
**PATRIMONIO Y CULTURA EN EL CARIBE: PRESENTACIÓN Y PROPUESTAS DE
PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA
DE LOS MUSEOS EN SANTO DOMINGO**

Francisco Orgaz Agüera
Universidad de UTESA (República Dominicana)

Recibido: 15 de Julio de 2013
Aceptado: 15 de Septiembre de 2013

Resumen:

El turismo se configura como una de las mayores industrias económicas a nivel mundial. Así, en República Dominicana se presenta como uno de los principales sectores, destacando el turismo de sol y playa. En este sentido, República Dominicana cuenta con gran potencial para desarrollar otras tipologías turísticas complementarias al turismo de sol y playa. Una de ellas puede ser el turismo cultural. El objetivo de este trabajo es presentar las tipologías de museos que existen en Santo Domingo, y desarrollar propuestas para mejorar la promoción y comercialización (marketing) del turismo cultural en el país.

Palabras clave: *Cultura; Patrimonio; Turismo; Museos; Marketing; Santo Domingo; República Dominicana.*

Abstract

Tourism is one of the important economic industries in the world. So, in Dominican Republic is presented as one of the main sectors, highlighting the sun and beach tourism. Although, the Dominican Republic has a great potential to develop other complementary tourist typologies to sun and beach tourism. One of them may be cultural tourism. The aim of this paper is to present the types of museums in Santo Domingo, and develop proposals to improve the promotion and merchandising (marketing) of cultural tourism in the country.

Key words: *Culture; Heritage; Tourism; Museum; Marketing; Santo Domingo; Dominican Republic.*

* * * * *

1. Introducción

El turismo se configura como uno de las mayores industrias económicas a nivel internacional, generando un gran flujo de visitantes entre los destinos.

Así, la industria turística requiere de un tratamiento específico por la variedad en las interrelaciones que se generan entre todos los elementos que conforman la oferta y la demanda. En este sentido, y centrándonos en esta última, el turista interactúa con las organizaciones prestatarias del servicio, el entorno y el contexto en el que se desarrolla el servicio, dependiendo su grado de satisfacción de las diferentes características físicas, humanas u organizativas del servicio contratado.

En este sentido, el turismo se presenta como una fuente de oportunidades para modernizar los destinos a diferentes niveles (económico, social y cultural), siendo tanto la cultura como el patrimonio un elemento de cohesión social, debido a las diferentes sensibilidades a las que afecta, como por ejemplo el entorno o la propia historia y cultura del área geográfica. Así, son cada vez más frecuente los modelos sostenibles de gestión del turismo, debido a que la sociedad está cada vez más concienciada en temas relacionados con el medio ambiente y sus posibles impactos sociales y económicos.

Por tanto, los recursos naturales, patrimoniales y culturales, forman una red de gran valor, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con la finalidad de mejorar el desarrollo socioeconómico de la población local en los destinos y la conservación hacia tales recursos.

En este sentido, se hace necesaria la coordinación de todos los agentes o *stakeholders* implicados o que pueden ser afectados por el desarrollo de la puesta en valor de los recursos naturales, culturales o patrimoniales a través de la actividad turística. Así, entre los *stakeholders*, cabe destacar la población local, que deben ser el eje principal de la actividad turística cultural, natural o patrimonial en el destino, y por lo tanto, deben ser el grupo social que obtenga más beneficios a través de la actividad turística.

En este aspecto, la comunidad local debe ser parte fundamental en la gestión del turismo cultural, patrimonial y natural, con la finalidad de evitar falsas identidades culturales por la explotación del turismo cultural, patrimonial o natural.

Por tanto, es aconsejable analizar el patrimonio, cultura y naturaleza como elementos que, gestionados de forma sostenible, pueden mejorar el desarrollo socioeconómico de la población local en el destino, además de mejorar la conservación y el respeto hacia tales recursos.

