

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE SANTIAGO
UTESA**

Área de Ciencias Económicas y Sociales
Carrera de Administración de Empresas Turísticas

**PERSPECTIVA DE LOS TOURS OPERADORES SOBRE EL
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE PUERTO PLATA**

Monografía para optar por el título
de Licenciadas en Administración de Empresas Turísticas

PRESENTADA POR:
LILIANA MERCEDES SALBITANI ALMONTE
MARÍA YOKARIS REYES

ASESORES:
ARELYS ROMÁN, M A
PEDRO RAMOS, MA

San Felipe de Puerto Plata
República Dominicana
Abril 2005

INDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: HISTORIA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN PUERTO PLATA

- 1.1 Historia de la ciudad de Puerto Plata
- 1.2 Desarrollo del Turismo en Puerto Plata
- 1.3 Industria Hotelera en Puerto Plata
- 1.4 Atractivos turísticos de la ciudad de Puerto Plata

CAPÍTULO II: TOURS OPERADORAS

- 2.1 Definición de Tours Operadoras
- 2.2 Requisitos Tours Operadoras
- 2.3 Historia de la Tours Operadoras de Puerto Plata
- 2.4 Importancia de las Tours Operadoras
- 2.5 Servicios que ofrecen las Tours Operadoras
- 2.6 Ley que rige las Tours Operadoras
- 2.7 La Opetur

CAPÍTULO III: LOS TOURS OPERADORES Y SU DESARROLLO TURÍSTICO EN PUERTO PLATA

- 3.1 Estadísticas de la llegada de turistas a la ciudad Puerto Plata durante el año 2004 – 2005
- 3.2 Porcentaje de turistas por nacionalidad de los Tours Operadores temporada diciembre 2004 – abril 2005
- 3.3 Medidas y reglamentaciones para los Tours Operadores Internacionales
- 3.4 Recomendaciones para mejorar el destino turístico de Puerto Plata
- 3.5 Estrategias para el relanzamiento del turismo en la ciudad de Puerto Plata

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

- 4.1 Matriz de variables e indicadores del estudio

4.2 Análisis e interpretación del instrumento aplicado a
Tours Operadores

4.3 Análisis e Interpretación del instrumento aplicado a
los Gerentes de los Hoteles

HALLAZGOS

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

APÈNDICE

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

En el siguiente trabajo de investigación se realizó un análisis sobre la **Perspectiva de los Tours Operadores sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata**. De esta manera se determinó su eficiencia y desenvolvimiento en el turismo local.

Esta investigación es relevante porque permitió conocer la factibilidad y el grado de operación de una temporada turística, la cantidad de llegada a la provincia de Puerto Plata, la calidad de los hoteles y el tipo de turista que más visita esta zona. El estudio acerca de las tours operadoras resultó interesante, ya que por medio de ésta se busca una forma de llegar a un mercado geográficamente diverso.

Algunas cadenas hoteleras venden más de un tercio de sus habitaciones a través de los agentes de viajes – tours operadores. Estos reservan más del 95% de los cruceros, 90% de los boletos de las líneas aéreas, 50% de las rentas de autos y 25% de las habitaciones de hoteles.

Las agencias tours operadores, se dedican a organizar tours paquetes y excursiones bajo su propia responsabilidad de manera frecuente o

esporádica y los comercializan directamente o por medio de las agencias minoristas – detallistas.

Se afirma que el auge de la actividad turística ha impactado la economía de esta provincia, en cuyos negocios se observa un gran dinamismo, por lo que a diferencia de otras partes del país, se ha superado la crisis económica. Los hoteles, restaurantes, las tiendas de regalos y otros negocios de Puerto Plata han aumentado su número de empleados, que con sus compras dinamizan el comercio en sentido general.

Para llevar esta investigación a cabo se necesitó de un objetivo general, analizar las perspectivas de las Tours Operadoras sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata, durante el período Diciembre 2004 - Abril 2005.

La metodología utilizada es descriptiva porque se evaluaron la perspectiva de los Tours Operadores sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata; es bibliográfica porque se extrajeron informaciones de libros, revistas e Internet. Al mismo tiempo es prospectiva porque está

basada en un estudio, en el cual la información se registra de acuerdo a su ocurrencia y transversal porque dicho estudio está basado en un espacio de tiempo corto.

Es de campo, ya que se recurrió a hacer entrevistas a personas ligadas directamente a la actividad turística (operadores de tours) de la ciudad de Puerto Plata. Para el análisis estadístico de los datos se utilizaron las frecuencias relativas y otros instrumentos que permita la comparación de datos que arrojaron luz al problema objeto de estudio.

El principal objetivo que poseen los tours operadores es que sirven como conexión receptoras entre los turistas internacionales que visitan la zona, y son responsables de poseer un canal de información para los turistas que visitan ofreciéndoles una gran gama de servicios para generar los ingresos que le permiten operar entre estos están: Reservaciones y expediciones de boletos aéreos, ventas de paquetes de excursiones y cruceros, reservas de hoteles, renta o alquileres de vehículos, reservas para visitar lugares de interés turístico y otras.

Los tours operadores diseñan paquetes de viajes dirigidos normalmente a los viajeros en plan de descanso. Estos paquetes por lo general incluyen transporte y alojamiento pero también alimentos, transporte terrestre y entretenimiento.

Al diseñar un paquete ésta firma un contrato con las líneas aéreas y los hoteles por un número específico de asientos y habitaciones, recibiendo un descuento por volumen.

Las operadoras de Tours son las empresas que se dedican a producir, ofrecer, vender y realizar excursiones (tours) en el país. Dichas excursiones deben ser realizadas exclusivamente en vehículos autorizados por la Secretaría de Estado de Turismo y deben contar, en todo tiempo, con la presencia de una guía oficial de turismo.

Los resultados arrojaron informaciones que permitirán solucionar problemas que surgen en las Tours Operadoras con las diferentes empresas relacionadas con el turismo, logrando una mejor organización entre ellas.

Finalmente, los hoteles podrán mejorar su infraestructura por medio de esta investigación, además la calidad de los servicios para que se pueda tener un turismo de calidad y que responda a los intereses de todos los que hacen vida o depende directamente o indirecta de la llamada industria sin chimenea.

INTRODUCCION

En el trabajo de investigación se realizó un análisis sobre la **Perspectiva de los Tours Operadores sobre el Desarrollo Turístico de la ciudad de Puerto Plata.**

La importancia de este estudio radica en que por medio de esta investigación se podría conocer qué tan indispensable son las Tours Operadoras para dar a conocer y vender un producto turístico. Asimismo mediante la investigación se pueden obtener datos significativos para desarrollar y dar a conocer aquellos factores sobre los que inciden las tours operadoras para el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata.

Debido a la crisis del destino, los hoteleros se vieron en la necesidad de despedir más del 40% de su empleomanía, pero con la recuperación de este destino, ahora están necesitando más empleados, porque están registrando una alta ocupación por encima del nivel ocupacional.

Cabe destacar que la Costa Norte comienza a ser apreciada por tours operadores y turistas como un multidesino lleno de atractivas opciones, que

incluyen hoteles de todas las categorías y una gran oferta complementaria, que dan a Puerto Plata una identidad que la diferencia de los demás polos del país.

Con los resultados de la investigación se obtendrá un conocimiento más amplio de los que significan las tours operadoras para el sector turístico. El propósito del tema es trascendente para el sector turístico por ende para la sociedad, pues beneficia a cada uno de los sectores antes mencionados.

El desarrollo de la investigación beneficia a varios sectores de la sociedad dominicana, dentro de los cuales se pueden identificar: el sector turismo, tanto del país como de la región por obtener aspectos informativos sobre servicios turísticos, entre otros que se tratan en la investigación. El sector estudiantil conjuntamente con la universidad por la fuente de datos con la cual pueden contar. Con los resultados de la investigación se obtendrá un conocimiento más amplio de lo que significan las tours operadoras para el sector turístico.

Se planteó un objetivo general que sirvió como base para la realización de esta investigación, el cual es analizar las perspectivas de las Tours Operadoras sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata, durante el período Diciembre 2004 - Abril 2005. Además de un objetivo general que sirviera de base se planearon tres objetivos específicos para ayudar a la realización de la investigación los cuales fueron:

- Determinar la afluencia de turistas en la zona de Puerto Plata,
- Conocer la cantidad de reservas solicitadas entre Diciembre 2004- Abril 2005
- Identificar el nivel de ingresos que percibirán la Tours Operadoras en la temporada Diciembre 2004 – Abril 2005.

El trabajo de investigación que se realizó para su mejor elaboración y resultados, fue delimitado en el aspecto geográfico, de tiempo y de temas tratados. Dicho estudio enfoca las perspectivas de las Tours Operadoras sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata, la cual se encuentra en la Zona Norte del país. La investigación se llevó a cabo en el período comprendido diciembre 2004 – abril 2005.

La metodología utilizada es descriptiva porque se evaluaron la Perspectiva de los Tours Operadores sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata; es bibliográfica porque se extrajeron informaciones de libros, revistas e Internet. Al mismo tiempo es prospectiva porque está basada en un estudio en el cual la información se registra de acuerdo a su ocurrencia y transversal porque dicho tema se estudia en un espacio de tiempo corto.

Se trabajó con el total de la población que es de 27 personas, con un total de 15 hoteles donde se entrevistó a los gerentes y un total de 12 gerentes de las Tours operadoras a través de un cuestionario con preguntas cerradas, los resultados fueron presentados en tablas y gráficos e interpretados en términos de porcentajes, dichos cuestionarios fueron elaborados por las autoras.

Para la realización de esta importante investigación no surgieron limitaciones, salvo en el caso de las informaciones, ya que hay muy poco material que hable específicamente sobre este tema.

La monografía está estructurada en cuatro capítulos:

En el primer capítulo está la historia de la industria turística en Puerto Plata, historia de la ciudad, desarrollo del Turismo, la Industria Hotelera y los atractivos turísticos de la ciudad de Puerto Plata.

