



Universidad  
Tecnológica  
de Santiago  
UTESA



Volumen IV  
Número IV

ISSN: 2519-5433

Revista Utesiana de la Facultad  
de Ciencias Económicas y Sociales



# REVISTA UTESIANA DE LA FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

## COMITÉ EDITORIAL

**Director: Francisco Orgaz Agüera**

Vicerrector de Producción e Investigación Científica  
Universidad Tecnológica de Santiago (República Dominicana)  
E-mail: franorgaz@utesa.edu

## CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR Y REVISOR

**Joaquín Tejada Camacho**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Mario Castellanos Verdugo**, Universidad de Sevilla (España)

**Juan F. Martínez Pérez**, Universidad Ana G. Méndez (Puerto Rico)

**Audi Rodríguez Almonte**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Ramón Díaz Díaz**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Tomás López-Guzmán**, Universidad de Córdoba (España)

**Salvador Moral Cuadra**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Juan Antonio Jimber del Río**, Universidad de Córdoba

**Ruska Santos**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Pablo Cañero Morales**, Investigador-Doctor

**José Castillo Jáquez**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Ramón Cabrera**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Roberto Gómez**, Ministerio de Medio Ambiente (Rep. Dom.)

**Miguel Ben**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Víctor Ramos Cepeda**, Universidad Tecnológica de Santiago

**José Manuel Taveras**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Vladimir Rodríguez Núñez**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Víctor Guillermo Rodríguez**, Universidad Tecnológica de Santiago

**José. F. Domínguez**, Universidad del Caribe (México)

**Cándida María Domínguez**, Universidad Tecnológica de Santiago

**Manuel A. Ribeiro**, Universidad de Surrey (Reino Unido)



# REVISTA UTESIANA DE LA FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

**ISSN: 2519-5433**

**Revista de distribución web (Edición Digital)**

**Edita:**

Vicerrectoría de Producción e Investigación Científica  
Universidad Tecnológica de Santiago (República Dominicana)  
809 582 7156, Ext. 365  
investigaciones@utesa.edu  
www.utesa.edu

**Periodicidad:**

Anual (octubre)

**Bases de datos:**

La Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales se encuentra indexada en el Directorio de Latindex y en Google Académico. Actualmente está en evaluación en otras bases de datos.



## GUÍA PARA AUTORES

El contenido de la Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales versará sobre temas de investigación originales vinculados a las siguientes carreras: Administración de Empresas, Administración de Empresas Turísticas, Contaduría Pública, Lenguas Modernas y Mercadeo. La estructura del artículo debe constar, como mínimo, de las siguientes partes: título; nombre, afiliación y correo electrónico de los autores; resumen y palabras clave en español e inglés; introducción; materiales y métodos; resultados y discusión; conclusiones; y bibliografía.

Las comunicaciones enviadas deberán cumplir con las siguientes normas y estructura:

- Extensión del artículo: 5.000 – 7.000 palabras.
- Resumen: no superar las 500 palabras.
- Palabras clave: 5 – 8 palabras.
- No hay máximo de autores.
- Márgenes: 2.5 cm en todos los lados.
- Interlineado: Simple.
- Fuente: Arial, 10 puntos (el título en tamaño 12).
- Títulos de la estructura del texto: Mayúscula y negrita.
- Las tablas, gráficos y figuras deberán ir insertadas en el texto, junto a un título en la parte superior y una fuente en la parte inferior.
- Citas: Modelo APA 2017 (sexta edición) o posteriores.

El incumplimiento de estas normas puede provocar el rechazo del artículo.

Se requiere el compromiso de los autores tanto en la originalidad del artículo como de no enviar el texto, simultáneamente, a otras revistas para su publicación. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones incluidas en su texto.

Los artículos serán enviados por correo electrónico: **investigaciones@utesa.edu** en formato Word. Los artículos recibidos se someterán a un proceso de revisión por pares anónimos. Los resultados de la evaluación serán remitidos al autor mediante correo electrónico.





## ÍNDICE

<b>El aprendizaje organizacional y el talento humano</b>	<b>10</b>
Acosta Guzmán, J.A., Tejada, J., & Cabrera, R.	
<b>El estado del arte sobre turismo alternativo</b>	<b>20</b>
Cañero Morales, P.	
<b>Incidencia de las fluctuaciones del mercado cambiario en las pequeñas y medias empresas exportadoras del sector de tabaco en la provincia de Santiago (República Dominicana)</b>	<b>36</b>
Liriano Espinal, J.A., Abreu Álvarez, M.J., & Ramos Cepeda, V.	
<b>El agroturismo. Un nuevo modelo de diversificación económica en la provincia Valverde, República Dominicana</b>	<b>50</b>
Taveras, J.M.	
<b>La dimensión económica, social y ambiental del desarrollo sostenible</b>	<b>56</b>
Domínguez Valerio, C.M.	



**Citar este artículo como:** Acosta Guzmán, J.A., Tejada, J., & Cabrera, R. (2019). El aprendizaje organizacional y el talento humano. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 4(4), 10-18.

## EL APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL Y EL TALENTO HUMANO

**José A. Acosta Guzmán**<sup>1a</sup>

Universidad Tecnológica de Santiago

**Joaquín Tejada**<sup>1</sup>

Universidad Tecnológica de Santiago

**Ramón Cabrera**<sup>1</sup>

Universidad Tecnológica de Santiago

**RESUMEN:** En el presente trabajo de investigación se desarrolla el enfoque del aprendizaje organizacional relacionado con el desarrollo profesional, en cuanto a su política de captar el personal. El rol fundamental que las personas juegan en dicho proceso convierte los criterios que rigen la selección de los individuos, en un primer determinante, de la capacidad de aprendizaje de las organizaciones. A través de la revisión, se exponen las principales características y conceptos de esta propuesta, esenciales para entender el aprendizaje organizacional.

**Palabras clave:** Talento humano, selección, aprendizaje y contratación.

**ABSTRACT:** In this research work, he develops the organizational learning approach related to professional development in terms of his policy of recruiting staff. The fundamental role that people play in this process makes the criteria that govern the selection of individuals a first determinant of the learning capacity of organizations. Through the review, the main characteristics and concepts of this proposal, essential to understand organizational learning, are presented.

**Key words:** Human talent, selection, learning and hiring.

---

<sup>1</sup> Profesor de la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA), República Dominicana.

<sup>a</sup> Autor para correspondencia: coormae@utesa.edu

## **INTRODUCCIÓN**

El rápido cambio tecnológico y la constante competencia propiciada por una economía globalizada obligan, en la actualidad, a las organizaciones a ser más flexibles en su respuesta a los cambios. Así, la capacidad de reaprender, que implica la obtención y creación de nuevos conocimientos y su transformación, expansión y aplicación a las actividades diarias, se configura, por su carácter intangible y socialmente complejo, como una importante fuente de ventaja competitiva (Senge, 1990; Lei *et al.*, 1996; Lei *et al.*, 1999). La escasez de investigaciones que estudian en profundidad el aprendizaje organizacional, al objeto de delimitar el constructo y las dimensiones que lo componen, nos llevará a plantear este aspecto como primer objetivo.

El sistema del capital humano realiza una importante influencia sobre la capacidad de aprendizaje por dos razones primordiales. Primeramente, el aprendizaje organizativo se fundamenta en el aprendizaje personal de los individuos que constituyen la organización (Argyris y Schön, 1978; Huber, 1991; Dodgson, 1993). En segundo lugar, la forma en la que se gestionen los recursos humanos influirá sobre la capacidad de la organización para generar nuevo conocimiento y aprender (Ulrich *et al.*, 1993).

La correspondencia entre gestión del talento humano y aprendizaje organizativo ha sido examinada en la literatura, bien de forma global, sin entrar en procesos de gestión concretos (Jones y Hendry, 1994; Kamoche y Mueller, 1998), bien señalando cómo determinadas prácticas, consideradas de forma aislada, pueden mejorar aspectos específicos del aprendizaje (McGill *et al.*, 1992; Snell *et al.*, 1996). Sin embargo, es destacable la ausencia de trabajos que profundizan en cómo las distintas estrategias de recursos humanos pueden activar o frenar el proceso de aprendizaje.

En concreto, con este trabajo nos centramos en la relación entre distintas opciones que configuran la estrategia de selección de personal y el aprendizaje, por entender que los criterios que rigen la incorporación de personas son un primer determinante de la capacidad de aprendizaje de la organización.

## **DESARROLLO**

### **El aprendizaje organizacional y el individuo**

En las investigaciones sobre aprendizaje organizacional, se ha encontrado una constante evocación del concepto psicológico de aprendizaje individual, buscando la similitud y la diferencia entre ambos métodos (Kim, 1993). El vínculo común, que presenta entre el aprendizaje individual y el organizativo,

es la adquisición de nuevos conocimientos que llevan a una modificación del comportamiento, individual o colectivo, según el caso (Stata, 1989).

En primer lugar, el ritmo al que el aprendizaje individual tiene lugar depende únicamente de la capacidad de cada persona, mientras que el aprendizaje organizativo, al implicar conocimientos y creencias compartidas (Senge, 1990; Leonard-Barton, 1992), vendrá limitado por la existencia de una acción conjunta por parte de todos los individuos involucrados en el proceso (De Geus, 1988).

En segundo lugar, el aprendizaje individual utiliza la mente de los individuos como plataforma del conocimiento. Para el aprendizaje organizativo, sin embargo, basarse únicamente en la memoria individual supone un riesgo ligado a la salida de personas o grupos claves (Simon, 1991; DiBella *et al.*, 1996). Así, los conocimientos individuales deben ser compartidos e integrados hasta formar un cuerpo de conocimiento colectivo que resida en la llamada memoria organizativa, permitiendo el aprendizaje constante de la empresa pese a la rotación natural de sus miembros.

La experiencia y la acción de los individuos son una fuente de aprendizaje para las organizaciones (Shrivastava, 1983; Senge, 1990). Además, se basa, en el aprendizaje de sus miembros, sustentado en la propia experiencia, la experiencia de terceros y la experimentación, también, a través de la asociación de nuevas personas que poseen conocimientos de los que la que organización no disponía (Simon, 1991). Se puede afirmar, en ambos casos, el conocimiento especializado es adquirido a través de los procesos de aprendizaje individual, constituyéndose los individuos como entidad primaria del aprendizaje (Dodgson, 1993)

Finalmente, Acosta (2015) afirma que los empleados que componen la empresa representan un punto importante en la escalera del aprendizaje, por lo que a medida que la capacidad de aprender es considerada una de las fuentes de ventaja competitiva más importantes, el talento humano es un recurso potencialmente renovable que proporciona "ventajas de ser el primero en moverse".

### **El aprendizaje organizativo**

El aprendizaje en las organizaciones puede ser entendido, como un proceso que tiene sus inicios con la adquisición y creación de conocimientos por parte de los individuos, y se extiende con el intercambio y la integración de estos hasta formar un cuerpo de conocimiento colectivo (Lei *et al.*, 1996; Snell *et al.*, 1996). Se trata de un proceso que, por una parte, requiere la adquisición consciente de conocimientos y el desarrollo de esquemas conceptuales compartidos, que permitan su diseminación y utilización (Shrivastava, 1983); por otra, produce como resultado tanto nuevos marcos de referencia

cognitivos, como nuevos comportamientos (Argyris y Schön, 1978; Senge, 1990); y, por último, permite mantener o mejorar la actuación de la empresa.