Centrándonos en República Dominicana, destino objeto de esta investigación, cabe mencionar que el turismo se configura como uno de los principales sectores económicos¹. Así, la principal tipología turística en República Dominicana es el turismo

¹ VILLAREAL, R. y VAN DER HORST, A., “Estrategia de competitividad turística de la República Dominicana”, ARA: Revista de Investigación en Turismo, Vol. 1, N° 1 (2008), pp. 15-28.

de sol y playa², localizado, sobre todo, en la región este (Punta Cana, Bávaro, La Romana y Bayahibe) y la región norte (Puerto Plata) del país, y ofertada en régimen “todo incluido”, careciendo de importantes ofertas complementarias³, sobre todo, referentes a la cultura, patrimonio y naturaleza, y más, teniendo en cuenta el gran potencial existente en el país.

En este sentido, si seguimos el estudio del Banco Interamericano de Desarrollo⁴ sobre los principales polos turísticos de República Dominicana y las tipologías turísticas prácticas en el mismo, observamos que el turismo cultural y patrimonial no es, ni tan siquiera, mencionado.

Así, según este autor, República Dominicana cuenta con seis polos turísticos. El primero, ya mencionado anteriormente, se localiza en la región este (Punta Cana, Bávaro, La Romana y Bayahibe), donde destaca el turismo de sol y playa.

El segundo polo turístico del país es la capital, Santo Domingo, donde destaca el turismo de negocios, aunque, también se practica, en menor medida, el turismo de sol y playa.

En tercer lugar, aparece el polo turístico de Puerto Plata, donde domina el turismo de sol y playa (siendo el segundo destino del país en esta tipología turística), aunque, también es una región conocida internacionalmente por el turismo deportivo (*surf* y *windsurfing*).

En la zona céntrica del país, se ubica Constanza y Jarabacoa, encontrándose ahí las principales zonas de montaña del país (ecoturismo y turismo de montaña), destacando el pico más alto de todo El Caribe (Pico Duarte).

Por su parte, en el noroeste de República Dominicana, se localiza la península de Samaná, destacando por el turismo de sol y playa, turismo de segunda residencia (conocido en el país como turismo inmobiliario) y el turismo de cruceros.

Por último, en el sur de país, aparece la región con mayores potencialidades ecoturísticas, aunque, según este autor, aún no han sido explotadas.

En este sentido, y a nuestro juicio, se debe añadir una región más, localizada en la zona noroeste, concretamente en Dajabón, donde la principal motivación del viaje viene dada por el comercio, debido a la gran fama que tiene el mercado binacional tanto en República Dominicana como en la República de Haití. Y como muchas otras regiones del país, tiene grandes potenciales culturales y patrimoniales, pero no se promocionan y comercializan adecuadamente.

² MORENO GIL, S.; CELIS SOSA, D. F. y AGUILAR QUINTANA, T., “Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: El caso de República Dominicana”, Cuadernos de Turismo, N° 9 (2002), pp. 67-84.

³ CASTELLANOS VERDUGO, M. y ORGAZ AGÜERA, F., “Potencialidades ecoturísticas de República Dominicana”, TURyDES: Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, Vol. 6, N° 14 (Junio 2013), pp. 1-9.

⁴ AGOSÍN, M.; MANZANO, O.; RODRÍGUEZ-BALZA, R. y STEIN, E. La ruta hacia el crecimiento sostenible en la República Dominicana: Fiscalidad, competitividad, institucionalidad y electricidad. Santo Domingo: Banco Interamericano de Desarrollo, (2009).

Así, teniendo en cuenta que República Dominicana tiene un gran potencial para desarrollar nuevas tipologías turísticas, con este artículo pretendemos presentar los diferentes museos existentes en Santo Domingo, y una propuesta para mejorar su promoción y comercialización a través del turismo.

La metodología empleada para elaborar este artículo ha consistido en una combinación de fuentes secundarias y primarias. Las secundarias han consistido en una revisión de la literatura y de la información sobre museos en la web del Ministerio de Turismo de República Dominicana. Por su parte, las primarias han consistido en la observación participante (visitando varios museos) y en la entrevista a diferentes agentes con conocimiento en el funcionamiento y gestión de los museos en el país, con la finalidad de completar la información obtenida a partir de las fuentes secundarias.