En el segundo capítulo están las Tours Operadoras, definición, requisitos, historia en la ciudad de Puerto Plata, importancia, servicios que ofrecen y la Ley que rige a las Tours Operadoras y Opetur.

En el tercer capítulo los tours operadores y su desarrollo turístico en Puerto Plata, estadísticas de la llegada de turistas a la ciudad Puerto Plata durante el año 2004 – 2005, porcentaje de turistas por nacionalidad de los Tours Operadores, temporada diciembre 2004 – abril 2005, medidas y reglamentaciones para los tours operadores Internacionales, recomendaciones para mejorar el destino turístico de Puerto Plata, entre otros temas que permiten la comprensión global del tema.

El cuarto capítulo contiene el análisis y presentación de los resultados y la matriz de variables e indicadores del estudio.

CAPÍTULO I: HISTORIA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN PUERTO PLATA

El turismo, actividad desconocida en el país cuando se inició la década del 70, a pesar de existir en la República Dominicana una oficina y un director de turismo desde el 19 de julio de 1946, empieza a desarrollarse en Puerto Plata con las llegadas regulares del buque Boheme que tocaba puerto semanalmente; cuyos pasajeros visitaban algunos lugares de la ciudad.

El turismo de cruceros, fue el primero que se desarrolló, puesto que aún no existía el Aeropuerto Gregorio Luperón. Pero pronto redujo su importancia, entre otras razones por las precariedades del puerto para este tipo de barco y por las acciones de los organizadores y tours operadores.

Sobre el puerto de la ciudad se han expresado durante toda la historia grandes personajes:

Camarena (2003, p 25) expresa que Cristóbal Colón, decía de este Cabo al Monte de Plata hay un golfo y tierras las mejores y más lindas del mundo, todas campiñas altas, y hermosas, que van mucho a la tierra

adentro. y un Puerto muy bueno, y en la entrada tiene catorce brazas, y este monte es muy alto y hermoso.

El proyecto de Playa Dorada, iniciado por el Banco Central de la República Dominicana, siguió un riguroso diseño y cumplió su ejecución. Luego, en el mismo municipio de Puerto Plata se han construido otros que no cumplen con los lineamientos de ningún plan, ni los que proliferaron en el municipio de Sosúa, Cabarete y en otras áreas menos desarrolladas.

1.1 Historia de la Ciudad de Puerto Plata

La ciudad de Puerto Plata está ubicada entre la montaña Isabel de Torres y el Océano Atlántico, es una de las ciudades más hermosas que tiene el país. Es el principal municipio de la provincia de Puerto Plata, que tiene, según el censo efectuado en el año 2002, la cantidad de 288,612 habitantes en toda la región. Fue descubierta en el segundo viaje del Almirante Cristóbal Colón.

Fue diseñada por los hermanos Cristóbal y Bartolomé Colón, en el 1496 y fundada en el año 1502 por Fray Nicolás de Ovando. En su primera etapa de Colonia Española fue considerada el principal puerto marítimo y comercial de la isla.

En el 1605 fue despoblada y destruida por orden del Rey Fernando III, para evitar el avance de la piratería inglesa y holandesa que tomaban como base la parte norte del atlántico. Un siglo después, en 1737 se repobló nuevamente trayendo nuevos habitantes procedentes de las islas canarias que eran en su mayoría agricultores. En el 1822 la ciudad estuvo bajo dominio haitiano. De 1844 en adelante empieza el periodo republicano y la ciudad recobra nuevamente su auge comercial y marítimo.

Ortega (2001, p 158) expresa que en el 1863, durante el período de la Guerra Restauradora, la ciudad fue incendiada totalmente, iniciándose a partir de 1865 la construcción de la actual ciudad de Puerto Plata. Bajo la influencia de la arquitectura victoriana, considerada la más avanzada de su época, Puerto Plata, a mediados del siglo XVIII se convierte en una ciudad de gran importancia por su desarrollo económico, marítimo, social y cultural comenzando así una nueva era comercial.

1.2 Desarrollo del Turismo en Puerto Plata

Desde el 1946, existe en Puerto Plata una oficina de Dirección Provincial de Turismo; pero dicha actividad era desconocida en el país

hasta la década de los 70. Es cuando comienza a desarrollarse en Puerto Plata, con la llegada regular del buque Boheme, trasatlántico que tocaba puerto cada lunes.

Para plantear aquí el desarrollo turístico de Puerto Plata, necesariamente, hay que pensar en quienes, por décadas, fueron pioneros: Luís A. Pelegrín, Doña Blanca entre otros. El turismo de hoy en día fue impulsado por el Sr. Luís Pelegrín quien construyó el primer el primer hotel ubicado en Long Beach al este del malecón de Puerto Plata. Luego se creó el complejo Cofresí por los Señores Rafael Silverio Mesón y Juan Carlos Morales. En esta época Puerto Plata se consideraba uno de los polos turísticos de más importancia del país, solo contaba con 35 habitaciones.

Ya en la década de los 40 en el siglo pasado tocaban el puerto embarcaciones cubanas y españolas. Con la inauguración del aeropuerto internacional Gregorio Luperón y el desarrollo del proyecto de Playa Dorada, auspiciado por el Banco Central de la República Dominicana, el número de viajeros hacia este destino, experimentó un gran movimiento.

En los años 1981 y a 1985, el número de extranjeros que ingresaron al país, supero cifras de 83,800 turistas por año, de ellos 32,442 correspondían a esta zona con una particularidad de un 39.5%

1.3 Industria Hotelera en Puerto Plata

“La Industria Hotelera en Puerto Plata nace con el proyecto Playa Dorada a partir del 1981 con el Hotel Jack Tar Village, de una capacidad de 286 habitaciones fue el inicio del turismo planificado vinculado al desarrollo de la industria hotelera”. (Jorge, 1995, p 110)

Este proyecto tiene una cantidad de 15 hoteles con diversos restaurantes, casinos y discotecas.

La oferta habitacional, sin embargo continuó diseminándose dando paso a otros proyectos como el complejo turístico cofresí localizado en el kilómetro 4 de la autopista Puerto Plata – Santiago.

❖ Hoteles de Puerto Plata

En el complejo de Playa Dorada se localizan 15 hoteles:

Hotel Puerto Plata Village

386 Habitaciones

Occidental Allegro Jack Tar Village	290 Habitaciones
Viva Wyndham Plata Dorada	204 Habitaciones
Playa Naco Resort and Spa	346 Habitaciones
Hotetur Dorado Club Resort	188 Habitaciones
Amhsa Marina Paradise Beach Club & Casino	436 Habitaciones
Gran Ventana Beach Resort	506 Habitaciones
Occidental Grand Flamenco Puerto Plata	582 Habitaciones
Hotetur Villas Doradas Beach Resort	244 Habitaciones
Occidental Allegro Playa Dorada	501 Habitaciones
Victoria Resort Golf & Beach	190 Habitaciones
Fun Royale Beach Resort	168 Habitaciones
Fun Tropicale Beach Resort	184 Habitaciones
Occidental Caribbean Villege Club on the Green	336 Habitaciones
Casa Colonial Beach and Spa	50 Habitaciones

❖ En la localidad de Maimón la cadena Riu

Riu Merengue	544 Habitaciones
Riu Bachata	544 Habitaciones
Riu Mambo	454 Habitaciones

❖ En Cofresí

Hacienda Resorts	279 Habitaciones
Sun Village	300 Habitaciones

❖ Complejo Turístico Costa Dorada

Coral Marién	332 Habitaciones
Iberostar	498 Habitaciones

1.4 Atractivos Turísticos de la Ciudad de Puerto Plata

Una visita al centro histórico de la ciudad, muestra la belleza de su arquitectura victoriana, destacándose los edificios La Fe en el Porvenir, Club del Comercio, La Glorieta del Parque Central y el Ayuntamiento Municipal.

Su infraestructura hotelera es una de las más importantes del país debido a su capacidad habitacional, a sus campos de golf (uno de los más grandes de América latina), a la belleza de sus playas y su clima tropical. El Teleférico ubicado en la cima de la montaña Isabel de Torres de casi 1,000

metros de altura. Allí, a los pies de una gigantesca estatua de Cristo Redentor se aprecia una vista panorámica de la ciudad y sus alrededores.

En el centro de la ciudad se destacan las torres blancas de la iglesia San Felipe, esta iglesia tiene un encanto provinciano típico de esta región. El Museo del Ámbar, espléndida muestra de arquitectura victoriana, que contiene algunos de los ejemplares más raros de esta piedra semipreciosa.

El Fuerte de San Felipe, impresionante mole de piedra que data del siglo XVI. Construido como defensa contra los ataques de piratas ingleses y franceses. A poca distancia del fuerte podrá ver el monumento Gregorio Luperón, fue uno de los héroes más grandes de la historia dominicana.

Puerto Plata hoy ofrece nuevos atractivos como el parque acuático Ocean World Park creado por un grupo de expertos en animales marinos, es la joya más nueva del caribe. Localizado al final de Cofresí Beach, justo en las afueras de Puerto Plata, tienes los más emocionantes encuentros con los animales que el Caribe ofrece. También contará con una marina para yates.

CAPÍTULO II: TOURS OPERADORAS

Los tours operadores son las empresas que se dedican a producir, ofrecer, vender y realizar excursiones (Tours). Dichas excursiones deben ser realizadas exclusivamente en vehículos autorizados por la Secretaría de Estado de Turismo y deben contar, en todo tiempo con la presencia de un guía oficial de turismo.

Estas constituyen un excelente medio para mantener informado al mercado nacional e internacional y aumentar el registro de reservaciones. Su impacto puede ser importante para las cadenas hoteleras que cuentan con instalaciones en todo el país. Las tours operadoras promueven los recursos y atractivos estatales en el extranjero y en la misma ciudad.