### **Compromiso gestor**

La dirección debe reconocer la relevancia del aprendizaje e impulsar el desarrollo de una cultura que fomente, como valor fundamental, la adquisición, creación y transferencia de conocimiento (Stata, 1989; McGill *et al.*, 1992). El compromiso supone, a un nivel más minucioso, que la dirección debe articular una visión estratégica del aprendizaje, haciendo del mismo un factor fundamental y una herramienta valiosa que influye sobre la obtención de beneficios a largo plazo (Ulrich *et al.*, 1993; Slocum *et al.*, 1994). Así, la dirección debe conseguir que el personal comprenda la importancia del aprendizaje y se comprometa en su consecución.

Finalmente, debe liderar el proceso de cambio, asumiendo la responsabilidad de crear la organización del futuro, capaz de enfrentarse a nuevos retos (Lei *et al.*, 1999). Para ello deberá eliminar viejas creencias y modelos mentales que, aunque ayudaron a interpretar la realidad en su momento, pueden actuar como barrera al mantener instaurados supuestos ya obsoletos (McGill y Slocum, 1993).

### **Visión de procedimiento**

Esto implica unir a los empleados de la organización en torno a una identidad y una aspiración común (Senge, 1990). Desde este punto de vista, los diferentes individuos, departamentos y áreas que integran la empresa deben tener una visión clara de los objetivos organizativos y comprender cómo pueden contribuir a su desarrollo.

El elemento fundamental es la atención de la organización como un sistema integrado por un conjunto de elementos, cada uno de los cuales tiene su función, pero que actúan de forma coordinada, de acuerdo con el principio de que el todo es superior a la suma de las partes (Stata, 1989; Leonard-Barton, 1992; DiBella *et al.*, 1996). La visión de la institución como sistema lleva implícito el reconocimiento de la importancia de la relación basada en el intercambio de información (Ulrich *et al.*, 1993), e induce al desarrollo de modelos mentales compartidos (Senge, 1990; Kim, 1993).

### **Estreno y prueba**

La presencia de un clima organizacional de estreno que permita la entrada de nuevas ideas y puntos de vista posibilita la constante renovación, ampliación y mejora de los conocimientos individuales (Stata, 1989; Senge, 1990). En este sentido, para generar un clima de apertura es necesario que previamente exista un compromiso con la diversidad cultural y funcional, y una

disposición en aceptar opiniones y experiencias de todo tipo y aprender de ellas, evitando la postura egocéntrica de considerar los valores propios mejores que los de los demás (DiBella *et al.*, 1996).

Las pruebas representan la búsqueda de soluciones creativas y flexibles a las situaciones actuales y futuras, fundamentadas en el uso de distintos procedimientos y técnicas (Leonard-Barton, 1992; Garvin, 1993). Además, implica la existencia de una cultura que fomente la creatividad y la disposición a asumir riesgos controlados, apoyando la idea de que se puede aprender de los errores.

### **Retención transferencia de conocimiento**

La retención es el desarrollo de mecanismos que permitan integrar y almacenar los conocimientos en las distintas rutinas, procesos y demás elementos que integran la denominada "memoria organizativa" (Huber, 1991). De esta manera, pueden ser en lo adelante recuperados y aplicados en diferentes casos, y permanezcan dentro de la organización incluso cuando los individuos que la componen cambian (Garvin, 1993).

La transferencia por su parte implica la difusión interna de los conocimientos adquiridos al nivel individual, principalmente a través de conversaciones e interacciones entre las personas (Brown y Duguid, 1991; Nicolini y Mezner, 1995), es decir, a través de la comunicación fluida, el diálogo y el debate. La comunicación fluida se apoya sustancialmente en la existencia de sistemas de información ágiles, que garanticen la exactitud, puntualidad y disponibilidad de la información (Ulrich *et al.*, 1993).

Las personas se configuran como entidades primarias del aprendizaje (Grant, 1996; Kamoche y Mueller, 1998), y la forma en que se gestione el talento humano, este ejercerá una importante influencia sobre la capacidad de aprendizaje de las organizaciones.

### **La estrategia y el aprendizaje organizativo**

Se puede afirmar que es importante para la Dirección Estratégica de Recursos Humanos, dentro del presente contexto económico, el establecimiento de políticas que permitan el crecimiento de activos específicos e inimitables, basados en conocimientos y habilidades involucradas en el talento humano de las organizaciones (Koch y McGrath, 1996). El aprendizaje organizativo, representa un pilar fundamental.

Según Wright y MacMahan (1992), la dirección estratégica del talento humano es el conjunto de actividades de recursos humanos planificadas, dirigidas a permitir a una organización alcanzar sus objetivos. Si este objetivo es desarrollar una capacidad de aprendizaje superior, el sistema de recursos

humanos debe ajustarse al mismo. Las estrategias del talento humanos permiten atraer y retener a empleados competentes, orientar su comportamiento hacia los objetivos de la empresa y apoderarse del valor añadido por los mismos (Wright y McMahan, 1992; Wright *et al.*, 1994).

Estas estrategias pueden potenciar las habilidades de los individuos y evitar su obsolescencia, posibilitando el desarrollo de una capacidad de aprendizaje organizativo superior (Leonard-Barton, 1992; Nonaka y Takeuchi, 1995). Los dueños de las empresas pueden esperar la mejora continua y el aprendizaje, pero los trabajadores esperarán oportunidades para aprender. Una vez que lo hayan probado, tendrán mayor ansia de conocimientos, y las organizaciones tendrán que responder a estas demandas si quieren mantener el momento y satisfacer su parte del contrato psicológico que firmaron con los empleados.

### **Reclutamiento interno vs reclutamiento externo**

Se tiene entendido que el reclutamiento interno representa una postura de la organización, por la opción de producir frente a la opción de adquirir (Peck, 1994). Producir permite beneficiarse de la llamada continuidad de la competencia (Raghuram y Arvey, 1994) o habilidad para mejorar los conocimientos y destrezas individuales de manera acumulativa.

La promoción interna es considerada como una práctica eficiente (Dessler, 1999) que fomenta la formación y el desarrollo de habilidades; facilita la descentralización y la participación, al promover la confianza entre los niveles jerárquicos; motiva a los individuos y refuerza su grado de compromiso con la organización, al proporcionarles un incentivo para actuar mejor; y, actúa como factor de atracción y retención de personal altamente cualificado (Ulrich *et al.*, 1993; Nonaka y Takeuchi, 1995), contribuyendo a disminuir la rotación del personal (Leonard-Barton, 1992), cuya salida puede implicar pérdidas sustanciales de conocimientos tácitos y habilidades de gran valor.

Por su parte, el reclutamiento externo constituye una de las posibles formas de adquisición de conocimiento de las que disponen las empresas, al implicar la captación o "compra" de conocimientos y habilidades que la organización necesita y que no posee (Dodgson, 1993), permitiendo el acceso instantáneo a una amplia variedad de capacidades (Lepak y Snell, 1999). El reclutamiento externo posibilita la introducción de nuevas ideas y la ruptura con las tradiciones instauradas, permitiendo un mayor grado de innovación, experimentación y cambio (Stata, 1989).

Tanto el reclutamiento interno como el externo tienen sus ventajas, lo que indica que ambas posturas no son excluyentes. De acuerdo con Lepak y Snell (1999), una empresa puede utilizar diferentes formas de empleo en función del



tipo de empleados, sobre la base de que no todos los individuos poseen conocimientos de igual importancia estratégica.

## CONCLUSIONES

Las aportaciones fundamentales de este trabajo de investigación son, por un lado, el soporte teórico a la multidimensionalidad del aprendizaje organizativo, lo que pone de manifiesto su carácter complejo y la necesidad de superar la perspectiva unidimensional con la que tradicionalmente ha sido analizado. Por otro lado, el planteamiento de un conjunto de relaciones que enlazan la estrategia que afecta el aprendizaje, poniendo en notoriedad la importante relevancia que la gestión del talento humano puede ejercer sobre el mismo.

El aprendizaje organizativo se configura como un concepto multidisciplinario, complejo, fundamentado en la adquisición, transferencia e integración de conocimiento, que requiere el apoyo y de las personas que integran la organización. Así, el rol fundamental de las personas, como primer portador del conocimiento, juega en el proceso de aprendizaje y traslada el punto de mira a la gestión de recursos humanos como instrumento indispensable para optimizar la capacidad de aprendizaje de la organización.

Finalmente, en el contexto económico presente se considera que la capacidad de aprendizaje es una de las principales fuentes de ventaja competitiva de gestión que la organización tiene, y esta influirá directamente sobre su crecimiento y desarrollo.

## REFERENCIAS

Acosta Guzmán, J. (2015). La selección del talento humano y el aprendizaje empresarial. *Revista Contribuciones a la Economía*, junio 2015. Disponible en: <http://eumed.net/ce/2015/1/talento-humano.html>

Argyris, C., & Schön, D.A. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Brown, J.S., & Duguid, P. (1991). "Organizational learning and communities-of-practice: toward a unified view of working, learning and innovation". En Cohen, M. y Sproull, L.S. (eds): *Organizational Learning*. London: Sage.

De Geus, A.P. (1988). Planning as learning. *Harvard Business Review*, March-april, 70-74.

Dessler, G. (1999). How to earn your employee's commitment. *Academy of Management Executive*, 13(2), 58-68.

- DiBella, A.J., Nevis, E.C., & Gould, J.M. (1996). Understanding organizational learning capability. *Journal of Management Studies*, 33(3), 361-379.
- Dodgson, M. (1993). Organizational learning: review of some literatures. *Organization Studies*, 14(3), 375-94.
- Garvin, D.A. (1993). Building a learning organization. *Harvard Business Review*, July-August, 78-91.
- Grant, R.M. (1996). Prospering in dynamically competitive environments: organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*, 7(4), 375-387.
- Huber, G.P. (1991). Organizational learning: the contributing processes and the literatures. *Organization Science*, 2(1), 88-115.
- Jones, A.M., & Hendry, C. (1994). The learning organization: Adult learning and organizational transformation. *British Journal of Management*, 5, 153-162.
- Kamoche, K., & Mueller, F. (1998). Human Resource Management and the appropriation-learning perspective. *Human Relations*, 51(8).1033-1060.
- Kim, D.H. (1993). The link between individual and organizational learning. *Sloan Management Review*, 37-50.
- Koch, M.J., & McGrath, G.R. (1996). Improving labor productivity: human resource management policies do matter. *Strategic Management Journal*, 17, 335-354.
- Lei, D., Hitt, M.A., & Bettis, R. (1996). Dynamic core competences through meta-learning and strategic context. *Journal of Management*, 22(4), 549-569.
- Lei, D., Slocum, J. W., & Pitts, R. A. (1999). Designing organizations for competitive advantage: the power of unlearning and learning. *Organizational dynamics*, 27(3), 24-38.
- Leonard-Barton, D. (1992). The factory as a learning laboratory. *Sloan Management Review*, 2, 23-38.
- Lepak, D., & Snell, S.A. (1999). The HR architecture: toward a theory of human capital allocation and development. *Academy of Management Review*, 24(1), 31-48.
- McGill, M.E., & Slocum, J.W. (1993). Unlearning the organization. *Organizational Dynamics*, 67-79.
- McGill, M.E., Slocum, J.W., & Lei, D. (1992). Management practices in learning organizations. *Organizational Dynamics*, 21(1), 5-17.