Para conseguir los objetivos de este estudio, la estructura de este artículo, viene dada, tras esta introducción, en un segundo apartado donde se presentan los principales museos localizados en República Dominicana. Posteriormente, en un tercer apartado, se elaboran propuestas para mejorar la promoción y comercialización de los museos a través el turismo. En un cuarto apartado se muestran las conclusiones de esta investigación. Finalmente, en un quinto apartado, se muestran las referencias bibliográficas consultadas para elaborar este artículo.

2. Los museos en República Dominicana

República Dominicana cuenta con diversos museos repartidos por su territorio. En ellos se localizan importantes piezas referentes a las diversas etapas de la vida del país, que tienen un gran valor histórico. Así, existen documentos y objetos que tienen que ver con la cultura taina (primeros pobladores del país), la vida de los colonizadores, la cultura de los africanos, y de los asiáticos, que fueron los últimos en llegar al país.

Destaca, sobre todo, la ciudad de Santo Domingo, con importantes museos de patrimonio histórico y cultural. Aunque, existen otros destinos que también tienen representaciones museísticas, como son el caso de Puerto Plata, Santiago de los Caballeros, Montecristi, La Romana, La Altagracia o Samaná, por destacar las más importantes.

En este aspecto, en República Dominicana existe una red nacional de museos, que los clasifica en museos estatales, municipales, semiprivados y privados. En concreto, esta red está conformada por un total de 44 museos.

En este sentido, y centrándonos en Santo Domingo, encontramos entre los principales museos de la ciudad, los siguientes:

- **Museo Nacional de Historia y Geografía:** Su misión principal es la conservación, investigación, exposición y difusión del patrimonio artístico sobre la historia y la geografía nacional dominicana.
- **Museo del Hombre Dominicano:** Su principal objetivo es conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio artístico y el patrimonio inmaterial sobre antropología nacional, arqueología precolombina y etnología nacional.

- **Museo de Arte Moderno:** La principal misión de este museo es conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio artístico sobre las artes plásticas modernas y contemporáneas nacionales dominicanas.
- **Museo de las Alfarazanas Reales:** Su principal misión es conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio artístico sobre arqueología subacuática nacional.
- **Museo de Duarte:** El objetivo principal de este museo es conservar, exponer y difundir la vida y la obra de Juan Pablo Duarte (Padre de la Patria).
- **Museo Nacional de Historia Natural:** La finalidad principal es conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio natural dominicano.
- **Museo Casa de Tostado:** Su objetivo es conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio artístico sobre la vida local y artes decorativos del siglo XIX y principios del siglo XX.
- **Museo Bellapart:** Su principal misión es exponer y difundir las artes plásticas dominicanas del siglo XX.
- **Museo Alcázar de Colón:** Su principal misión es conservar, investigar, exponer y difundir la vida familiar de Cristóbal Colón en la ciudad de Santo Domingo, así como la etapa virreinal.



Figura 1. Museo Alcázar de Colón. Fuente: www.godominicanrepublic.com (Ministerio de Turismo de República Dominicana).

- **Sala de Arte Prehispánica:** Su finalidad es exponer y difundir la arqueología precolombina.

- **Panteón de la Patria:** La misión de este recinto es conservar los restos y difundir la memoria de los próceres, héroes y mártires de la nación dominicana, así como de los ilustres en todas las disciplinas.
- **Museo Faro a Colón:** Este museo está dedicado a la memoria y alberga los restos mortales de Cristóbal Colón. En este aspecto, la finalidad de este museo es investigar, exponer, conservar y difundir la memoria histórica y el patrimonio internacional relacionado con el descubrimiento, colonización y evangelización de América, en las tres vertientes involucradas: Europa-Asia, África y América.
- **Museo de la Cerámica Contemporánea:** La misión de este museo es exponer y difundir el arte de la cerámica contemporánea.
- **Museo de las Casas Reales:** El principal objetivo es conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio artístico sobre historia y arte colonial, y arqueología colonial e histórica, dentro del periodo que comprende desde 1496 hasta 1844.