Prieto tours fue la primera tours operadora que inició en la ciudad de Puerto Plata en el año 1963, Cafemba Tours 1972, luego fue creada en el 1976 Turinter, S. A., Turissimo en el 1985, Go Dominican en el 1989, Gala Tours en el 1990, Coco Tours en el 1994, Hola Tours en el 1995, entre otras.

2.1 Definición de Tours Operadores

Empresa que se dedica a producir, ofrecer vender y realizar excursiones (tours) en el país. Dichas excursiones deberán ser realizadas exclusivamente en vehículos autorizados por la Secretaría de Estado de Turismo y deberán contar, en todo tiempo, con la presencia de un guía oficial de turismo.

Los tours operadores constituyen una fuente generadora de divisas a la ciudad de puerto plata ya que por medio de esta emplean a cientos de puertoplateños. En términos del proceso de comercialización del turismo las tours operadores trabajan estrechamente con tours operadores internacionales mediante un contrato o sea que la operadora local debe tomar la responsabilidad de transfer tour, excursiones y asistencia en los hoteles.

2.2 Requisitos de los Tours Operadores

Requisitos:

- ❖ Cumplir con los requisitos establecidos.
- ❖ Carta de solicitud para operar, dirigida al señor secretario.

Del Solicitante:

- ❖ Fotocopia de la cédula de identidad y electoral de los (3) principales accionistas, si son extranjeros fotocopia del pasaporte y residencia.
- ❖ Certificado de buena conducta y/o no delincuencia de los (3) principales accionistas, originales y vigentes a la fecha de su deposito.
- ❖ Referencias personales.

De la Empresa o Entidad:

- ❖ Presentar documentos constitutivos de la razón social con su Registro Nacional de Contribuyente (RNC).
- ❖ Depositar título de propiedad o contrato de arrendamiento.
- ❖ Póliza de seguro de responsabilidad civil que cubran los riesgos denominados de predios y operadores, para los tours y operadoras.

Cuadro No. 1

Tipo Responsabilidad Civil	Operadora de Tours
Responsabilidad Civil Directa	RD\$2,000.00 Principal RD\$1,000.00 Sucursal
Responsabilidad Civil Indirecta	RD\$15,000.00 Principal RD\$7,000.00 Sucursal
Responsabilidad Legal	RD\$6,000.00 Principal RD\$3,000.00 Sucursal

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo

- 1) Construir fianza de garantía para riesgos de las posibles cancelaciones inejecuciones del contrato.
- 2) La cuantía de las finanzas para las agencias de viajes, reservaciones y pasajes será de RD\$100.00
- 3) La cuantía de las finanzas para las agencias mayoristas será de RD\$200.00
- 4) La cuantía para las agencias operadoras será de RD\$1,500.00
 - Nombre comercial definitivo.
 - Presentar carnet de tráfico aéreo, (agencias de viajes).
 - Presentar planes y/o programas de excursiones turísticas realizadas o por realizar (operadora de tours).
 - Depositar cuatro sellos de impuestos interno por valor de RD\$400.00 c/u.
 - Visto bueno de inspección realizado por turismo.
 - Recibo de pago correspondiente, de acuerdo a la modalidad de su servicio.

Requisitos Anexos:

- Debe ajustarse a las regulaciones existentes en la SECTUR para su tipo de empresa, salvo el pago de impuesto cave debe ser menor como política de incentivo.
- Debe apostar parte de su ganancia anual para obra de desarrollo comunitario, fundamentalmente donde oferta los atractivos.
- Cualquier otro que demande la SECTUR.

2.3 Historia de las Tours Operadoras de Puerto Plata

La primera tours operadora que inicio en la ciudad de puerto plata fue **Prieto Tours** en 1963 por el sr. Don Ramón J. Prieto, dicha compañía con más de 40 años de experiencia como agencia de viaje y tours operadora con un personal altamente capacitada y un alto flujo de agencias nacionales e internacionales.

❖ Turinter S.A.

Fue creada en el 1976 por el arquitecto Feliz Jiménez uno de los pioneros de turismo en la República Dominicana. Turinter fue la fundadora de la asociación de tours operadora (OPETUR) es miembro de ATOM< JATH entre otras agencias importantes internacionales.

❖ Turissimo

Comenzó en el año 1985 en la localidad de Sosúa luego 2 años más tarde en el 1987 pasó a mano de otro socio de origen Italiano el sr. Victorio trasladando la operadora a la ciudad de puerto plata, no fue hasta el 1989 que comenzó a operar con agencias internacionales como Air Transt.

❖ Gala Tours

En el 1990 pertenecía anteriormente a la compañía Escape Tours, en el 1992 el señor Wilson Brugal comenzó a operarla como gala tours en otro local.

❖ Coco Tours

Inicio su operación en el 1994 por el señor Steve MacQueen de origen Americano.

❖ Hola Tours

En 1995 el señor de Luc Herremans de origen Belga comenzó a operar con Hola Tours manejando la operación de hola tour en Bélgica.

❖ Go Dominican

Empresa fundada en 1989 por la sra. Álida Uribe junto a un grupo de emprendedores profesionales del sector turístico, los cuales fundaron las bases de esta empresa, la que brinda sus servicios una gran cantidad de operadoras internacionales.

❖ Cafemba Tours

En 1972 el sr. Michael Román fundó Cafemba tours en Puerto Plata.

2.4 Importancia de las Tours Operadoras

Los tours operadores constituyen un excelente medio para mantener informado al mercado nacional e internacional y aumentar el registro de reservaciones. Su impacto puede ser importante para las cadenas hoteleras que cuentan con instalaciones en todo el país. Las tours operadoras promueven los recursos y atractivos estatales en el extranjero, a nivel nacional y en la misma ciudad.

Los tours operadores por lo general cuentan con centros de información turística ubicados estratégicamente en lugares adecuados.

Estos tours operadores le da al turismo una gran ventaja competitiva ya que es una forma de llegar a un mercado geográficamente diverso.

Dentro de la importancia podemos resaltar

- Seguridad (Representación de un personal calificado a su destino).
- Manejo de todas situaciones que presente el turista ya sea un inconveniente en la instalación de salud o legal.
- Sirve de intermediario para los tours operadores internacionales, facilitándole instalación dentro de su operador manejando conjuntamente las operaciones.

2.5 Servicios que ofrecen las Tours Operadoras

A.- Formación, orientación y asistencia a los operadores Internacionales.

Los tours operadores en ejercicio de sus actividades ofrecen un servicio de información permanente. Igualmente prestan de gestión sobre las informaciones requerida por los clientes extranjeros ya sea de un grupo o un paquete.

B.-Ventas de servicio suelto

Mediación en las ventas de excursiones, transportación, reservas de habitaciones y servicios en los establecimientos hoteles.

C.-Ventas De Servicios Organizados.

Están comprendidas todos los servicios que se le comercializan, que se venden en forma de paquetes los cuales los clientes pueden adquirir un solo acto de compra (transporte, alojamiento, traslado, excursiones). Evitándose así todo el complicado proceso de contratación de dicho servicio por separado.

Los servicios organizados que venden un tour operador pueden ser de dos tipos:

- 1.- Los de elaboración propia (preparado por la misma operadora a petición del cliente).
- 2.- Los programas regular preparado por los mismos tours operadores.

Desglose de los tipos de excursiones realizadas por los tours operadores:

1. City tours

2. Santiago – Jarabacoa.
3. Six Wheels.
4. Santo Domingo.
5. Tropical Sun.
6. Funny Bike.
7. Outback safari.
8. Monster Truck.
9. Ocean World.
10. A day in Paradise.
11. Pantera.
12. Freestyle.
13. Horse Back Riding.
14. Fishing.
15. Tropical plantation.

Transportación

Los pasajeros están siempre provistos de transporte seguro y confortable en vehículos climatizados. Además cuentan con contratos de autobuses metro para la transportación de grupos, al mismo tiempo están

afiliados a compañías mas pequeñas de transportación buscando complementar los servicios.

Autobuses y capacidad utilizada por los tours operadoras:

59 paxs.

56 paxs.

54 paxs.

45 paxs.

33 paxs.

28 paxs.

21 paxs.

Vanette de 1 a 10 pax.

2.6 Ley que rige las Tours operadoras

Se definen, en lo que concierne a la presente ley, y así constará en la licencia otorgada por la Secretaría de Turismo a fines de operaciones, como agencias operadoras de tours, a las empresas que se dedican a producir, ofrecer, vender y realizar excursiones (tours) en el país. Dichas excursiones

deberán ser realizadas deberán contar, en todo tiempo, con la presencia de un guía oficial de turismo.

En ningún caso una agencia operadora de tours podrá vender o utilizar los servicios de particulares o de otras empresas que no posean la licencia de operaciones correspondiente. Cada excursión deberá contar con la presencia de un guía oficial de turismo en posesión del correspondiente carnet al día emitido por la Secretaría de Turismo.

Ley Orgánica de Turismo de la República Dominicana

Ley No. 541 El Congreso Nacional En Nombre de la República Ha Dado La Siguiete Ley.

De la Promoción Estatal del Turismo y de la Creación de la Dirección Nacional de Turismo.

Art. 1 Se declara de utilidad pública y de interés nacional la promoción estatal del turismo y de las actividades conexas a ésta. Esta promoción se realizará mediante programas de diferentes índole destinados a estimular viajes de extranjeros a la República Dominicana y de los habitantes de esta de un lugar a otro del territorio nacional, con propósitos recreativos,

científicos o culturales, dándose particular preferencia; especialmente a los lugares donde el patrimonio turístico nacional tenga sus mas importantes expresiones históricas, religiosas; arqueológicas y de recursos naturales o de cualquier otro orden.

Art. 2 Se crea la Dirección Nacional de Turismo, que dependerá directamente del Poder Ejecutivo.

Art. 3 La Dirección Nacional de Turismo podrá establecer agencias regionales o provinciales de acuerdo con la importancia turística de las respectivas aéreas.

a

La propaganda internacional del turismo se realizará con la colaboración de las empresas nacionales y extranjeras de transporte, de viajes, hoteleras y de turismo, establecidas o que se establezcan en la República Dominicana.