- Nicolini, D., & Meznar, M. (1995). The social construction of organizational learning: conceptual and practical issues in the field. *Human Relations*, 48(7), 727-746.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. New York, USA: Oxford University Press.
- Peck, S.R. (1994). Exploring the link between organizational strategy and the employment relationship: the role of human resources policies. *Journal of Management Studies*, 31(5), 715-736.
- Raghuram, S., & Arvey, R.D. (1994). Business strategy links with staffing and training practices. *Human Resource Planning*, 17(3), 55-73.
- Senge, P.M. (1990). *The fifth discipline: Art and practice of the learning organization*. New York, USA: Doubleday.
- Shrivastava, P. (1983). A typology of organizational learning systems. *Journal of Management Studies*, 20(1), 8-28.
- Simon, H.A. (1991). Bounded rationality and organizational learning. *Organization Science*, 2(1), 125-34
- Slocum, J. W., McGill, M., & Lei, D. T. (1994). The new learning strategy: anytime, anything, anywhere. *Organizational Dynamics*, 23(2), 33-47.
- Snell, S.A., Youndt, M.A., & Wright, P.M. (1996). Establishing a framework for research in SHRM: merging resource theory and organizational learning. *Research in Personnel and HRM*, 14, 61-90.
- Stata, R. (1989). Organizational Learning: the key to management innovation. *Sloan Management Review*, 63-74.
- Ulrich, D., Jick, T., & Von Glinow, M. A. (1993). High-impact learning: Building and diffusing learning capability. *Organizational Dynamics*, 22(2), 52-66.
- Wright, P.M., & McMahan, G.C. (1992). Theoretical perspectives for strategic human resource management. *Journal of Management*, 18(2), 295-320.
- Wright, P.M., McMahan, G.C., & McWilliams, A. (1994). HR and sustained competitive advantage: a resource-based perspective. *International Journal of Human Resource Management*, 5(2), 301-326.

Recibido: 04/09/2019

Revisado: 12/09/2019

Aceptado: 27/09/2019

Sometido a evaluación de pares anónimos



**Citar este artículo como:** Cañero Morales, P.M. (2019). Estado del arte sobre turismo alternativo. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 4(4), 20-34.

## ESTADO DEL ARTE SOBRE TURISMO ALTERNATIVO

**Pablo M. Cañero Morales<sup>2</sup>**  
Doctor-Investigador

**RESUMEN:** El turismo es una de las principales industrias a nivel mundial, que genera el 10% de Producto Interior Bruto mundial. En este sentido, la actividad turística es uno de los principales sectores que fomenta el desarrollo de los países, aunque, es necesario realizar tipología turística alternativas, tales como el turismo solidario, turismo justo, turismo responsable, ecoturismo o turismo voluntario. Este artículo se centra en conocer el estado del arte de estas tipologías turísticas alternativas. Estos tipos de turismo se enfocan en desarrollar actividades en contacto con la naturaleza y la cultura local, promoviendo la sostenibilidad de las comunidades locales y la conservación de los recursos.

**Palabras clave:** turismo, desarrollo, comunidad, sostenibilidad, cooperación.

**ABSTRACT:** Tourism is one of the main industries worldwide, which generates 10% of Gross Domestic Product worldwide. In this sense, the tourist activity is one of the main sectors that promotes the development of the countries, although, it is necessary to make alternative tourism typologies, such as solidarity tourism, fair tourism, responsible tourism, ecotourism or voluntary tourism. This article focuses on knowing the state of the art of these alternative tourist typologies. These types of tourism focus on developing activities in contact with nature and local culture, promoting the sustainability of local communities and the conservation of resources.

**Key words:** tourism, development, community, sustainability, cooperation.

---

<sup>2</sup> Doctor por la Universidad de Córdoba. Investigador en el área de turismo. Autor para correspondencia: pablo\_canero@hotmail.com

## INTRODUCCIÓN

La industria del turismo en los últimos años se ha caracterizado por un rápido crecimiento y diversificación de su oferta, estableciéndose como un pilar fundamental en la economía de muchos países (Moral y Orgaz, 2017). En el plano internacional y fruto de la diversificación de la oferta, han sido numerosos los tipos de turismo que han surgido, entre los cuales están los que promueven el turismo como una herramienta para el desarrollo local y el reporte de beneficios para las comunidades de acogida (Orgaz y Cañero, 2015; Orgaz y Cañero, 2016; Cañero *et al.*, 2017).

Por esto, han surgido nuevas iniciativas como el turismo responsable, turismo justo, ecoturismo, voluntariado, turismo solidario y turismo comunitario. Todos ellos enmarcados dentro de un turismo responsable y respetuoso con el medio ambiente, la cultura y la sociedad en la que desarrollan, y donde los turistas juegan un papel diferente (Fuentes *et al.*, 2016).

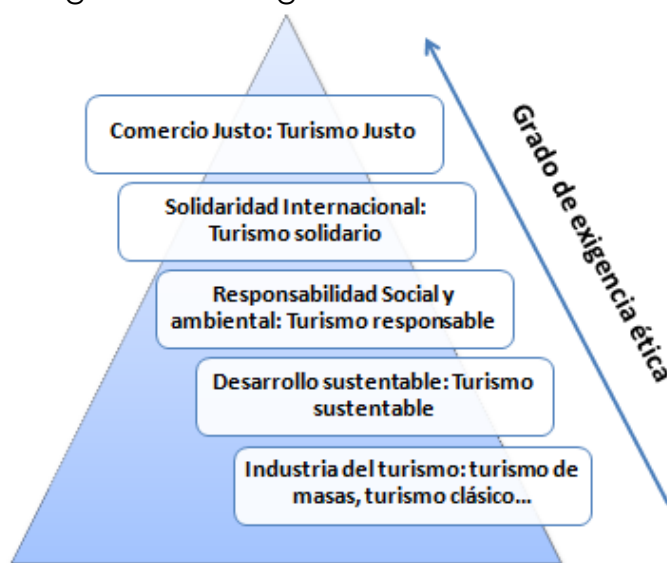
Los turistas han sido pieza clave en este cambio surgido ya que ahora éstos pretenden conocer más destinos, ser protagonistas de sus vacaciones, alcanzar una mayor autorrealización y, ante todo, buscar un contacto directo con la naturaleza en el menor tiempo posible. Se observa por tanto un cambio en la actitud y motivaciones del turista, pasando de un carácter pasivo a un carácter activo a la hora de realizar los viajes.

Este tipo de turismo está basado en la comunidad local que pretende reducir el impacto negativo, reforzando los impactos positivos del turismo en la naturaleza. También permite generar riqueza en las áreas rurales de los países en vía de desarrollo a través de la participación de la comunidad local en la gestión turística, de forma que los beneficios repercutan en la propia comunidad (Casas *et al.*, 2012).

Para estos mismos autores, un turismo inadecuado puede degradar el hábitat y los paisajes, lo que puede generar el agotamiento de los recursos naturales, mientras que el turismo sostenible y responsable puede ayudar a la conservación del medio rural y la cultura local. Este modelo de gestión turística se ha convertido en una modalidad turística que ha aparecido como alternativa a los viajes tradicionales.

Schéou (2009) ha generado una clasificación de los tipos de turismo con base en el grado de exigencia ética, que considera qué tan responsable, sustentable, solidario y justo es en la realidad (Jouault y Pulido, 2014) (figura 1).

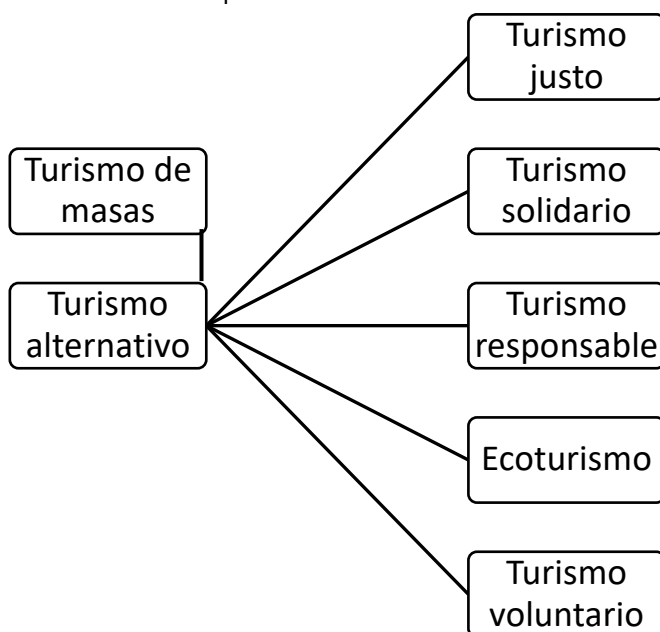
Figura 1. Pirámide de grados de exigencia ética en turismo.



Fuente: elaboración propia a partir de Schéou (2009).

Estos tipos de turismo se enmarcan en el llamado turismo alternativo que nace con el objetivo de ser la cara opuesta al turismo de masas. Este tipo de turismo se caracteriza por viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (Jouault, 2014). Así, el concepto de turismo alternativo centrado en el desarrollo sostenible de comunidades locales no tiene una definición clara dentro de la literatura científica ni en su aplicación práctica, ya que son diferentes los conceptos que se emplean para definir, a veces, la misma realidad (figura 2).

Figura 2. Clasificación de tipos de turismo



Fuente: Elaboración propia.

El objetivo de este trabajo es describir cada uno de los turismos que están considerados como turismo alternativo. En este sentido, a continuación, se explican cada uno de ellos.

## **DESARROLLO**

### **Turismo justo**

El concepto de comercio justo se aplica generalmente a las operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños productores y propietarios, con el fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial. Los fundamentos principales del Comercio Justo consisten en tratar de garantizar que los productores tengan una participación adecuada en el beneficio total, y busca mejorar las condiciones sociales en los casos en que no existen estructuras desarrolladas de servicios sociales y representación laboral (De Bretas, 2015). Según Palomo (2006), el turismo justo es cualquier actividad turística donde participan agentes locales, existiendo una distribución equitativa y transparente del valor añadido, asumiendo los principios de sostenibilidad.

Para Banda y Santiago (2014), el turismo justo es un camino que ayuda a enfocar una alternativa que avanza hacia una justa repartición de la riqueza. Para estos mismos autores el turismo justo va asociado al comercio justo, que es esencial para poner de relieve las características que lo hacen distinto de un enfoque de libre comercio. Su principal objetivo es luchar contra la pobreza en los países en vías de desarrollo, así como la intención de corregir los desequilibrios históricos del comercio, creados por las prácticas coloniales y por políticas de dependencia que han producido una situación de desventaja para esos países, en relación con los países industrializados.