Figura 2. Pieza del Museo de las Casas Reales. Fuente: www.godominicanrepublic.com (Ministerio de Turismo de República Dominicana).

- **Museo del Niño Trampolín:** Tiene como objetivo principal educar a través de la exposición del desarrollo del hombre, historia y geografía nacional, tecnología, flora y fauna dominicana de la niñez.
- **Museo de la Porcelana:** Su principal misión es exponer y difundir el arte de la porcelana.

- **Museo Mundo del Ámbar:** Su misión es exponer y difundir la explotación de ámbar nacional.
- **Museo del Larimar:** Su objetivo es exponer y difundir la explotación de la piedra de Larimar, encontrada solo en República Dominicana.
- **Museo de la Radio y Televisión:** La misión de este museo es conservar y difundir la radio y televisión nacional.
- **Acuario Nacional:** La principal finalidad de este recinto es la conservación, investigación, exposición y difusión del patrimonio natural sobre la flora y fauna acuática.
- **Jardín Botánico Doctor Rafael María Moscoso:** La finalidad de este recinto es la conservación, investigación, exposición y difusión del patrimonio natural sobre la flora nacional.



Figura 3. Imagen del Jardín Botánico. Fuente: www.jbn.gob.do (Web Jardín Botánico).

- **Parque Zoológico Nacional:** Su misión general es conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio natural sobre la fauna nacional e internacional.

Por lo tanto, República Dominicana, y más concretamente, Santo Domingo, dispone de diversos tipos de museos, donde se exponen temas culturales, patrimoniales, históricos y naturales.

Así, existe un gran potencial, que a través de nuevas formas de promoción y comercialización, puede traducirse en la mejora del desarrollo socioeconómico de la población local, además de mejorar la conservación de los museos y la difusión de los

recursos patrimoniales, culturales y naturales. Estas nuevas formas de marketing pueden desarrollarse a través del turismo.

3. Propuestas de promoción y comercialización de los museos a través del turismo

Teniendo en cuenta que República Dominicana cuenta con aproximadamente 4,5 millones de turistas anuales, y que uno de los destinos más visitados en el país es Santo Domingo, proponemos, teniendo en cuenta la diversidad de museos localizables en la capital dominicana, promocionarlos y comercializarlos a través de los clubs de producto.

Así, podemos definir club de producto⁵ como la unión de empresas e instituciones, públicas y privadas, que tienen como objetivo diseñar, planificar y desarrollar productos y/o actividades turísticas en un destino concreto, bajo una gestión planificada de forma conjunta, y donde además, se benefician otros *stakeholders* del turismo. En todo momento, hablamos de algo muy diferente a los clúster turísticos.

En cuanto a la forma de gestión, las empresas e instituciones implicadas en el producto y/o actividad turística, se llevan un porcentaje del precio final pagado por el turista por el club de producto. En este aspecto, cabe mencionar que los clubs de productos están muy de moda actualmente, y hoy en día se localizan en diferentes países, como por ejemplo Honduras, Canadá o España, por citar algunos.

En este sentido, la puesta en marcha de un club de producto genera importantes beneficios para el destino, mejorando el desarrollo socioeconómico de la población local, a través de la creación de nuevas empresas y empleos.

Además, esta forma de promoción y comercialización de los productos mejora la gestión y la conservación de los recursos.

En este sentido, teniendo en cuenta la diversidad de temáticas de los museos de Santo Domingo, se recomienda que se diseñen varios club de producto, donde se creen paquetes con temática natural, patrimonial, histórica y natural.

Así, la implementación de esta nueva forma de gestión y planificación, puede fomentar otros aspectos culturales, como la gastronomía, debido a que en la creación de los club de productos, además de desarrollar actividades (en este caso, visitar museos), se deben introducir otros elementos, como la gastronomía típica, la visita a los recursos naturales o el alojamiento.