De las Agencias de Viajes y de Turismo

Art. 11 Son Agencias de Viajes y de Turismo las empresas de carácter comercial creadas para particulares y organizadas con la finalidad de prestar servicios a los turistas o a los viajeros mediante remuneración.

Párrafo Las agencias de viajes serán las únicas autorizadas para ejercer actividades relacionadas con este tipo de negocios turísticos.

Art. 12 Las Agencias de Viajes y de Turismo sólo podrán operar en el país previa autorización y registro que les otorgue la Dirección Nacional de Turismo.

Dichas agencias deberán solicitar de la Dirección General de Rentas Internas, mediante el pago que señale la Ley correspondiente una patente de Agente de Viajes y de Turismo, la cual será colocada en lugar visible del establecimiento. Para conceder dicha autorización, la Dirección Nacional determinará si la empresa solicitante tiene solvencia moral y económica y si, además cuenta con personal y elementos técnicos para prestar servicios eficientes a los viajeros.

2.7 LA OPETUR

La Asociación de Operadores de Turismo Receptivo de la República Dominicana (OPETUR), fue fundada en septiembre del año 1991, con el objetivo de promover en el país y en exterior las actividades turísticas relacionadas con sus asociados, además de representarlos ante las

autoridades oficiales, organizaciones nacionales, profesionales y entidades sindicales, entre otros. Su primera Asamblea general fue celebrada el 08 de enero de 1992, con un total de 14 socios. En la actualidad OPETUR cuenta con un total de 38 socios alrededor de todo el territorio nacional, representando así al 80% de los turistas que visitan nuestro país anualmente.

Su directiva está compuesta por 5 miembros, que representan las diferentes regiones del país:

Presidente

Director Administrativo

Director Técnico

Director Financiero

Director Regional Zona Norte

Director Regional de Punta Cana

Misión: Somos una asociación general que ofrece a sus miembros la defensa de sus intereses, proporcionándoles la unión entre sus miembros en pos de un bien común.

Visión: Con una fuerte motivación gremial estamos a la vanguardia en la obtención de conquistas, trabajando unidos con los sectores que componen la actividad turística en la República Dominicana.

Socios Aliados: Son socios aliados de OPETUR todas aquellas empresas que prestan otros servicios relativos a los diferentes subsectores del turismo nacional, y que no interfieren con los servicios de los socios tour operadores, Ej. Compañías de transporte turístico, proveedores de excursiones, rent-a-car, entre otros

Los socios aliados tendrán participación en las Asambleas Generales y las actividades que organicen OPETUR y tendrán voz, pero no tendrán voto y tampoco serán considerados para cargo electivos dentro de la asociación.

❖ **Beneficios:**

1. Ser parte de un grupo de empresas organizadas, que tienen objetivos comunes y por ende obtienen mejores resultados para lograr el desarrollo de un turismo sostenible.

2. Promover el país en el exterior y las actividades relacionadas con sus asociados.
3. Realizar actos promocionales, publicitario y comerciales que acerque a sus asociados a los mayoristas y agentes de viajes extranjeros compradores de servicios en nuestro país.
4. Trabajar conjuntamente con nuestros miembros asociados para obtener las mejores condiciones de trabajo y mejorar las relaciones comerciales con ellos.
5. Representar a sus asociados ante las entidades sindicalistas, profesionales, las autoridades oficiales, nacionales, y demás organizaciones afines.
6. Participar en eventos internacionales en los que participen entidades similares.
7. Realizar cualquier otra actividad de interés para sus asociados.
8. Publicación gratuita como miembro afiliado en nuestra Guía Turística.

❖ **Requisitos para ser socio activo de OPETUR:**

1. Ser considerado como agencia operadora de turismo receptivo y que se compruebe que ha ejercido esta función por un tiempo mínimo de un (1) año.
2. Enviar una carta de solicitud de ingreso dirigida a la Junta Directiva de OPETUR conjuntamente con el formulario de inscripción debidamente llenado, anexando una copia de la licencia oficial expedida por la Secretaria de Estado de Turismo.
3. Anexar tres (3) cartas de recomendación de tres hoteles con los que trabaja habitualmente.
4. La Junta Directiva revisará los anteriores documentos y someterá a toda su membresía la solicitud de ingreso a la organización. De no haber ninguna objeción, se aprobará el ingreso como socio y el mismo se ratificará en la siguiente asamblea general.
5. De aprobarse el ingreso, el nuevo socio debe pagar la suma de RD\$6,000.00, como cuota de inscripción a OPETUR.
6. Cada miembro debe pagar una cuota trimestral por membresía de RD\$6,000.00 c/u.

CAPÍTULO III: LOS TOURS OPERADORES Y SU DESARROLLO TURÍSTICO EN PUERTO PLATA

Es importante destacar que la llegada de visitantes extranjeros por el aeropuerto de Puerto Plata, después de tener tasas de crecimiento negativas en años anteriores, en el año 2004 el flujo de turistas presentó signos de recuperación, al obtener una tasa de crecimiento de 8.9%.

Puerto Plata, como consecuencia del relanzamiento de la Costa Norte mantiene el segundo lugar con una participación en la llegada de extranjeros de 24.1% en enero de 2005.

Instituciones empresariales y otros sectores de Puerto Plata vinculados directa e indirectamente al turismo, se han incorporado para, a través de un cluster (integración) que organiza la Asociación de Hoteles de Playa Dorada, trabajar a favor del desarrollo turístico de la zona. Esta asociación busca como medida proteger y consolidar a las operadoras dominicanas (El GATT y la OMT exigen la derogación de este precepto legal). De ahí nace el concepto de agencias representantes, las cuales pueden ser definidas como aquellas que de manera autorizadas y

profesional se dedican en el territorio nacional a ejercer los actos de su profesión de una agencia del exterior en su nombre y representación.

3.1 Estadísticas de la llegada de turistas a la ciudad Puerto Plata durante el año 2004 – 2005

Al comienzo del año 2004 el turismo en el país se encontró en pleno desempeño e inicio con firmeza una tendencia creciente, al recuperarse de los efectos negativos que durante el 2001, 2002 y 2003 habían paralizado el crecimiento del turismo en República Dominicana.

El movimiento total de pasajeros en los principales aeropuertos internacionales del país durante el año 2004 fue de 7, 216,214 personas, que se transportaron por los aeropuertos internacionales, para un crecimiento en el volumen de las operaciones aéreas de un 14.4%.

Es importante destacar que la llegada de visitantes extranjeros por el aeropuerto de Puerto Plata, después de tener tasas de crecimiento negativas en años anteriores en el año 2004 el flujo de turistas presentó signos de recuperación. Al obtener una tasa de crecimiento de 8.9%.

Cuadro No. 2 Tasa promedio de ocupación 2004

PROMEDIO	69.1
Enero	84.6
Febrero	93.1
Marzo	86.1
Abril	70.8
Mayo	50.6
Junio	56.4
Julio	70.8
Agosto	75.2
Septiembre	64.8
Octubre	56.0
Noviembre	59.0
Diciembre	61.6
ENERO 2005	86.2

Es importante indicar que estos resultados significan un inicio alentador para el año 2005, habiendo sobrepasado el sector turismo una serie de choques negativos en el 2004, tales como el aumento en los precios

de los paquetes turísticos, campañas promocionales negativas en el extranjero e incrementos en los costos operacionales, vía impuestos y salarios, lo que afecta la competitividad del sector.

Puerto Plata, como consecuencia del relanzamiento de la costa norte mantiene el segundo lugar con una participación en la llegada de extranjeros de 24.1% en enero de 2005.

Cuadro No.3
Llegada de extranjeros a República Dominicana
Por Aeropuertos
Enero 2005

Aeropuerto	Años					Variación (%)			
	2001	2002	2003	2004	2005	2005/ 2001	2005/ 2002	2005/ 2003	2005/ 2004
Total	248,069	188,932	256,738	276,251	296,832	19.66	57.11	15.62	7.45
Las América	60,432	44,067	45,817	43,773	49,843	-17.52	13.11	8.79	13.87
Puerto Plata	70,603	45,932	56,229	70,840	71,648	1.48	56.02	27.42	1.14
Punta Cana	100,209	75,232	119,960	129,348	135,065	34.78	79.53	12.59	4.42
La Romana	15,158	21,044	29,154	27,515	32,918	117.17	56.42	12.91	19.64
Cibao	1,000	1,093	4,650	4,202	6,763	576.3	518.76	45.44	60.95
Herrera	667	1,573	928	573	595	-10.79	-62.17	-35.88	3.58

Fuente: Banco Central www.bancentral.gov.do

3.2 Porcentaje de turistas por nacionalidad de los Tours Operadores temporada diciembre 2004 – abril 2005

Cuadro No.4

Go Dominican	Prieto Tours	Turinter
Francés 85%	Americanos 80%	Canadienses 90%
Ingleses 10%	Españoles 15%	Americanos 10%
Norteamericanos 5%	Rusos 5%	
Iberdom	Gala Tours	Turíssimo
Alemanes 25%	Americanos 10%	Francés 45%
Suizo 15%	Alemanes 90%	Canadiense 55%
Ingleses 60%		
Hola Tours	Coco Tours	
Alemanes 75%	Canadiense 60%	
Suizo 15%	Ingleses 35%	
Holandés 10%	Americano 5%	

Fuente: estadísticas recopiladas por las Tours Operadoras

Durante la temporada diciembre 2004 – abril 2005 el porcentaje de turista que más visitó la provincia de Puerto Plata fue el Canadiense seguido muy de cerca por los alemanes y los americanos.

3.3 Medidas y Reglamentaciones para los Tours operadores Internacionales

El reglamento número 2122 de 1984 que trata todo lo concerniente a la operación y funcionamiento de agencias de viajes dominicana expresa en su artículo 9, que las agencias de viajes u operadores extranjeros que acrediten su condición profesional de acuerdo con las disposiciones de su país y que, a juicio de la Sector ofrezca reconocidos solvencia profesional, moral y económica y, deseen realizar actividades relativas al negocio del viaje en la nación deberán hacerse representar por una agencia u operador local y previo cumplimiento de todos los requisitos previstos en el mencionado.