Para Pingel (2007), el turismo justo no es más que la aplicación del comercio justo a la industria turística y lo define como un sistema de producción de servicios turísticos en el que existe una distribución equitativa del valor añadido generado por la actividad y donde los actores asumen compromisos y actúan de acuerdo con los valores éticos, tanto en el ámbito comercial como en el ámbito social, laboral, ambiental y de Derechos Humanos. Este turismo tiene su base en la situación de marginación que, en demasiadas ocasiones, se encuentran las poblaciones receptoras de turismo, ya que suelen ser las grandes empresas multinacionales las que gestionan dichos destinos, marcando, al mismo tiempo, el modelo de desarrollo turístico de la zona. Así, los aspectos claves que lo definen, y que permiten establecer una determinada conceptualización de este son los siguientes:



- El acceso de las comunidades locales receptoras a los mercados internacionales emisores de turistas
- La viabilidad comercial del proyecto turístico que se desarrolla en la zona
- La existencia de un marco jurídico regulador estable
- La implementación de los cambios dentro de la propia estructura local

Para Palomo (2006), las características del turismo justo son las siguientes:

- Los agentes y productores locales intervienen de forma activa en la cadena de producción
- Fomenta espacios para la participación de la población local y para el aprendizaje mutuo con los visitantes
- Se trata de cualquier modalidad o actividad turística
- Registra un aspecto básico a los derechos humanos y laborales, incorporando prácticas sostenibles con el medio cultural, social y medioambiental
- Existencia de una distribución equitativa y transparente del valor añadido basada en las contribuciones reales que cada uno realiza al proceso, no centrándose exclusivamente en aspectos como el poder de negociación o la disponibilidad de capital

Además, para Palomo (2006), el turismo justo posee un carácter multidimensional. En primer lugar, se encuentra la dimensión comercial, donde se produce y comercializa en el mercado y contempla las negociaciones entre agentes, que deben ser transparentes y no impuestas. En segundo lugar, la dimensión económica. Existe un valor añadido que se distribuye en base al trabajo y no exclusivamente a la disponibilidad de capital. En tercer lugar, la dimensión ética, que exige el respeto a los Derechos Humanos y laborales. En cuarto lugar, la dimensión sostenible. Esta incorpora prácticas sostenibles a nivel social, cultural y medioambiental. En quinto lugar, la dimensión política, que fomenta la creación de espacios de participación democrática. Y, por último, la dimensión educativa, que propicia procesos de autoaprendizaje entre la población local y los visitantes, apoyándose en la sensibilización en origen y la capacitación en destino.

### **Turismo solidario**

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004) define el turismo solidario como el turismo cuya preocupación principal son las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Esta organización también destaca las características de este tipo de turismo como las siguientes:

- Los recursos naturales y culturales deben ser conservados para poder seguir usándose en el futuro y al mismo tiempo deben reportar beneficios
- El desarrollo turístico debe ser planificado y gestionado de manera que no provoque serios problemas ambientales o socioculturales
- La calidad ambiental debe ser mantenida y mejorada
- Se debe intentar producir un elevado nivel de satisfacción en los visitantes
- Los beneficios del turismo deben ser repartidos entre toda la sociedad

Palomo (2006) define turismo solidario como un turismo cuya principal motivación es la visita a espacios solidarios en el que se consumen recursos turísticos autóctonos, participando agentes no tradicionales en las operaciones de producción o comercialización de bienes y servicios. Por tanto, hablamos de un turismo donde la actividad económica se realiza esencialmente en beneficio de las poblaciones directamente afectadas y ubicadas en países en vías de desarrollo, y de acuerdo con estas dos premisas: que el turismo minimice el impacto sobre el entorno, buscando conservar el patrimonio local, las culturas, las tradiciones, el medio ambiente, etc.; y que el turismo fortalezca las sociedades locales, gracias a dinámicas económicas autónomas. Si atendemos a diferentes autores (Palomo, 2006; Pingel, 2007), las características del turismo solidario son las siguientes:

- Su actividad está basada en el uso de recursos locales, naturales, humanos, culturales, económicos y sociales.
- Se realiza a favor de las poblaciones locales.
- Se basa en una organización institucional justa y democrática, facilitando las sinergias entre protagonistas locales del desarrollo: gobiernos locales, oenegés, sector privado, etc.
- Basa sus actividades en un total y absoluto respeto hacia la identidad, tanto de la comunidad local como de los viajeros, fundamentado en un compromiso con las comunidades visitadas, con los valores propuestos por el turismo responsable y los códigos de conducta establecidos localmente.
- Las propuestas están sustentadas en experiencias de intercambio cultural, mutuo aprendizaje y conocimiento previo de los destinos a visitar.
- Viajes no estandarizados y flexibles en su programación.
- Se considera básica la preservación de la naturaleza, las culturas y la minimización de los impactos sobre el medioambiente local.
- Es un turismo no masivo, por lo que la planificación se realiza a partir de grupos pequeños de visitantes, con el objetivo de minimizar los impactos y maximizar el intercambio con la población local.
- Se sitúan en canales alternativos tanto en cuanto al tipo de producto como al canal de distribución utilizado.

- Dirigido a un segmento de mercado en el que la motivación de la demanda es la visita a espacios solidarios, siendo estos aquellos donde las comunidades locales tienen una amplia participación en alguna fase del proceso productivo.
- Se promueve un contacto más directo con la población local de los países en vías de desarrollo, y un consumo de recursos autóctonos de carácter humano, natural y/o cultural.
- El turismo comunitario se extiende a cualquier modalidad siempre que se cumpla la premisa básica de que los turistas que visita un país en vías de desarrollo cumplan una función logística (entregando ayuda humanitaria, por ejemplo).
- Requiere una doble participación: por un lado, de la comunidad a la hora de llevar a cabo la planificación y gestión del desarrollo; y, por otro, del turista en la programación del viaje y en las actividades a realizar durante el mismo.

La aparición y el impulso del turismo solidario se deben a una serie de factores (Sancho, 2007), tales como la existencia de una nueva necesidad social de hacer algo por los demás, estando motivado por cambios sociales, una nueva filosofía de trabajo más enfocada hacia la sostenibilidad, la solidaridad y la justicia en la cooperación. También, la influencia del auge de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), a través de las cuales se sensibiliza a los ciudadanos acerca de una realidad desconocida y, hasta el momento, poco accesible. El turismo solidario o voluntario surge como un turismo alternativo, el cual buscaba vincular las realidades sociopolíticas con las realidades económicas locales de un determinado destino (Miraglio, 2008).

Para Jouault y Pulido (2014), el turismo solidario está basado en la economía solidaria<sup>3</sup>, la cual incluye tres tipos de intercambios. La economía mercantil, la economía no mercantil sin fines de lucro, que constituye el corazón del proyecto, y la forma no monetaria, expresada a través de la economía doméstica y la vecindad, reciprocidad, diálogo, hospitalidad e intercambios.

Scheyvens (1999) se refiere a cuatro tipos de empoderamiento: el económico, enfocado a los ingresos generados por el turismo; el psicológico, que surge por el orgullo y el valor relacionado a las tradiciones culturales; el social, que se presenta al haber una mayor cohesión en la comunidad; y el político, definido como un proceso multidimensional que se caracteriza por la oportunidad de elegir, la capacidad de tomar decisiones y de llevarlas a cabo, y asumir la responsabilidad por las decisiones y acciones, así como sus consecuencias (Cole, 2006).

---

<sup>3</sup> La economía solidaria es una forma de producción, consumo y distribución de la riqueza, que tiene como finalidad fomentar el desarrollo de las comunidades y no la obtención de grandes capitales. De esta manera, la economía solidaria promueve la creación de asociaciones, cooperativas y acciones de autogestión.

Pese a las semejanzas evidentes entre turismo solidario y turismo comunitario, existen diferencias entre ambas variantes. Según Palomo (2006), son las siguientes:

- Exigencia de requisitos específicos en cuanto a la propiedad y a la gestión de los recursos patrimoniales y a la posterior distribución de los beneficios generados.
- No exige la visita a espacios de solidaridad donde se hayan promovido proyectos de desarrollo.
- No es necesaria la participación de agentes no tradicionales.

### **Turismo responsable**

El turismo responsable es un fenómeno que refuerza las identidades y culturas locales, fortalece participación de la comunidad y fomenta la comprensión, el conocimiento y el mutuo aprendizaje entre los turistas y residentes (Fuentes *et al.*, 2016). Este turismo se caracteriza por una actitud de respeto que debe de tener el viajero hacia los lugares y personas que visita. Por este motivo, estos viajes han de tener un mínimo impacto ambiental, un intercambio positivo de experiencias entre personas y la máxima equidad económica. Para Fernández y Haroun (2007), este tipo de turismo supone un cambio en las pautas de comportamiento de un nuevo perfil de turista que demanda actividades complementarias respetuosas con el medioambiente.

El turismo responsable también debe ser una herramienta para mejorar la sostenibilidad del conjunto de la industria turística, estableciendo una práctica específica que debe entenderse por la transformación de algunos elementos, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. Entre estos cambios experimentados por la demanda se encuentra un perfil de turista más experimentado y participativo, mejor informado sobre los destinos que visita y de su contexto, más allá de lo estrictamente turístico y que incorpora en su motivación (González, 2015). La OMT (1993) lo definió como aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y sede de las regiones, protegiendo y mejorando oportunidad para el futuro. Si bien, esta definición es de carácter muy general.

Fuentes *et al.* (2016) detallan las características de este tipo de turismo:

- Formación previa a la realización del viaje.
- Integración de las visitas a los proyectos de desarrollo y organizaciones de solidaridad.
- Uso de los servicios turísticos locales.
- Transparencia de precios.
- Bajo número de participantes en los viajes.
- Concentración de los viajes hacia países del sur.

Este turismo, por tanto, se enmarca dentro del llamado *pro-poor tourism*, el turismo que genera beneficios netos para los pobres, es decir, que los beneficios son siempre mayores a los costes (Bennett *et al.*, 1999) y refleja una serie de estrategias en el desarrollo de un turismo responsable que se centran específicamente en las oportunidades de desbloqueo para los pobres, por ejemplo, mediante la creación de empleo y el acceso a los mercados para las empresas locales (McCombes *et al.*, 2015).

## **Ecoturismo**

El ecoturismo permite estar en contacto con la naturaleza sin alterarla y también da la oportunidad de acercarnos con los principales anfitriones y dueños del patrimonio natural, que son los habitantes de las comunidades rurales y zonas indígenas (Romero, 2014). Rivera Mateos (2010) afirma que el creciente interés de los turistas por el medio ambiente y los desplazamientos dirigidos hacia el disfrute del medio natural, junto a la cada vez mayor insatisfacción de los turistas con el turismo de masas, ha descubierto a la industria del turismo un importante hueco de mercado para el desarrollo del llamado turismo ecológico o ecoturismo.

Probablemente el concepto de ecoturismo más aceptado por la comunidad científica sea el de Ceballos-Lascuarín (1987), que lo define como aquella forma de turismo que consiste en visitar áreas naturales relativamente intactas o poco alteradas, con el objeto de estudiar y admirar el paisaje, la flora y los animales salvajes que acogen, así como toda manifestación cultural (pasada o presente), observable en estas zonas.

Para Troncoso (1999), el ecoturismo es el uso de áreas naturales por la actividad turística en forma sostenible, con la finalidad de disfrutar y conocer su cultura e historia natural, sobre la base de planes de manejo que minimicen los impactos en el medio ambiente, a través de modelos de capacidad de carga y monitoreo periódico, integración de las comunidades locales y otras medidas que conserven y preserven dichas reservas para las generaciones presentes y futuras. Por tanto, hablamos de una tipología turística que promueve actividades de turismo en la naturaleza, la conservación de la naturaleza y la generación de beneficios en las comunidades locales.

De las anteriores definiciones se desprende el unánime acuerdo de relacionar naturaleza y recursos naturales con el desarrollo socioeconómico de aquellos destinos en los que se desarrolla esta tipología de turismo. Según Palomo (2006), los principios específicos, extraídos de la Declaración de Quebec<sup>4</sup> sobre ecoturismo, son los siguientes:

- Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural.

