiversidad del entorno a las áreas turísticas visitadas. Para este tipo de actividad se debe de contar con controles que permitan proteger los diferentes ecosistemas.

15. El 40% de los negocios turísticos de Samaná ofrece un servicio bajo condiciones intermedias. A diferencia de Montecristi, donde el 52%

opera bajo condiciones deficientes. Esto marca una gran diferencia en ambas localidades no solo en el servicio, sino también en el tipo de turismo, la economía de la zona y el desarrollo del turismo.

16. Se dificulta el rastreo y seguimiento a la regularización de los negocios por la falta de incongruencia en los nombres que utilizan para los registros. En varios casos los negocios tienen nombres diferentes para RNC, ONAPI, registro turismo, medio ambiente y otros.

17. Los propietarios de negocios entienden que la regularización no les trae beneficios a sus empresas, por el contrario, le incrementa sus costos.

18. Los propietarios no consideran que el Ministerio de Turismo es un aliado para el desarrollo de la zona, sino que solo hace la función de fiscalizador.





INFORMACIÓN

Tel. 809-567-4300

Ext. 7394 | 7389 | 7192 | 7193

Correo: proyectobcyt@gmail.com

Web: proyectobcyt.com

   :@bioturismord

**Proyecto Biodiversidad Costera y Turismo,
una oportunidad para el desarrollo sostenible**
Avenida Luperón esq. Cayetano Germosén
Sector El Pedregal, Santo Domingo, D.N.,
República Dominicana