Esta medida busca proteger y consolidar a las operadoras dominicanas (El GATT y la OMT exigen la derogación de este precepto legal).

La Hoz (1995, p 19) expresa que de ahí nace el concepto de agencias representantes, las cuales pueden ser definidas como aquellas que de manera autorizadas y profesional se dedican en el territorio nacional a ejercer los actos de su profesión de una agencia del exterior en su nombre y representación.

Además, esto le permite economizarse los gastos de operación por locación, servicios y personal que tendría que efectuar si operasen directamente. Es por esta causa que, incluso en los países donde se les permite operar, las agencias foráneas prefieren hacerse representar.

Se estima que el cálculo de la obligación de indemnizar abarca el daño moral sufrido por el concesionario por derivación de la injusta y unilateral ruptura del contrato.

La indemnización tiene carácter de orden público, por lo cual sería ilícito insertar en el contrato de agente representa una cláusula en virtud de la cual el concesionario renuncie a su derecho de ser resarcido.

3.4 Recomendaciones para Mejorar el Destino Turístico de Puerto Plata

Se han clasificados las mismas, en tres categorías:

1) Inversión Capital

1. Reparación y rehabilitación de carreteras, iluminación y señalización.
2. Patrocinar programas de educación turística, por radio y televisión.
3. Lograr la erradicación y movilización del vertedero municipal.
4. Apoyo reubicación a caseteros o vendedores de las playas.
5. Control y protección de la contaminación por los desechos de basura arrastrados a través del agua del Río Muñoz y que desemboca cerca de Costa Dorada.

2) Ordenamiento Municipal

1. Ordenamiento urbano (motoconchos, organización tránsito, aceras, semáforos, luces).
2. Corregir las permanentes y constantes salidas del suministro eléctrico, afectando la calidad del servicio a nuestros turistas; así como también normalizar el suministro de agua potable.
3. Controlar la práctica de la prostitución, o reducirla a lugares bajo techo; ponderar posibilidad de crear zona tolerancia.

4. Eliminar asedio en las calles a los turistas: peinadoras, vendedores de time sharing, compradores de dólares, vendedores ambulantes, niños perdigueros y polución de haitianos.
5. Mejorar la seguridad en general, contra atracos y robos a turistas. Dotas a la policía nacional y a politur de equipos de transporte y comunicación, así mismo, aumentar el número de policías en la zona.
6. Intensificar el apoyo de la secretaria de turismo para la zona de Puerto Plata, en actividades tanto deportivas como culturales, tales como el Jazz Festival, Torneo Internacional de Kiteboarding, entre otros.
7. Reubicación tratamiento depósito de basura en la unión: (se quema incorrectamente generando situación ambiental grave y contaminación en el aeropuerto).
8. Ordenamiento urbano (motoconchos, organización transito, aceras, semáforos, luces, entre otros.)

3) Ordenamiento Provincial

1. Ejecución del Puerto Turístico de Puerto Plata, la cual tendría un impacto regional.

2. Condicionamiento carretera Puerto Plata-Sosua.

3.5 Estrategias para el Relanzamiento del Turismo en la Ciudad de Puerto Plata

Instituciones empresariales y otros sectores de Puerto Plata vinculados directa e indirectamente al turismo, se han incorporado para, a través de un cluster (integración) que organiza la Asociación de Hoteles de Playa Dorada, trabajar a favor del desarrollo turístico de la zona.

“Esa iniciativa busca la integración de todos los sectores para relanzar el polo turístico de la zona, y crean un fondo de promoción para mercadear la provincia y remediar las deficiencias que representan una traba para su desarrollo turístico. Esas fallas son, entre otras, la señalización de las calles, su limpieza y ornato”. (Ley Orgánica de Turismo en la República Dominicana, 1998, p 15-16)

A pesar de que Puerto Plata fue catalogada como de los mejores destinos turísticos en los años 70 y comienzo de los 80, en el plan maestro de desarrollo turístico, la “Novia del Atlántico” busca convertirse en La tacita del turismo hace 20 años atrás y para ello trabaja con esa nueva

herramienta de integración para retomar y desarrollar un nuevo sendero. “Cluster” incidirá en la educación del puertoplateño respecto a la conciencia turística, la limpieza de las calles, el aspecto urbano, la contaminación, la educación del transporte, aspectos mercadológicos, el comercio, industria y el medio ambiente.

También, preservar, mejorar y promoverle desarrollo turístico sostenible de San Felipe de Puerto Plata como “Ciudad Turística”, reconociéndose como necesario a la consecución de este fin principal coayudar con las iniciativas gubernamentales, municipales y privadas que surjan para mejorar los aspectos que incidan sobre ese objetivo.

A través de la integración, se realiza un diagnóstico global de que fue Puerto Plata, que ha sido, y el por qué de los hechos y que hacer para remediar la situación. Es un importante plan de acción en donde en la etapa de largo plazo se planea la construcción del muelle turístico.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el capítulo cuatro se analizan los resultados de la investigación que se recopilaron, donde se hace un análisis de los mismos y se presentan de manera organizada. Además, se incluye la matriz, las variables e indicadores, los hallazgos presentado en gráficos y tablas.

El objetivo general de este estudio es analizar las perspectivas de las tours operadoras sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata, durante el período Diciembre 2004 - Abril 2005.

Para la aplicación de esta investigación que incluyen las Tours Operadoras con 12 agencias y los gerentes de los hoteles ubicados en el complejo turístico de Playa Dorada que comprenden 15 hoteles, se determinó utilizar el total del universo que está comprendido por 27 personas.

A continuación se describen los resultados del manejo estadístico de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a la gerencia de hoteles y a los gerentes de las tours operadoras.

4.1 Matriz de las variables e indicadores del estudio

Objetivos Específicos	VARIABLES	Definición de variables	Indicadores	Objetivos de los indicadores	Fuentes
1 Determinar la afluencia de turistas en la zona de Puerto Plata.	1.1 Afluencia de turistas	1.1.1 Se refiere a la cantidad de personas que visitan un lugar.	1.1.1.1 Entradas 1.1.1.2 Nacionalidad 1.1.1.1 Atractivo	1.1.1.1.1 Determinar cuál es la cantidad de turistas que llegan al país cada año. 1.1.1.1.2 Conocer cuales son las nacionalidades de los turistas que más vienen a Puerto Plata. 1.1.1.1.1 Determinar cuáles son los lugares de preferencia de los visitantes.	1.1.1.1.1 Instrumento aplicado a las Tours Operadoras. 1.1.1.1.2 Instrumento aplicado a los gerentes de hoteles de Playa Dorada. 1.1.1.1.1 Instrumento aplicado a las Tours Operadoras.
2 Conocer la cantidad de reservas solicitadas entre Diciembre 2004- Abril 2005.	2.1 Reservas	2.1.1 Se refiere cuando el turista decide solicitar y asegurar un paquete turístico.	2.1.1.1 Solicitud. 2.1.1.2 Destino turístico. 2.1.1.3 Calidad	2.1.1.1.1 Identificar cuántos turistas han solicitado paquetes para este período. 2.1.1.1.2 Determinar cuáles son los destinos turísticos de preferencia en la zona de Puerto Plata. 2.1.1.1.3 Evaluar la calidad de los servicios de este destino turístico.	2.1.1.1.1 Instrumento aplicado a los Tours Operadoras 2.1.1.1.2 Instrumento aplicado a los Tours Operadoras. 2.1.1.1.3 Instrumento aplicado a los Tours Operadoras
3 Identificar el nivel de ingresos que percibirán las tours operadoras en la temporada Diciembre 2004 – Abril 2005	3.1 Ingresos	3.1.1 Se refiere a los beneficios económicos que recibirán las tours operadoras.	3.1.1.1 Beneficios 3.1.1.2 Temporada	3.1.1.1.1 Evaluar el nivel de beneficios aproximado que obtienen por este medio. 3.1.1.1.2 Evaluar si hubo ascenso en el nivel de ingresos de la tours en esta temporada.	3.1.1.1.1 Instrumento aplicado a las Tours Operadoras. 3.1.1.1.2 Instrumento aplicado a las Tours Operadoras.

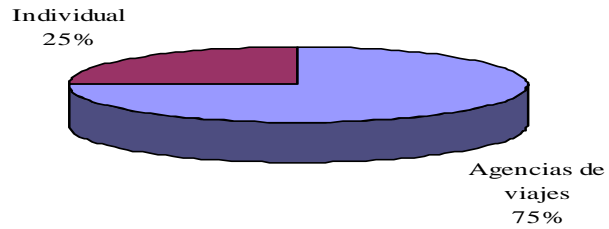
4.2 Análisis e interpretación del instrumento aplicado a las Tours Operadoras

Tabla No. 1 Cantidad de turistas por años

Opciones	frecuencias	porcentajes
Menos de 1,000	1	8
De 1,000 a 3,000	3	25
Más de 3,000	8	67
Otros (especifique)	—	—
Total	12	100

El 67% de los gerentes de las diferentes tours operadoras que se encuestaron respondió que entran más de 3,000 personas al año, mientras que el 25% contestó que de 1,000 a 3,000 entran anualmente al país y un 8% restante dice que menos de 1,000 personas.