---

<sup>4</sup> Disponible para consulta en: [http://www.cinu.org.mx/eventos/turismo2002/doctos/dec\\_quebec.pdf](http://www.cinu.org.mx/eventos/turismo2002/doctos/dec_quebec.pdf)

- Incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y explotación y contribuye a su bienestar.
- Interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes
- Se presta mejor a los viajeros independientes, así como a los circuitos organizados para grupos de tamaño reducido.

En contraposición al carácter ventajoso que tiene este tipo de turismo en las vertientes, social, medioambiental y económica, el ecoturismo también puede presentar algunos efectos destructivos en las zonas donde se desarrolla. Siguiendo a Wall (1997), algunos de estos efectos son los siguientes:

- El ecoturismo se dirige a zonas protegidas, y éstas lo son por su especial vulnerabilidad frente a la intervención.
- El ecoturismo no considera en sus itinerarios evitar momentos críticos en la naturaleza. En ocasiones es precisamente esto lo que pretende.
- El ecoturismo asume que la relación entre el volumen de uso y los daños causados es lineal. Por tanto, no tiene en cuenta que unos pocos de turistas pueden causar importantes daños en la naturaleza.

En referencia a esto último, el ecoturismo debería ser precisamente un elemento preservador de la integridad del entorno en el que se desarrolla la actividad turística. En esta línea se mantienen Marchena *et al.* (1993) afirmando que la relación entre las áreas protegidas y el ecoturismo no puede verse solamente como el marco territorial para el desarrollo de una actividad recreativa. Por el contrario, se trata de una combinación basada en el manejo racional de los recursos naturales y culturales existentes; así como de orientar el flujo e interés de los visitantes en actividades concretas que pueden contribuir a la preservación del área, y propiciar a su vez el intercambio cultural con la población local. De hecho, para Morera (2001), el desarrollo de actividades ecoturísticas, centradas en la efectividad para potenciar la conservación ecológica-cultural y el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores locales son elementos fundamentales del desarrollo local.

### **Turismo voluntario**

El turismo voluntario es, como las anteriores, una modalidad que en los últimos años ha experimentado un importante crecimiento tanto en su práctica como en su investigación (Elliot, 2008; Mostafahanezhad, 2013; Wearing y McGehee, 2013), y que también continúa en la misma línea de apoyo a las comunidades locales. Siguiendo a Wearing (2001), el turismo voluntario es aquel dónde los turistas, motivados por diversas razones, de forma voluntaria deciden dedicar sus vacaciones a ayudar o aliviar la pobreza material de algunos grupos de la sociedad, la restauración de ciertos ambientes, la investigación de los aspectos problemáticos de la sociedad o el medio ambiente.

Para Lyons y Wearing (2008), el turismo voluntario ha experimentado este aumento de popularidad dentro del turismo alternativo debido a que ha sabido ocupar un nicho de mercado dejado por el ecoturismo, que ha perdido su brillo como una alternativa de buena fe debido a su maduración y mercantilización dentro del mercado turístico. Otra de las razones del crecimiento del turismo voluntario es el aumento de turismo alternativo en general, pero más específicamente en un creciente reconocimiento de cambio de actitud de los consumidores, adquiriendo un elemento de responsabilidad en sus hábitos de consumo, lo que la industria del turismo voluntario intenta aprovechar (Sin, 2010).

Este cambio de actitud se ve alimentado por la sensación de los propios turistas de llegar a casa con un nuevo sentido de unidad después de sus vacaciones, por lo tanto, el cambio social puede ser fomentado más allá del alcance de las vacaciones llegando a pensar ser voluntarios en lugar de turistas y de esta manera aprovechar las redes sociales establecidas durante su viaje para los viajes futuros (McGehee y Santos, 2005). Se puede, por tanto, considerar el turismo voluntario como una vertiente del turismo que implica los viajes de turistas a destinos donde se realiza voluntariado en diversas modalidades, diferenciándose de los demás tipos de turismo por el hecho de que el turista no viaja solamente para conocer un lugar o una cultura diferente, sino que lo hace principalmente para desarrollar acciones de voluntariado tanto sociales como ambientales (García, 2015).

Holmes y Smith (2009) diferencian dos elementos en este tipo de turismo, por un lado, los llamados *hosts* que son las personas que reciben a los turistas voluntarios y, por el otro lado, los llamados *guests* que son los propios turistas que viajan con la motivación de realizar voluntariado. Siendo para este autor ambos elementos importantes a partes iguales ya que el intercambio se realiza en una doble vertiente y no solo en la vertiente *guest to host*.

## CONCLUSIONES

El turismo en la actualidad supone uno de los motores económicos a nivel internacional. Sus cifras, en continuo ascenso, hacen que genere el 10% del Producto Interior Bruto (PIB) mundial (OMT, 2017) y que genere un importante dinamismo en las economías de los países que acogen turistas en su territorio. Además, son muchos los países que observan el turismo como una fuente de erradicación de la pobreza gracias a sus impactos en la generación de empleo y en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

El turismo, sin embargo, no se presenta como una actividad inocua. El desarrollo del turismo genera grandes movimientos de personas y esto es algo que genera, irremediabilmente, importantes impactos en el destino. El estudio de estos impactos ha sido un tema de importancia para la comunidad

científica y se observa en las numerosas investigaciones que han analizado los impactos del turismo en el territorio. La literatura científica ha establecido tres tipos de impactos derivados del desarrollo del turismo: impactos económicos, impactos socioculturales e impactos medioambientales.

De esta manera, se están desarrollando desde hace algunos años hasta hoy en día nuevos tipos de turismo que buscan desmarcarse del tradicional turismo de masas. Es por este motivo que nace el llamado turismo alternativo, que incluye tipologías como el turismo justo, el turismo solidario, el turismo responsable, el ecoturismo o el turismo voluntario.

En definitiva, estas tipologías se caracterizan por ser viajes cuyo objetivo es realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Banda Arsuaga, G.R., & Santiago Jiménez, M.E. (2014). Turismo justo: Alternativa para combatir la pobreza en Hueyapan. *El Periplo Sustentable*, (26), 7-24.

Bennett, O., Roe, D., & Ashley, C., (1999). *Sustainable Tourism and Poverty Elimination Study*. Londres, Reino Unido: Department for International Development.

Cañero Morales, P., López-Guzmán, T., & Orgaz Agüera, F. (2017). Impactos del turismo comunitario en países en vías de desarrollo. El caso de la República Dominicana. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 22 (junio 2017). Disponible en:

<http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-republica-dominicana.html>

Casas Jurado, A. C., Soler Domingo, A., & Jaime Pastor, V. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de Turismo*, (30), 91-108.

Ceballos-Lascuarín, H. (1987). *Estudio de Perfectibilidad Socioeconómica del Turismo Ecológico y Anteproyecto arquitectónico y urbanístico del Centro de Turismo Ecológico de San Kalan, Quintana Roo, México*. México DF, México: SEDUE.

Cole S. (2006). Information and Empowerment: The Keys to Achieving Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 629-644.



De Bretas, F. (2015). *Turismo de favela y seguridad. La puesta en valor del Turismo Justo como herramienta para el desarrollo turístico sostenible del Museo a cielo abierto de la Favela da Providência en Rio de Janeiro (Tesis Doctoral)*. Málaga: Universidad de Málaga.

Elliott, D. (2008). *Voluntourism. Condé Nast Traveller*. Disponible en: [www.concierge.com/cntraveler/articles/12200](http://www.concierge.com/cntraveler/articles/12200).

Fernández-Palacios, Y., & Haroun, R.J. (2007). Turismo responsable en el medio marino. El caso de Canarias. *Estudios turísticos*, (172-173), 241-246.

Fuentes-Moraleta, L., Muñoz-Mazón, A., & Rodríguez-Izquierdo, S. (2016). El turismo solidario como instrumento de desarrollo: un estudio de caso para analizar las principales motivaciones de los turistas solidarios. *Cuadernos de Turismo*, (37), 227-242.

García Bottaro, A.L. (2015). *Turismo voluntario (Tesis Doctoral)*. Argentina: Universidad Nacional de la Plata.

González Reverté, F. (2015). Caracterización de la oferta comercializada bajo la etiqueta de turismo responsable en España. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (67), 189-212.

Holmes, K., & Smith, K. (2009). *Managing Volunteers in Tourism: Attractions, Destinations and Events*. Burlington, EE. UU: Elsevier.

Jouault, S. (2014). *El turismo solidario: definición y perspectivas en comunidades de Yucatán. Turismo y sustentabilidad en la península de Yucatán*. Mérida, México: Universidad Autónoma de Campeche.

Jouault, S., & Pulido-Madariaga, E. (2014). Turismo solidario y empoderamiento: el caso de Ek Balam, Yucatán, México. *AGRO*, (4), 23-29.

Lyons, K. D., & Wearing, S. (2008). "Volunteer tourism as alternative tourism: Journeys beyond otherness". En K. D. Lyons y S. Wearing (Ed.), *Journeys of discovery in volunteer tourism* (pp. 3-11). Cambridge, EE. UU: CABI.

Marchena Gómez, M. J., Rosabal, P. M., Salina Chávez, E., Fernández, B., & Dorado, Y. (1993). Planificación y desarrollo del ecoturismo. *Estudios turísticos*, (119), 39-58.

McCombes, L., Vanclay, F. & Evers, Y. (2015). Putting social impact assessment to the test as a method for implementing responsible tourism practice. *Environmental Impact Assessment Review*, (55), 156-168.

McGehee, N. G. & Santos, C. A. (2005). Social change, discourse and volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 760-779.

Miraglio, M. (2008). *Promouvoir le tourisme solidaire en France: l'émergence d'une nouvelle offre de voyages éthiques dans le secteur touristique face à ses défis*. París, Francia: Sorbone Nouvelle.

Moral Cuadra, S., & Orgaz Agüera, F. (2017). Turismo y desarrollo sostenible: conceptualización, evolución y principios. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 22 (junio 2017). Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-desarrollo-sostenible.html>

Morera, C. (2001). Sinergias entre ecoturismo y desarrollo local en la península de Osa, Costa Rica. *Stapfia*, (88), 755-762.

Mostafahanezhad, M. (2013). The Politics of Aesthetics in Volunteer Tourism. *Annals of Tourism Research*, 43, 150-169.

OMT (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid, España: OMT.

OMT (2004). *Sustainable development of tourism*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.

OMT (2017). *Tourism and future energy: committed to curb emissions*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-07-25/tourism-and-future-energy-committed-curb-emissions>

Orgaz Agüera, F., & Cañero Morales, P. (2015). Ecoturismo, sostenibilidad y apego a la comunidad. Un estudio de caso en áreas rurales en vías de desarrollo. *Cuadernos Geográficos*, 54(1), 45-63.

Orgaz Agüera, F., & Cañero Morales, P. (2016). Ecoturismo en comunidades rurales: Análisis de los impactos negativos para la población local. Un estudio de caso. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (120), 99-120.

Palomo Pérez, S. (2006). El turismo justo y la creación de sistemas de producción de servicios turísticos responsables. *Revista Estudios Turísticos*, (168), 7-46.

Pingel, C. (2007). *Turismo solidario en el marco del turismo responsable: contextos, conceptos y aplicaciones* (Trabajo Final de Grado). Argentina: Universidad de Mar del Plata.

Rivera Mateos, M. (2010). *Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía: Aspectos territoriales, políticas públicas y estrategias de planificación*. (Tesis Doctoral). Junta de Andalucía: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Romero-García, O. S. (2014). Capacidad de carga turística de la reserva ecológica mineral de Nuestra Señora de Cosalá, Sinaloa, México. *AGRO*, (4), 30-34.