Por tanto, como ejemplo significativo, y modelo a seguir, proponemos el siguiente:

- Denominación del Club de Producto:
 - Santo Domingo Natural.
- Día 1:
 - Visita al Museo Nacional de Historia Natural.

⁵ ORGAZ AGÜERA, F., “El club de producto turístico como herramienta para el desarrollo socioeconómico en países subdesarrollados”, Contribuciones a la economía (Junio 2013). En: <http://www.eumed.net/ce/2013/club-producto.html> Consultado: 02/08/2013.

- Almuerzo en restaurante, degustando comida típica dominicana.
- Visita al Acuario Nacional.
- Cena en restaurante, degustando cena típica dominicana.
- Alojamiento en un hotel de la capital.
- Día 2:
 - Desayuno típico dominicano en el hotel.
 - Visita Jardín Botánico Doctor Rafael María Moscoso.
 - Visita Parque Zoológico Nacional.
 - Almuerzo típico en el Malecón (paseo marítimo) de Santo Domingo.
 - Entrega de obsequios de recuerdo para finalizar.

Así, siguiendo el esquema anterior, además de visitas a museos, se ofrece gastronomía y recursos naturales. En este sentido, siguiendo el esquema anterior, se puede optar por diseñar otro con temática cultural, patrimonial o histórico, teniendo en cuenta que Santo Domingo es un destino turístico importante para República Dominicana, sobre todo en turismo de negocios, y hoy día, el visitante de negocios, busca ofertas complementarias, generalmente, culturales y naturales.

4. Conclusiones

República Dominicana es un destino consolidado en turismo de sol y playa, si bien, dispone de gran potencial para diseñar y planificar ofertas complementarias. Una de ellas puede ser el turismo cultural.

En este sentido, existen muchos museos en el país, aunque, destaca la ciudad de Santo Domingo. Así, teniendo en cuenta el potencial museístico de la capital dominicana, es recomendable que se adopten nuevas formas de promoción y comercialización de los mismos, a través sobre todo del turismo.

En este aspecto, recomendamos gestionar y planificar la actividad cultural de Santo Domingo a través de los club de producto, incluyendo ahí diversas temáticas, dependiendo del tema central del museo.

A través de esta nueva forma de marketing turístico, se está mejorando el desarrollo socioeconómico de la población local, a través, sobre todo, de la creación de nuevas empresas y nuevos empleos. Además, se está mejorando la gestión, promoción y comercialización de los museos, y la oferta turística complementaria, tanto al turismo de sol y playa nacional, como al turismo de negocios de Santo Domingo.

Referencias bibliográficas

- AGOSÍN, M.; MANZANO, O.; RODRÍGUEZ-BALZA, R. y STEIN, E. La ruta hacia el crecimiento sostenible en la República Dominicana: Fiscalidad, competitividad, institucionalidad y electricidad. Santo Domingo: BancoInteramericano de Desarrollo, (2009).
- CASTELLANOS VERDUGO, M. y ORGAZ AGÜERA, F., “Potencialidades ecoturísticas de República Dominicana”, TURyDES: Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, Vol. 6, N° 14 (Junio 2013), pp. 1-9. En: <http://www.eumed.net/rev/turydes/14/ecoturismo.pdf> Consultado: 01/08/2013.
- MORENO GIL, S.; CELIS SOSA, D. F. y AGUILAR QUINTANA, T., “Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: El caso de República Dominicana”, Cuadernos de Turismo, N° 9 (2002), pp. 67-84.
- ORGAZ AGÜERA, F., “El club de producto turístico como herramienta para el desarrollo socioeconómico en países subdesarrollados”, Contribuciones a la económica. En: <http://www.eumed.net/ce/2013/club-producto.html> Consultado: 02/08/2013.
- VILLAREAL, R. y VAN DER HORST, A., “Estrategia de competitividad turística de la República Dominicana”, ARA: Revista de Investigación en Turismo, Vol. 1, N° 1 (2008), pp. 15-28.