Gráfico No. 1 Porcentajes turistas que llegan



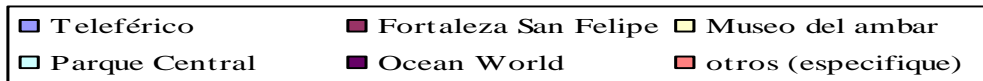
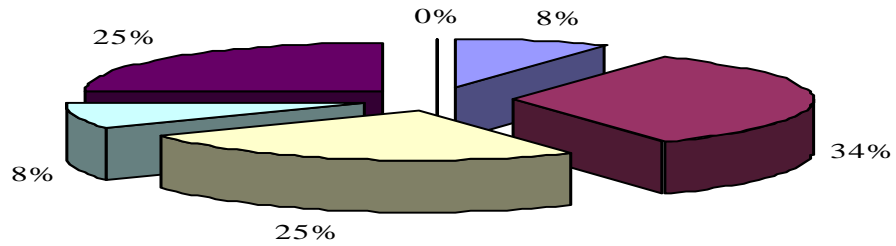
El 75% de los turistas que llegan a la ciudad de Puerto Plata lo hacen a través de las agencias de viajes o tours operadoras, mientras que el 25% lo hace individualmente sin ningún tipo de intermediario.

Tabla No. 2 Días que permanecen

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
3 días	2	17
7 días	3	25
14 días	5	41
21 días	2	17
Otros (especifique)	—	—
Total	12	100

Para el 41% de las tours operadoras entrevistadas respondieron que la mayoría de los turistas permanecen en el país alrededor de 14 días, un 25% dice que vienen por 7 días, mientras que el 17% afirma que vienen por 3 días y 21 días respectivamente al país.

Gráfico No.2 Lugares de interés a visitar



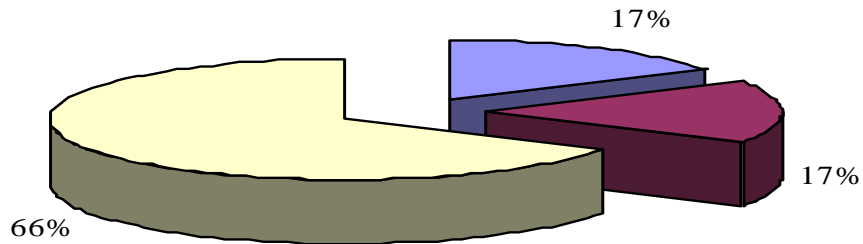
El 34% de las tours operadoras afirma que los turistas visitan más la fortaleza San Felipe de esta ciudad, el 25% dice que es el Museo del Ámbar y el Ocean World respectivamente, mientras que para el 8% restante visitan el Parque Central y el Teleférico respectivamente.

Tabla No. 3 Frecuencia que lo visitan

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
Una vez	8	67
Dos veces	2	17
Tres veces	1	8
Más de tres veces	1	8
Total	12	100

El 67% de los encuestados respondió que los turistas visitan estos lugares sólo una vez en su estadía en el país, el 17% afirma que dos veces, por otro lado, el 8% dice que lo visitan tres veces y más de tres respectivamente.

Gráfico No. 3 Reservas Dic. 2004-abril 2005



■ menos de 1,000 ■ de 1,000 a 3,000 ■ de 3,000 a en adelante

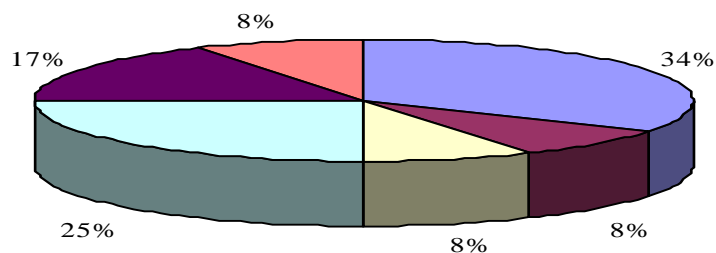
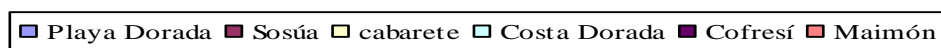
El 66% de las agencias respondió que para la temporada diciembre 2004 – abril 2005 llegarán al país más de 3,000 turistas a los diferentes hoteles, un 17% opinó que menos de 1,000 y de 1,000 a 3,000 personas respectivamente llegaran por vías de las reservas que ya se han hecho.

Tabla No. 4 Paquetes turísticos

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
Menos del 25%	1	8
Del 25 al 50%	1	8
Del 50 al 75%	3	25
Más del 75%	7	59
Total	12	100

El 59% de los turistas han reservado sus paquetes turísticos, un 25% dice tener de entre un 50 a un 75% de las reservaciones hechas, mientras que para el restante 16% dividido entre menos de un 25% con un 8% y de 25 al 50% también con un 8% de reservaciones.

Gráfico No. 4 Destino turístico que prefieren



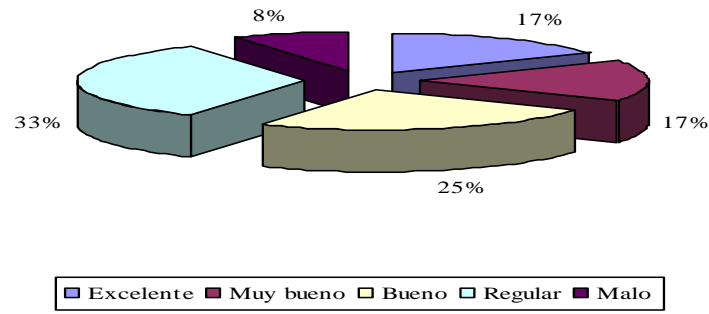
El 34% de las agencias dice que los turistas prefieren hospedarse en el complejo turístico de Playa Dorada, un 25% en Costa Dorada, el 17% dice que en Cofresí, mientras que el porcentaje restante dice que en Sosúa, Cabarete y Maimón con un 8% respectivamente cada uno.

Tabla No. 5 Destino turístico

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
Playas	2	17
Ambiente	1	8
Estructura física	3	25
Cercanía a la ciudad	2	17
Servicio del hotel	3	25
Otros (especifique)	1	8
Total	12	100

El 25% de las agencias dice que los turistas prefieren estos destinos por la estructura física del hotel y el servicio que ofrecen respectivamente, un 17% opinó que era por sus playas y la cercanía a la ciudad respectivamente y un 8% respondió que por el ambiente y por la hospitalidad de la gente.

Gráfico No. 5 Calidad del servicio



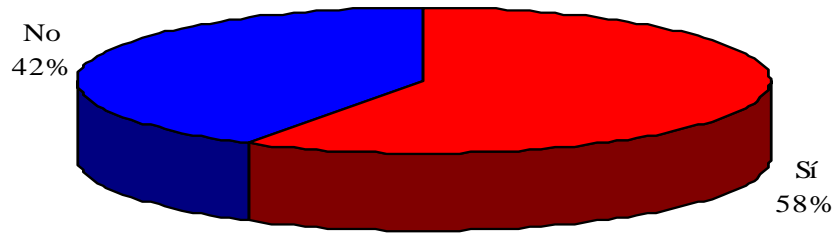
El 33% de las agencias opina que el servicio ofrecido por los hoteles de Puerto Plata es regular, un 25% dice que es bueno, mientras que para el 17% es excelente y muy bueno respectivamente y un 8% considera que es malo.

Tabla No. 6 Mejor servicio ofrecido

Opciones	frecuencias	porcentajes
Hoteles	1	8.50
Restaurantes y bares	1	8.50
Excursiones	2	17
Servicios de transporte	4	33
Gift Shop	4	33
Total	12	100

El 33% de los encuestados opinó que los servicios de transporte y Gift Shop respectivamente, son las que mejor servicio ofrecen al turista, un 17% considera que son las excursiones, mientras que un 8.50% considera que son los hoteles, restaurantes y bares respectivamente.

Gráfico No. 6 Medidas para mejorar el servicio



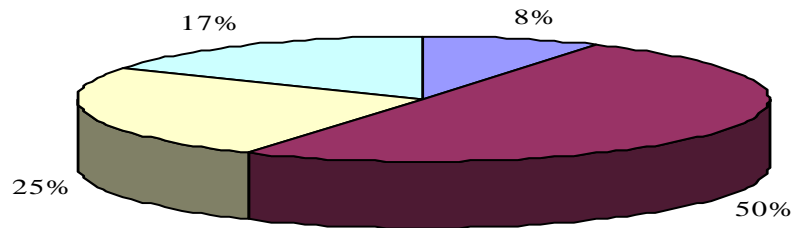
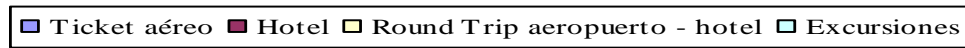
El 58% de la agencias consideran que sí, que se están tomando las medidas pertinentes para mejorar el servicio ofrecido a los visitantes, mientras que el 42% considera que aún no se han comenzado a tomar las medidas necesarias para mejorar la calidad.

Tabla No. 7 Precio del paquete turístico

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
Menos de US\$500.00	2	17
De US\$500.00 a US\$1,000.00	8	66
De US\$1,000.00 a US\$2,000.00	2	17
Más de US\$	—	—
Total	12	100

El 66% de la agencias de tours operadoras dice que el precio es de entre US\$500.00 a US\$1,000.00 todo incluido en los hoteles, mientras que el 17% dice que menos de US\$500.00 y de entre US\$1,000.00 a US\$2,000.00 respectivamente le cuesta un paquete turístico.

Gráfico No. 7 Distribución del ingreso



El 50% de las agencias encuestadas respondió que la mayoría de los ingresos de los paquetes turísticos son para los hoteles, un 25% considera que son los Round Trip aeropuerto – hotel, mientras que para un 17% son las excursiones y el 8% restante opina que es el Ticket aéreo.

Tabla No. 8 Cantidad de visitantes

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
Menos de 1,000	1	8
De 1,000 a 3,000	3	25
De 3,000 en adelante	8	67
Total	12	100

Según el 67% de las agencias más de 3,000 turistas visitaron la ciudad de Puerto Plata durante la temporada diciembre 2003 – abril 2004, un 25% dice que entre 1,000 a 3,000 personas y un 8% opinó que menos de 1,000 turistas vinieron.