Sancho, A. (2007). *Turismo y desarrollo*. Universidad de Valencia. Disponible en: [www.turismoresponsable.net/pdf/Turismo%20y%desarrollo.pdf](http://www.turismoresponsable.net/pdf/Turismo%20y%desarrollo.pdf)

Schéou B. (2009). *Du tourisme durable au tourisme équitable: quelle éthique pour le tourisme de demain?*. París, Francia: De Boeck Supérieur.

Scheyvens R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245-249.

Sin, H.L. (2010). Who are we responsible to? Locals' tales of volunteer tourism. *Geoforum*, 41(6), 983-992.

Troncoso Morales, B. (1999). *Turismo sostenible y ecoturismo*, en IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería y Turismo (CONEHOTU). Del 17 al 21 de mayo de 1999. Porlamar, Isla De Margarita, (Venezuela).

Wall, G. (1997). Is ecotourism sustainable? *Environmental Management*, 21(4), 483-491.

Wearing, S.L. (2001). *Volunteer tourism: Seeking experiences that make a difference*. Wallingford, USA: CABI.

Wearing, S., & McGehee, N. (2013). Volunteer Tourism: A review. *Tourism Management*, 38, 120-130.

Recibido: 11/07/2019

Revisado: 23/07/2019

Aceptado: 21/08/2019

Sometido a evaluación de pares anónimos



**Citar este artículo como:** Liriano Espinal, J.A., Abreu Álvarez, M.J., & Ramos Cepeda, V. (2019). Incidencia de las fluctuaciones del mercado cambiario en las pequeñas y medianas empresas exportadoras del sector de tabaco en la provincia Santiago (República Dominicana). *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 4(4), 36-49.

## **INCIDENCIA DE LAS FLUCTUACIONES DEL MERCADO CAMBIARIO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR DE TABACO EN LA PROVINCIA SANTIAGO (REPÚBLICA DOMINICANA)**

**José Alexis Liriano Espinal<sup>5</sup>**

Universidad Tecnológica de Santiago

**Miguel de Jesús Abreu Álvarez<sup>5</sup>**

Universidad Tecnológica de Santiago

**Víctor Ramos Cepeda<sup>6a</sup>**

Universidad Tecnológica de Santiago

**RESUMEN:** Esta investigación trata sobre la incidencia de las fluctuaciones del mercado cambiario en las pequeñas y medianas empresas exportadoras del sector de tabaco en la provincia Santiago. El mercado cambiario en la República Dominicana, es de mucho interés, dada la incidencia que tiene éste en todas las operaciones económicas que se realizan, tanto en el plano local como internacional. Su importancia se debe a los factores que crean fluctuaciones y desequilibrio que afectan directamente la estabilidad económica, generando pérdida e incertidumbres entre inversionistas y demandantes de bienes y servicios. Dicho mercado merece ser evaluado para comprender cuales variables e indicadores afectan su desenvolvimiento y la manera en que este pone en peligro las operaciones de negocio, generando quiebra y desaparición de empresas o negocios y propiciando crisis políticas, económicas y social cuando los billetes y monedas se desprecian, perdiendo valor en el mercado y ciertos niveles de desconfianza entre los operadores de divisas y los demandantes de las mismas.

**Palabras clave:** Exportación de tabaco, mercado cambiario, fluctuación, Santiago, República Dominicana.

---

<sup>5</sup> Estudiante de la Universidad Tecnológica de Santiago (República Dominicana).

<sup>6</sup> Profesor de la Universidad Tecnológica de Santiago, Recinto Mao, y candidato a Doctor por la Universidad de Córdoba (España).

<sup>a</sup> Autor para correspondencia: vimaram1@yahoo.com

**ABSTRACT:** This research is about the impact of exchange market fluctuations in small and medium-sized exporting companies of the tobacco sector in the Santiago province. The foreign exchange market in the Dominican Republic is of great interest, given its impact on all economic operations that are carried out, both locally and internationally. Its importance is due to the factors that create fluctuations and imbalances that directly affect economic stability, generating loss and uncertainties between investors and plaintiffs of goods and services. This market deserves to be evaluated to understand which variables and indicators affect its development and the way in which this endangers business operations, generating bankruptcy and disappearance of companies or businesses and promoting political, economic and social crises when banknotes and currencies are they despise, losing value in the market and certain levels of distrust between currency traders and their claimants.

**Key words:** Tobacco export, exchange market, fluctuation, Santiago, Dominican Republic.

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación trata sobre la incidencia de las fluctuaciones del mercado cambiario en las pequeñas y medianas empresas exportadoras del sector de tabaco en la provincia Santiago de los Caballeros. La exportación es el medio más común del que sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir, que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que puedan diversificar sus sedes de ventas.

El mercado cambiario está constituido por la totalidad de las divisas que deben ser transferidas o negociadas por vía de los intermediarios del mercado cambiario autorizados o mediante las cuentas de compensación. Asimismo, las divisas que, a pesar de estar exentas de la canalización por vía de los mecanismos mencionados y que se canalizan voluntariamente mediante ellas mismas, hacen parte del mercado cambiario.

La situación presente en la política cambiaria implementada por el Estado, a través del Banco Central, mueve a preocupación, pues la misma mantiene un tipo de cambio fijo, pero con intervenciones periódicas de este organismo, cuando por diferentes causas se generan escasez de divisas y se crean rumores sobre la falta de la misma en el mercado, procediendo el Banco Central a inyectar dólares para suplir la oferta del mercado.

El objetivo general planteado es analizar la incidencia de las fluctuaciones del mercado cambiario en las pequeñas y medianas empresas exportadoras del sector de tabaco en la provincia Santiago, durante el período 2012-2017. Para conocer el mercado cambiario en la República Dominicana, esta investigación enfrenta el reto de la innovación del tipo de comportamiento de este mercado, así como también, de poder identificar cuáles son los factores incidentes en las fluctuaciones del mercado cambiario en el país.

Así, el mercado cambiario o de divisas merece ser evaluado para comprender cuales variables e indicadores afectan su desenvolvimiento y la manera en que este pone en peligro las operaciones de negocio, generando quiebra y desaparición de empresas o negocios y propiciando crisis políticas, económicas y sociales cuando los billetes y monedas se desprecian, perdiendo valor en el mercado y ciertos niveles de desconfianza entre los operadores de divisas y los demandantes de estas.

## **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

Se entiende como exportación al envío de un bien o servicio a otro lugar del mundo, con fines de comercio. De igual manera, es el intercambio genuino de bienes y servicios nacionales para el consumo en el extranjero. Las exportaciones son efectivas cuando un producto es enviado fuera de la frontera de un país y, por lo general, son llevadas a cabo bajo especificaciones (González, 2011).

Para Parkin (2011) es una actividad comercial que se fundamenta en la venta de productos y servicios hacia otro país. Es el conjunto de bienes que se exportan. La exportación es todo bien o servicio que es enviado de un país a otro. Es decir, es el traslado de bienes y servicios de una nación a otra.

Las oportunidades de negocios incrementan en la medida en que se desarrollan acciones de inversión del Estado que favorece la construcción de infraestructura necesaria para el desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Las MIPYMES constituyen un eje fundamental para las economías de la región, representando el 99% de las empresas y empleando a cerca del 67% de los trabajadores.

Las exportaciones son importantes, ya que constituyen una fuente de ingresos adicionales a la que brinda la demanda interna. Es decir, permite ubicar los productos excedentes en el resto del mundo, obteniendo importantes ingresos. Esta capacidad exportadora es el motor para nuevos empleos formales para muchas personas cuyas familias tienen acceso a mejores condiciones de vida.

De acuerdo con la Dirección General de Aduanas (DGA), las exportaciones según destino económico de la República Dominicana han generado en promedio unos US\$ 8,252.81 millones de dólares anuales a la economía dominicana desde el 2012 hasta el 2017. En el 2012 representaron US\$ 7,195.71 millones, para el 2013 US\$ 7,935.55 millones, para completar el periodo representaron US\$ 8,489.90, 8,322.49, 8,742.01 y 8,831.18 respectivamente hasta el 2017 como muestra la tabla 1. Exceptuando el periodo del 2014 al 2015, se puede notar que las exportaciones han experimentado un incremento anual durante dicho período.

Tabla 1. Exportaciones por destino económico en millones de dólares período 2012-2017

<b>Destino Económico</b>	<b>2012 US\$</b>	<b>2013 US\$</b>	<b>2014 US\$</b>	<b>2015 US\$</b>	<b>2016 US\$</b>	<b>2017 US\$</b>
Bienes de capital	1,257.98	1,275.56	1,447.21	1,511.60	1,640.72	1,651.84
Bienes de consumo	3,420.42	3,181.49	3,252.96	3,725.50	3,729.47	3,836.73
Materias primas	2,517.29	3,478.50	3,789.74	3,085.39	3,371.81	3,342.62
N/D	0.017176	0.000301	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>7,195.71</b>	<b>7,935.55</b>	<b>8,489.90</b>	<b>8,322.49</b>	<b>8,742.01</b>	<b>8,831.18</b>

Fuente: Elaboración propia.

La exportación, es por lo regular, un mecanismo comúnmente empleado por las empresas que inician su inversión internacional, ya que implica riesgos menores a los de otras formas, como las licencias, la inversión extranjera directa, la subsidiaria de una empresa extranjera y de una alianza estratégica. Esta opción ha sido la más difundida utilizada y estudiada en los mercados internacionales (Fischer y Espejo, 2005).

Los beneficios de la exportación son:

- Mejorar imagen y competitividad de la empresa.
- Satisfacción personal.
- Ventajas competitivas y comparativas.
- Estímulos financieros y fiscales.
- Estabilidad financiera por lograr acceso a divisas extranjeras.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- A nivel macroeconómico, la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país.



Otro beneficio de las exportaciones, para la parte socioeconómica, es la generación de empleos que aportan al país. Solamente la producción y posterior exportación del tabaco generan en promedio anualmente unos 112,148 empleos directos tomando como parámetro el periodo 2012-2017 y de acuerdo con el Instituto del Tabaco INTABACO. Como detalla la tabla 2, se generó 105,160, 108,935, 115,389, 118,468, 112,468 y 112,468 empleos directos desde el 2012 hasta el 2017.

Tabla 2. Empleos generados por el sector tabaco período 2012-2017

Empleos	Periodo					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Etapas de cultivo y producción	42,900	43,012	52,966	56,045	50,045	50,045
Comercialización y procesamiento	9,750	9,775	9,775	9,775	9,775	9,775
Manufactura cigarros y cigarrillos	34,650	34,741	34,741	34,741	34,741	34,741
Suplidores conexos y otros	17,860	17,907	17,907	17,907	17,907	17,907
Cultivos de rotación		3,500				
<b>Total empleos directos</b>	<b>105,160</b>	<b>108,935</b>	<b>115,389</b>	<b>118,468</b>	<b>112,468</b>	<b>112,468</b>

Fuente: elaboración propia.

La exportación genera beneficios en cuanto al aumento de la demanda para la producción doméstica de los bienes, duplica los productos y las ganancias económicas a nivel general. Además, permite diversificar los riesgos ante los mercados internos inestables, y atenuar los efectos de situaciones macroeconómicas.

Las empresas participan en los mercados internacionales para aprovechar la demanda que se genera en otros países, esto debido a la saturación de sus mercados internos, y a su vez, para satisfacer las necesidades internacionales de sus clientes nacionales. Existe una relación muy minúscula entre exportaciones e importaciones de un país, por lo que, se debe de estar alerta a la diferencia resultante entre lo que se exporta y se importa. (Appleyard y Field, 2003).