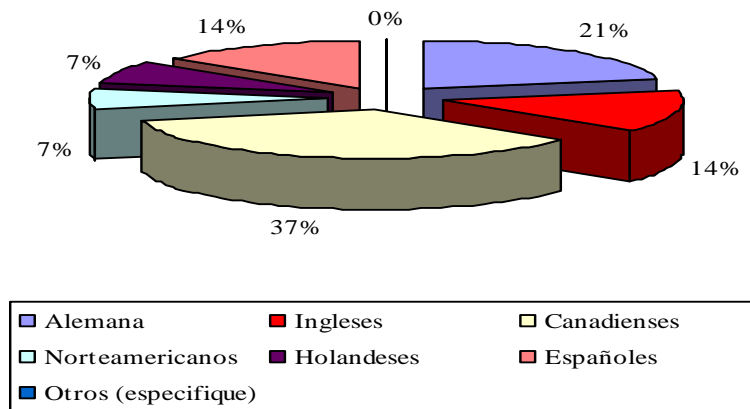
Tabla No. 9 Temporada Dic. 2004 – abril 2005

opciones	frecuencias	porcentajes
Mucho mejor que el año pasado	—	—
Mejor que el año pasado	—	—
Igual al año pasado	3	25
Peor que el año pasado	9	75
Total	12	100

El 75% de las agencias dicen que la temporada diciembre 2004 – abril 2005 será peor que el año pasado, mientras que el 25% dice que es igual que el pasado año.

4.3 Análisis e interpretación del instrumento aplicado a los Gerentes de los Hoteles

Gráfico No. 8 Nacionalidad en temporada alta



El 37% de las agencias dice que la mayor cantidad de turistas que vienen en temporada alta son de origen canadienses, un 21% son alemanes, mientras que un 14% son ingleses y españoles respectivamente y el restante 14% está entre Norteamericanos y holandeses con un 7% respectivamente.

Tabla No. 10 Nacionalidad en temporada baja

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
Alemana	3	20
Ingleses	4	27
Canadienses	2	13
Norteamericano	3	20
Holandeses	2	13
Españoles	1	7
Otros	—	—
Total	15	100

El 27% de los turistas que más visitan los hoteles de Puerto Plata en la temporada baja son de nacionalidad inglesa, seguida por un 20% de alemanes y norteamericano respectivamente, mientras que un 13% son canadienses y holandeses respectivamente y un 7% son españoles.

Al final del estudio, se presentan los hallazgos encontrados, tomando en consideración los objetivos planteados para poder comparar si los resultados obtenidos eran los que se esperaban.

HALLAZGOS

Para el objetivo uno (1) se planteó: **“Determinar la afluencia de turistas en la zona de Puerto Plata”**.

En este sentido el estudio encontró que el 67% de las Tours Operadoras que existen en Puerto Plata mueven una cantidad de turistas de más de 3,000 turistas en diferentes temporadas sobre todo en las temporadas altas que es cuando viene el mayor flujo de turistas.

Se determinó también que un 75% de los turistas que entran al país vía el aeropuerto General Gregorio Luperón de esta ciudad de Puerto Plata viene a través de las agencias de tours operadas quienes venden los paquetes turísticos

En otro sentido, se encontró que el 41% de los turistas viene al país por una estancia de 14 días a vacacional con sus familiares donde muchos de ellos ya han hecho sus vidas aquí. Se verificó que la nacionalidad que más viene es la canadiense en temporada alta esto muchas veces concuerda con el clima de su país, ya que es muy frío en esa temporada y prefieren

venir al caribe, y en la temporada baja los turistas que más predominan son los ingleses seguidos por los norteamericanos.

En lo referente a los atractivos turísticos que ellos prefieren se encontró que el 34% visitan la fortaleza San Felipe por ser un lugar histórico, el 25% afirma que es el Museo del Ámbar en donde pueden adquirir sus piedras preciosas para llevarla de recuerdo a su país.

Todo esto concuerda con lo expresado por Machín “Los tours operadores constituyen un excelente medio para mantener informado al mercado nacional e internacional y aumentar el registro de reservaciones. Su impacto puede ser importante para las cadenas hoteleras que cuentan con instalaciones en todo el país. Las tours operadoras promueven los recursos y atractivos estatales en el extranjero, a nivel nacional y en la misma ciudad”.

Para evaluar el segundo (2) objetivo que es: **“Conocer la cantidad de reservas solicitadas entre Diciembre 2004- Abril 2005”**.

En cuanto a la cantidad de reservaciones hechas por las Tours Operadas el estudio arrojó que el 66% en la temporada turística diciembre

2004 – abril 2005 se realizaron más de 3,000 reservas en los diferentes hoteles de la zona Norte, por las agencias de tours operadoras. Lo que constituye una buena fuente de ingresos de turistas al país, ya que promueven atractivos turísticos. Por otro lado, ya hay más de un 75% de los turistas que han hecho sus reservaciones y han confirmado su llegada.

En lo que tiene que ver con los destinos turísticos preferidos por los turistas se demostró que el 34% todavía prefiere el complejo de Playa Dorada. Este sigue siendo el lugar de mayor preferencia entre los visitantes, donde la mayoría lo elige por la buena estructura física, por el servicio del hotel, sobre todo, el que brinda el personal que trabaja en ellos.

En cuanto a la calidad que ofrecen los hoteles se determinó que el 33% de las agencias dice que los turistas consideran que la calidad en los hoteles aún tiene sus altas y sus bajas.

En las áreas en donde se ofrece un mejor servicio se pudo verificar según el 33% de los encuestados que son las tiendas de gift shop y los servicios de transporte, respectivamente, lo que significa que se puede

seguir mejorando este servicio cada día con la finalidad de satisfacer mejor a los clientes.

Esto concuerda con lo expuesto por Kotler, Bowen y Makens quienes expresaron “que las Tours Operadas constituyen un excelente medio para mantener informado al mercado nacional e internacional y aumentar el registro de reservaciones. Su impacto puede ser importante para las cadenas hoteleras que cuentan con instalaciones en todo el país”.

Con el tercer (3) objetivo se pretende: **“Identificar el nivel de ingresos que percibirán las tours operadoras en la temporada Diciembre 2004 – Abril 2005”**.

En lo referentes al precio de los paquetes turísticos que venden las tours operadoras se encontró que el 66% de las agencias venden sus paquetes turísticos de entre US\$500.00 y US\$1,000.00 por una semana normalmente dependiendo el lugar que ellos elijan lo que representa una buena ganancia para las Tours Operadoras.

En cuanto a la distribución de los ingresos se determinó que el 50% de los mismos son recibidos por los hoteles, mientras que el resto son para los tours operadores a través de las excursiones, tickets aéros y traslados.

Lo antes mencionado concuerda con lo dicho por Cañedas “Agencias de Tours Operadoras, de ahí nace el concepto de agencias representantes, las cuales pueden ser definidas como aquellas que de manera autorizadas y profesional se dedican, en el territorio nacional, a ejercer los actos de su profesión de una agencia del exterior en su nombre y representación”.

CONCLUSIONES

Después de presentar los hallazgos se procede a emitir las conclusiones sobre la investigación que es la perspectiva de los tours operadores sobre el desarrollo turístico de la ciudad de Puerto Plata. Se detallaran todos resultados de la investigación.

El turismo existe desde que el hombre habita en la faz de la tierra, por ser un hecho social que implica el traslado temporal del hombre de su lugar habitual de residencia, motivado por diferentes causas, pero sin incluir en ellas la de enrolarse al mercado de trabajo.

Las operadoras de Tours son las empresas que se dedican a producir, ofrecer, vender y realizar excursiones (tours) en el país. Dichas excursiones deben ser realizadas exclusivamente en vehículos autorizados por la Secretaría de Estado de Turismo y deben contar, en todo tiempo, con la presencia de una guía oficial de turismo.

El principal objetivo que poseen estas empresas es que sirven como conexión receptoras entre los turistas internacionales que visitan la zona, y son responsables de poseer un canal de información para los turistas que

visitan el país ofreciéndoles una gran gama de servicios para generar los ingresos que le permiten operar entre estos están: Reservaciones y expediciones de boletos aéreos, ventas de paquetes de excursiones y cruceros, reservas de hoteles, renta o alquileres de vehículos, reservas para visitar lugares de interés turístico y otras.

Las tours operadoras tienen un gran potencial en la mano que deben aprovechar entre ellas y los hoteles de la Costa Norte pueden aunar esfuerzos para relanzar el turismo vendiendo bonos y atractivos paquetes turísticos, ya que éste es uno de los polos turísticos más hermoso y atractivo que existe, con un turismo ecológico, en su mayoría, aún virgen que no ha sido explotado todavía y que puede ser aprovechado en beneficio de toda la colectividad puertoplateña.

Uno de los grandes beneficios que tiene Puerto Plata y la primera fuente de empleo para muchas familias son los turistas que visitan este pedacito de tierra, por lo que hay que asumir la responsabilidad de mantener una buena imagen ante el turista y ante la comunidad extranjera, ya que

existen muchos destinos turísticos en el mundo con grandes cualidades y hermosos paisajes, gente amable y servicial.

La gran mayoría de los turistas que vienen a Puerto plata lo hacen a través de las agencias de viajes que venden paquetes turísticos a diferentes hoteles por lo que las agencias pueden dar algunas recomendaciones a estos hoteles para que vayan mejorando la calidad de su servicio, además mejorar las áreas comunes que ellos visitan y que son la fuente de ingresos de las tours operadoras y los destino donde ellos llevan los turistas.

Por otro lado, en una buena temporada turística llegan al país más de 3,000 personas que vienen de diferentes partes del mundo a disfrutar de las hermosas playas, además en cuando a la temporada pasada fue mucho mejor que la de este año, por lo que se espera que pueda mejorar y que el turismo vuelva a tener su repunte que tuvo en años atrás y que los hoteles puedan seguir mejorando sus espacio físico y la capacidad de su personal para avanzar hacia el futuro.

Los gift shop que venden mercancías artesanales y licores entre otras mercancías que los turistas buscan para llevar a su país de origen como

muestra de que estuvieron en esta tierra o para llevar algún regalo, además se le cuestionó sobre si se están dando los pasos necesarios para mejorar la calidad en los servicios ofrecidos se demostró que sí se han venido dando grandes pasos en este sentido.

A pesar del gran problema que existe todavía, en algunos hoteles, por el descalabro de la asistencia turística a esta zona, todavía Playa Dorada sigue siendo el lugar de preferencia de muchos vacacionistas que eligen esta parte del país, sobre todo porque le queda bastante cerca de la ciudad donde el turista puede interactuar con las personas del pueblo para conocer sus costumbres y su amabilidad.

Ahora bien, hay que aclarar que no todos los hoteles ofrecen un mal servicio; muchos de ellos se encuentran sumergidos desde hace un tiempo en una profunda transformación para ir mejorando sus espacios físicos, ambiental y el servicio al cliente que es la clave de todo éxito.

RECOMENDACIONES

Al finalizar esta investigación sobre las Tours Operadoras que operan en esta ciudad de Puerto Plata, su importancia e incidencias en el turismo, se hacen las recomendaciones siguientes:

A las Tours operadoras y los hoteles

- Que se especialicen más en las estrategias de ventas de paquetes turísticos para que puedan lograr atraer grandes cantidades de turistas.
- Que las Tours Operadoras hagan una mejor publicidad internacional con el fin de que todos los turistas que ingresen al país sea por vía de ellas.
- Ofrecerles a los turistas paquetes realmente atractivos con la finalidad de que estos puedan venir por más tiempo.
- Las Tours operadoras conjuntamente con la Secretaría de Turismo vayan en rescate de esos lugares históricos que visitan frecuentemente los turistas.

- Que las Tours Operadoras junto con los hoteles ofrezcan un excelente servicio y una estadía acogedora para que el visitante quede con el deseo de volver a visitar la Costa Norte.
- Que se puedan ampliar los destinos turísticos para que los visitantes tengan más opciones a la hora de elegir su lugar de descanso.
- Que los hoteles traten de aunar esfuerzo en conjunto para que puedan mejorar la calidad del servicio que estos ofrecen.
- Los hoteles deben seguir mejorando su infraestructura como forma de seguir atrayendo cada vez más turistas a esta zona.

APENDICE

Somos Liliana y Yokaris, estamos preparando un estudio como exigencia parcial para optar por el título de Licenciadas en Administración de Empresas Turísticas, agradecemos que usted nos responda de la manera más sincera las siguientes preguntas:

Instrumento aplicado a las Tours Operadoras

Entradas

1.- ¿Qué cantidad de turistas por año llega a la ciudad a la Ciudad de Puerto Plata por vía de la Tour Operadora que usted dirige?

- a) Menos de 1,000 _____
- b) De 1,000 a 3,000 _____
- c) De 3,000 en adelante _____
- d) Otro (especifique) _____

2.- ¿Qué porcentaje de los turistas que llegan a la ciudad de Puerto Plata vienen a través de?

- a) Agencias de Viajes _____
- b) Individuales _____

3.- ¿Cuántos días permanecen en la ciudad de Puerto Plata?

- a) 3 días _____
- b) 7 días _____
- c) 14 días _____
- d) 21 días _____
- e) Otros (especifique) _____

Atractivo

4.- ¿Cuáles lugares de interés prefieren visitar los turistas en la ciudad de Puerto Plata? Si todos son de su preferencia, enumérelo en orden de importancia.

- a) Teleférico _____
- b) Fortaleza San Felipe _____
- c) Museo del Ambar _____

- d) Parque Central _____
- e) Ocean World _____
- f) Otro (especifique) _____

5.- ¿Con qué frecuencia lo visitan durante su estadía?

- a) Una vez _____
- b) Dos veces _____
- c) Tres veces _____
- d) Más de tres veces _____

Solicitud

6.- ¿Qué cantidad de turistas han reservado a través de su Tour Operadora para la temporada de Diciembre 2004 – Abril 2005?

- a) Menos de 1,000 _____
- b) De 1,000 a 3,000 _____
- c) De 3,000 en adelante _____

7.- ¿Cuántos han reservado algún paquete turístico?

- a) Menos del 25% _____
- b) Del 25 al 50% _____
- c) Del 50 a 75% _____
- d) Más del 75% _____

Destino Turístico

9.- ¿Qué destino turístico prefieren los turistas en la zona de Puerto Plata?

- a) Playa Dorada _____
- b) Sosúa _____
- c) Cabarete _____
- d) Costa Dorada _____
- e) Cofresí _____
- f) Maimón _____

10.- ¿Por qué eligen este destino turístico?

- a) Playas _____
- b) Ambiente _____
- c) Estructura física hotel _____
- d) Cercanía a la ciudad _____
- e) Servicio del hotel _____
- f) Otros (especifique) _____

Calidad

11.- ¿Cómo considera usted que es la calidad del servicio que se ofrece en Puerto Plata?

- a) Excelente _____
- b) Muy bueno _____
- c) Bueno _____
- c) Regular _____
- d) Malo _____

12.- ¿Qué área considera usted que ofrece el mejor servicio turístico en Puerto Plata?

- a) Hoteles _____
- b) Restaurantes y Bares _____
- c) Excursiones _____
- d) Servicio de Transporte _____
- e) Gift Shop _____

13. ¿Cree usted que se están tomando las medidas pertinentes para mejorar el servicio ofrecido en la ciudad de Puerto Plata?

- a) Sí _____
- b) No _____

Beneficios

14.- ¿Cuál es el precio por persona de un paquete turístico?

- a) Menos de US\$500.00 _____
- b) De US\$500.00 a US\$1,000,00 _____
- c) De US\$1,000.00 a US\$2,000.00 _____
- d) Más de US\$2,000.00 _____

15.- ¿Cómo se distribuye este ingreso?

- a) Ticket Aéreo _____
- b) Hotel _____
- c) Round Trip aeropuerto – hotel _____
- d) Excursiones _____

Temporada

16.- ¿Qué cantidad de turistas visitaron la ciudad de Puerto Plata durante la temporada de Diciembre 2003 – Abril 2004?

- e) Menos de 1,000 _____
- f) De 1,000 a 3,000 _____

g) De 3,000 en adelante _____
17.- ¿Cómo usted considera esta temporada de Diciembre 2004 – Abril 2005?

- a) Mucho mejor que el año pasado _____
- b) Mejor que el año pasado _____
- c) Igual al año pasado _____
- d) Peor que el año pasado _____

Somos Liliana y Yokaris, estamos preparando un estudio como exigencia parcial para optar por el título de Licenciadas en Administración de Empresas Turísticas, agradecemos que usted nos responda de la manera más sincera las siguientes preguntas:

Instrumento aplicado a los gerentes de hoteles

Nacionalidad

1.- ¿Qué nacionalidad predomina entre los turistas que se hospedan en el hotel que usted dirige en temporada alta?

- a) Alemana _____
- b) Ingleses _____
- c) Canadienses _____
- d) Norteamericanos _____
- e) Holandeses _____
- f) Españoles _____
- g) Otros (especifique) _____

2.- ¿Qué nacionalidad predomina entre los turistas que se hospedan en el hotel que usted dirige en temporada baja?

- a) Alemana _____
- b) Ingleses _____
- c) Canadienses _____
- d) Norteamericanos _____
- e) Holandeses _____
- f) Españoles _____
- g) Otros _____

BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA, M. A. (1990). *Promoción Turística. Un Enfoque Metodológico*. (6ta. Ed.) [México](#) D. F: Trillas Turismo.
- BOULÓN, R. C. (1990). *Planificación del Espacio Turístico*. (2da. Ed.) México D. F: Editorial Trillas Turismo.
- CAMARENA, G. (2003). *Historia de la ciudad de Puerto Plata*. Puerto Plata República Dominicana: Editora Corripio. p. 25.
- CAÑEDAS, F. G. (1992). *Turismo: La Economía del Progreso. Un Modelo de Futuro*. En Boletín de Estudios Económicos.
- CÁRDENAS, F. (1991). *Producto Turístico. Aplicación de la Estadística y el Muestreo para su Diseño*. México D. F: Editorial Trillas.
- CENTURIÓN, G F. (2001). *Turismo rural, una alternativa para el medio rural*. www.americadelsur.com.03-05
- CEPEDA, D. M. (1996). *Alternativas al Turismo Actual: El Turismo Rural*. www.eteif.org.03-05.
- CORRALES, B. L. (1993). *Apuntes para la definición y concepto de turismo rural*. España: Editorial Fundación Cultural Santa. Teresa.
- CROSBY, A. (1993). *El Desarrollo Turístico Sostenible en el Medio Rural*. www.eol.es/cefat/cf051b.html.02-05
- CROSBY, A. y MOREDA, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales*. Madrid, España. Editorial Centro Europeo de formación Ambiental y Turística (CE FAT).
- CROSBY, A. y MOREDA, A. (1996). *Elementos Básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. Madrid, España: Editorial Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT).

DABROWSKI, P. *Reflexiones sobre la relación entre turismo natural, conservación del medio ambiente y desarrollo sostenible*. www.fao.org.02-05

GÓMEZ, B. V. (1988). *Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid, España: Editorial Popular.

JORGE, E. F. (1995). *La industria turística en la República Dominicana*. República Dominicana. Pág. 110.

KOTLER, P. BOWEN, J. y MAKENS J. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. México: Prentice-hall Hispanoamericana. Pág. 459.

LA HOZ, D. (1995). *Apunte sobre teoría del desarrollo turístico Dominicano*. Santo Domingo: Editora Corripio. Pág. 19-22.

Ley Orgánica de turismo en la Republica Dominicana. (1998). 31 de diciembre de 1969. G. O. 9193. p. 15-16.

MACHÍN, A. C. (1993). *Marketing y Turismo: Gestión Turística*. Madrid, [España](http://www.ifes.es): Editorial Instituto de formación y Estudios Sociales (IFES).

ORTEGA, J. F. (2001). *Turismo rural y desarrollo comunitario*. www.uco.es/es2caorj/EAF-Turismo. Pág. 158.