Cuando las exportaciones son mayores a las importaciones se dice que un país tiene un superávit, sin embargo, cuando sucede justamente lo contrario, el país tiene un déficit comercial. A este fenómeno se le conoce como balanza comercial por lo que a su nombre se refiere es recomendable mantener un equilibrio entre las exportaciones e importaciones de un país.

La forma más sencilla de operar en un mercado extranjero es exportar, esto puede hacerse directamente a los consumidores por medio de portales en internet o bien por medio de intermediarios o a través de las sucursales de venta de la compañía ubicadas en países extranjeros, o con la contratación o participación de una empresa de riesgo compartido.

Las exportaciones y las importaciones se sustentan en un mercado conformado por bloques comerciales, por lo que bloque comercial es una organización internacional que agrupa a un conjunto de países con el propósito de obtener beneficios mutuos en el comercio internacional y en general (Fischer y Espejo, 2005).

El plan de exportación es una herramienta empresarial muy útil que permite realizar una evaluación objetiva y detallada acerca del producto que deseamos exportar. Después se debe medir y evaluar las oportunidades que ofrecen los mercados, seleccionando aquellos en donde se considera que será más conveniente en el corto plazo, pero sin descuidar el mediano y largo plazo (Stanton, 2007).

El contenido de un plan de exportación debe incluir:

- Un análisis del producto o servicio.
- Describir la estructura de la industria.
- Competencia y demanda.
- Identificar y evaluar mercados meta.
- Establecer métodos de distribución.
- Términos y condiciones para la exportación.

El plan de exportación permite analizar la capacidad de producción necesaria para atender los volúmenes comprometidos, vigilar que se cumplan con las especificaciones técnicas y características requeridas del producto, además de considerar contratos internacionales que delimiten derechos y obligaciones claramente (Pugel, 2004).

Las generalidades de las exportaciones por destino se dividen en tres grandes grupos:

- Bienes de capital.
- Bienes de consumo.
- Materias primas.

Para el año 2012, los bienes de capital representaron el 17.48% del total de las exportaciones, los bienes de consumo el 47.53% y las materias primas el 34.98%. Para el año 2017 estas cifras representaron un 18.70%, 43.45% y 37.85% respectivamente como se muestra en la tabla 3. Se puede destacar que los bienes de consumo representan el mayor porcentaje de las exportaciones por destino con un promedio 42.80% anualmente del total de las exportaciones.

Tabla 3. Porcentaje representativo de cada destino económico período 2012-2017

<b>Destino Económico</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Bienes de capital	17.48%	16.07%	17.05%	18.16%	18.77%	18.70%
Bienes de consumo	47.53%	40.09%	38.32%	44.76%	42.66%	43.45%
Materias primas	34.98%	43.83%	44.64%	37.07%	38.57%	37.85%
N/D	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Elaboración propia.

Los bienes de capital han mostrado un crecimiento constante durante el período 2012-2017. Para el 2013 mostraron un crecimiento de 1.40% con respecto al 2012; para el 2014 mostraron un crecimiento de 13.46% respecto al 2013; y para los años restantes del periodo, un crecimiento del 4.45%, 8.54% y 0.68% sucesivamente como muestra la tabla 4. Sin embargo, se puede resaltar que los bienes de consumo y materias primas no han mostrado el mismo crecimiento constante. Aunque las cifras de crecimiento de estos destinos hayan mostrado, en algunos casos, valores negativos en el periodo 2012-2017, las exportaciones en sentido general mostraron un crecimiento de un 22.73% en dicho periodo.

Tabla 4. Crecimiento en porcentaje de las exportaciones por destino período 2012-2017

<b>Destino Económico</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Bienes de capital	1.40%	13.46%	4.45%	8.54%	0.68%
Bienes de consumo	-6.99%	2.25%	14.53%	0.11%	2.88%
Materias primas	38.18%	8.95%	18.59%	9.28%	-0.87%
N/D	-98.25	-100%	0.00%	0.00%	0.00%
<b>Total</b>	<b>10.28%</b>	<b>6.99%</b>	<b>-1.97%</b>	<b>5.04%</b>	<b>1.02%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que dentro de los bienes de consumo se encuentra el tabaco. Este representó el 12.74%, 16.74%, 17.48, 17.45, 18.47% y 19.72% respectivamente desde el 2012 hasta el 2017 del total de los bienes de consumo para ese periodo. Si se expande esta estadística y se lleva a un plano general de las exportaciones en su totalidad, es clara la importancia del tabaco en las exportaciones, ya que representó 6.06%, 6.71%, 6.70%, 7.81%,

7.88% y 8.57% respectivamente desde el 2012 hasta el 2017 como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. Representación del tabaco respecto a las exportaciones en general

<b>Año</b>	<b>Total Exportado Millones US\$</b>	<b>Exportación Tabaco Millones US\$</b>	<b>Representación Tabaco %</b>
2012	7,195.71	435.74	6.06%
2013	7,935.55	532.56	6.71%
2014	8,489.90	568.55	6.70%
2015	8,322.49	649.94	7.81%
2016	8,742.01	688.98	7.88%
2017	8,831.18	756.49	8.57%

Fuente: Elaboración propia.

Se puede notar que para el periodo del 2013 al 2014 hubo un ligero decrecimiento de las exportaciones de tabaco con respecto a la totalidad de las exportaciones. Dentro de las diversas causas que se le pueden atribuir se encuentra las fluctuaciones del mercado cambiario como una posibilidad.

Como se muestra en la tabla 6, y con datos tomados del Banco Central de la República Dominicana para dicho periodo, el peso dominicano sufrió una depreciación con respecto al dólar de un 4.18% para la compra y de un 4.19% para la venta. Más adelante en esta investigación, se determinará si esta fue la razón de dicho decrecimiento.

Tabla 6. Exportaciones generales y del tabaco en millones de dólares vs mercado cambiario

<b>Descripción</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Exportaciones (millones US\$)	7,195.71	7,935.55	8,489.90	8,322.49	8,742.01	8,831.18
Tabaco y sucedáneo (millones US\$)	435.74	532.56	568.55	649.94	688.98	756.49
Compra del Dólar (RD\$ / 1 US\$)	39.2361	41.7058	43.4493	44.9411	45.9884	47.4376
Venta del Dólar (RD\$ / 1 US\$)	39.3205	41.8069	43.5577	45.0533	46.0765	47.5368

Fuente: Elaboración propia.

## METODOLOGÍA

La investigación es documental, descriptiva, correlacional, exploratoria y explicativa.

Según Ander (2010: 114), "la investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer diferencias, etapas, relaciones, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio". También, la investigación es de campo, porque se desarrolló en el lugar de los hechos, es decir, en la ciudad de Santiago.

Esta investigación se realizará siguiendo el método deductivo, puesto que, partirá del hecho de la incidencia de las fluctuaciones del mercado cambiario en las exportaciones del sector de tabaco en la provincia de Santiago de los Caballeros, durante el período 2012-2017.

La principal técnica utilizada en este estudio es la encuesta, que será aplicada a los productores o procesadores de tabaco en la ciudad de Santiago, siendo el instrumento básico el cuestionario diseñado con preguntas claras y precisas conforme a los objetivos establecidos en este estudio. El universo o población objeto de este trabajo de investigación está compuesto por el personal exportador de tabaco en la provincia de Santiago. Se seleccionaron 43 pequeñas y medianas empresas exportadoras. Dado que la población es considerablemente baja y la diferencia entre la población y la muestra es mínima en este caso, los autores han decidido aplicar el instrumento de investigación a la totalidad de la población: 43.

## PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Sobre la estabilidad del mercado cambiario, el 72.09% está en desacuerdo respecto a que el mercado cambiario se comporta de manera estable (tabla 7). Este resultado indica que la mayoría de los encuestados considera que el mercado cambiario no es estable.

Tabla 7. Estabilidad del mercado cambiario

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Totalmente de acuerdo	6	13,95%
De acuerdo	6	13,95%
Indeciso	0	0,00%
En desacuerdo	31	72,09%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Sobre si es adecuado el manejo de la política cambiaria por parte del Banco Central en la República Dominicana, el 72.09% pertenece a la opción en desacuerdo (tabla 8), es decir, se manifiesta que la mayor parte de los encuestados están en desacuerdo con el manejo de la política fiscal por parte del Banco Central.

Tabla 8. Manejo de la política cambiaria por parte del Banco Central en la República Dominicana

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Totalmente de acuerdo	6	13,95%
De acuerdo	6	13,95%
Indeciso	0	0,00%
En desacuerdo	31	72,09%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 9 se presentan los datos sobre los cambios más significativos en el mercado cambiario. Así, el 93.02% responde al primer trimestre. Este resultado se corresponde con la realidad, ya que, de acuerdo con los datos del Banco Central, el primer trimestre del año presenta los cambios más significativos en el mercado cambiario.

Tabla 9. Periodo del año en el que normalmente se presentan los cambios más significativos en el mercado cambiario

Opciones	Frecuencias	Porcientos
1er. Trimestre	40	93,02%
2do. Trimestre	3	6,98%
3er. Trimestre	0	0,00%
4to. Trimestre	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

En relación con las razones de la fluctuación del mercado cambiario, el 74.42% concierne a la disminución en la reserva y el 25.58% al acaparamiento de divisas (tabla 10).

Tabla 10. Razones que generan fluctuaciones en el mercado cambiario

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Especulación	0	0,00%
Desconfianza	0	0,00%
Disminución en la reserva	32	74,42%
Acaparamientos de divisas	11	25,58%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Sobre cuáles factores inciden en las fluctuaciones del mercado cambiario dominicano, el 76.74% pertenece a la devaluación (tabla 11).

Tabla 11. Factores que inciden en las fluctuaciones del mercado cambiario dominicano

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Mayor demanda	2	4,65%
Dinámica comercial	2	4,65%
Crecimiento de la economía	0	0,00%
Presión de los sectores	6	13,95%
Especulación	0	0,00%
Escases dirigida	0	0,00%
Devaluación	33	76,74%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Sobre cuáles son los efectos que ha tenido el mercado cambiario en las exportaciones de tabaco y sus derivados, el 83.72% corresponde a la disminución en los beneficios y el 16.28% la inestabilidad de la economía (tabla 12).

Tabla 12. Efectos del mercado cambiario en las exportaciones de tabaco y sus derivados

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Inestabilidad de la economía	7	16,28%
Inflación en el sector	0	0,00%
Acaparamiento	0	0,00%
Disminución en los beneficios	36	83,72%
Dificultades para adquirir divisas	0	0,00%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Sobre a cuáles de los mercados exportan, el 53.49% exportan a los Estados Unidos, el 25.58% a Europa, el 6.98% a Asia, Centro América y Oceanía. Se pone de manifiesto, que la mayoría de los encuestados exporta a Estados Unidos y a Europa (tabla 13). En relación con las condiciones que tienen los exportadores de tabaco para el manejo de las divisas en el país, el 76.74% muestra las exenciones fiscales, el 11.63% corresponde al financiamiento con tasas más bajas y el 11.63% a los incentivos (tabla 14). Sobre qué tipo de apoyo reciben los exportadores cuando se presentan fluctuaciones al alza en el mercado cambiario, el 67.44% responde a ningún apoyo, el 20.93% a las exenciones y el 11.63% al financiamiento con tasas más bajas al mercado (tabla 15).

Tabla 13. Mercado destino de las exportaciones de tabaco dominicano y sus derivados

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Estados Unidos	23	53,49%
Europa	11	25,58%
Asia	3	6,98%
Centro América	3	6,98%
América del Sur	0	0,00%
África	0	0,00%
Oceanía	3	6,98%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14. Condiciones para el manejo de divisas que poseen las exportaciones

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Exenciones fiscales	33	76,74%
Facilidad para el cambio de divisas	0	0,00%
Incentivos	5	11,63%
Financiamiento con tasas más bajas al mercado	5	11,63%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15. Apoyo que reciben los exportadores cuando se presentan fluctuaciones al alza en el mercado cambiario

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Financiamiento con tasas más bajas al mercado	5	11,63%
Exenciones	9	20,93%
Facilidad de conversión	0	0,00%
Asesorías	0	0,00%
Ningún apoyo	29	67,44%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Sobre qué tiempo tienen exportando tabaco, el 79.07% llevan más de 15 años, el 13.95% de 11 a 15 años y el 6.98% de 6 a 10 años. Se evidencia que el mayor porcentaje tiene más de 15 años exportando. Esto quiere decir que la mayoría de los exportadores de Santiago tienen mucha experiencia en el sector tabaco. Estas informaciones se observan en la tabla número 16 de este apartado.



Tabla 16. Tiempo que tienen los exportadores de tabaco operando

Opciones	Frecuencias	Porcientos
Menos de 5 años	0	0,00%
De 6 a 10 años	3	6,98%
De 11 a 15 años	6	13,95%
Más de 15 años	34	79,07%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

Analizados los resultados obtenidos durante la investigación referente a la incidencia de las fluctuaciones del mercado cambiario en las exportaciones del sector de tabaco en la provincia Santiago, llegando a las siguientes conclusiones:

- El 72% está en desacuerdo respecto a que el mercado cambiario se comporta de manera estable.
- El 72% de los encuestados están en desacuerdo con el manejo de la política cambiaria por parte del Banco Central.
- Para el 93%, el período del año en el cual normalmente se presentan los cambios más significativos en el mercado cambiario es en el primer trimestre.
- El 74% le atribuye las razones de la fluctuación del mercado cambiario a la disminución en la reserva y el 26% al acaparamiento de divisas.
- El 79% está totalmente de acuerdo en que las fluctuaciones del mercado cambiario inciden en las exportaciones.
- El 67% se ha visto afectado como exportador frecuentemente y el 33% ocasionalmente.
- En este mismo orden, el 86% de los efectos del mercado cambiario corresponde a una disminución en los beneficios.
- El 72% manifestó que sus ventas disminuyen ocasionalmente con un incremento en la tasa del dólar.
- El 86% indicó que raramente aumentan las ventas con una disminución de la tasa del dólar.
- Se planteó la posibilidad que la ligera disminución que experimentaron las exportaciones de tabaco en el 2014 con respecto a las generalidades de las exportaciones se debió a una depreciación del peso dominicano es este período. Esta investigación no encontró datos suficientes que demostraran dicha hipótesis, sin embargo, se puede afirmar que las fluctuaciones del mercado cambiario afectan la economía en general.
- El 100% de los encuestados señalaron que uno de los efectos generados por las fluctuaciones del mercado cambiario es la disminución de los beneficios percibidos.

Con los resultados obtenidos de esta investigación, se concluye que las fluctuaciones del mercado cambiario tienen incidencia en las exportaciones del sector tabaco en el país.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Ander Egg, E. (2010). *Introducción a las Técnicas de Investigación Social*. Buenos Aires, Argentina: Humánitas.

Appleyard, D., & Field, A. (2003). *Economía Internacional*. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Fischer, L., & Espejo Callado, J. (2005). *Mercadotecnia*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill.

González Blanco, R. (2011). *Diferentes teorías del comercio internacional*. Información Comercial Española, Revista de economía (Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Gobierno de España).

Parkin, M. (2011). *Microeconomía*. Ciudad de México, México: Pearson Educación.

Pugel, T. (2004). *Economía Internacional*. Madrid, España: Mc Graw Hill.

Stanton, W. (2007). *Fundamentos de marketing*. Ciudad de México, México: Mc Graw-Hill.

Recibido: 28/04/2019

Revisado: 12/05/2019

Aceptado: 21/07/2019

Sometido a evaluación de pares anónimos

**Citar este artículo como:** Taveras, J.M. (2019). El agroturismo. Un nuevo modelo de diversificación económica en la provincia Valverde, República Dominicana. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 4(4), 50-55.

## **EL AGROTURISMO. UN NUEVO MODELO DE DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA EN LA PROVINCIA VALVERDE, REPÚBLICA DOMINICANA**

**José Manuel Taveras<sup>7</sup>**

Universidad Tecnológica de Santiago

**RESUMEN:** El agroturismo en las últimas décadas es considerado una nueva alternativa económica viable, por el nuevo enfoque que le ha proporcionado al turismo, en el aprovechamiento de la oferta agrícola y pecuaria, permitiendo que las mismas se conviertan en productos aprovechados tanto por los residentes locales como por visitantes. Esta investigación se desarrolló en la provincia Valverde, República Dominicana, con un enfoque o estudio descriptivo no experimental y de campo. Para la obtención de las informaciones se aplicó un cuestionario dirigido a una muestra representativa de la zona, compuesta de personas clave de la comunidad, llegando a la conclusión de que la provincia Valverde, sí cuenta con grandes recursos naturales propios de la zona, que pueden ser una palanca impulsora del agroturismo.

**Palabras clave:** agroturismo, sostenibilidad, desarrollo local, implicación de la comunidad.

**ABSTRACT:** Agrotourism in recent decades is considered a new viable economic alternative, due to the new approach it has provided to tourism, in taking advantage of the agricultural and livestock offer, allowing them to become products used by both local residents and by visitors. This research was carried out in the Valverde province, Dominican Republic, with a non-experimental and field descriptive approach or study. To obtain the information, a questionnaire was applied to a representative sample of the area, composed of key people from the community, concluding that Valverde province does have large natural resources of the area, which can be a driving lever of agrotourism.

**Key words:** agrotourism, sustainability, local development, community involvement.

---

<sup>7</sup> Profesor de la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA), Recinto Mao. Autor para correspondencia: josemanuel.taveras@gmail.com

## **INTRODUCCIÓN**

La puesta en valor de las ofertas agrícolas y pecuarias le ha dado un gran giro a la diversificación económica del turismo en los últimos años. En este sentido, el agroturismo constituye una diversificación de las ofertas agrícolas, que beneficia tanto a los dueños de los emprendimientos o rubros como a la comunidad local que se pone en contacto con turistas.

Esta modalidad turística mantiene vivo los niveles paisajísticos que son propios de la naturaleza, convirtiéndola en un valor que se traduce en beneficios económicos para la comunidad local. Por esa razón y otras, el agroturismo se considera una alternativa económica viable al estar inserto dentro de los principios del turismo sostenible, integrando de forma coherente y armoniosa algunos aspectos entre lo que cabe mencionar, la conservación de los recursos naturales y el patrimonio cultural (Boucher y Reyes, 2007).

Este estudio de investigación persigue como objetivo principal evaluar la potencialidades turísticas de la provincia Valverde, tanto proveniente de la parte agrícola como pecuaria, determinando el nivel valorativo de la comunidad en relación a este nuevo modelo. De esta forma, el agroturismo permitiría desarrollar las ofertas provenientes del sector agrícola y pecuario potencializando un crecimiento económico vertiginoso en la zona, permitiendo que surjan nuevos empleos, aumentando la inversión en diferentes proyectos, tanto de emprendedores locales como extranjeros, trayendo consigo la mejora de las condiciones de vida de la zona.

## **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

En los últimos años, el turismo ha desarrollado nuevas modalidades, debido a la incorporación de modelos turísticos que han permitido diversificar la economía local (Blanco y Rivero, 2010). Las nuevas tendencias del turismo han adquirido una importancia capital, ya que las actividades turísticas se re-direccionan debido a la incorporación de nuevas modalidades que enriquecen el hecho turístico.

El agroturismo representa una nueva alternativa que permite que empiece a nacer en la República Dominicana un nuevo estilo de hacer turismo. Esta moderna forma de ver la agroindustria consiste en aprovechar actividades que actualmente se realizan en nuestro entorno, tales como la agricultura, la ecología, el turismo, la agroindustria. Todos estos elementos mezclados de manera llamativa y eficaz para hacer negocios, hacen que esta nueva modalidad agroturística esté creciendo cada vez más en la República Dominicana. Esto también ha aumentado el interés de los investigadores a realizar estudios relacionados con el agroturismo.

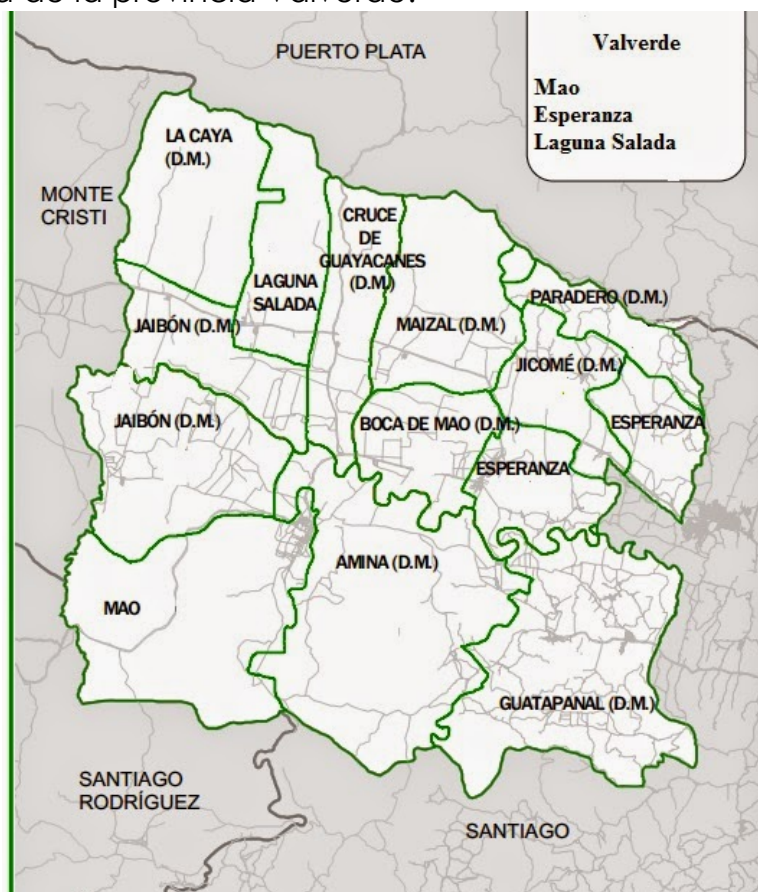
Es importante destacar el gran esfuerzo de los autores que hicieron la propuesta de incorporación del agroturismo a la modalidad de sostenibilidad (Blanco y Rivero, 2010).

## DESCRIPCIÓN DE LA ZONA OBJETO DE ESTUDIO

La provincia Valverde forma parte de la subregión Noroeste de la República Dominicana. Cuenta con una superficie territorial de 809.44 km<sup>2</sup>, y está situada al noroeste del país, limitando al norte con la provincia de Puerto Plata, al sur y este con Santiago y al oeste con Montecristi y Santiago Rodríguez.

Se caracteriza por ser una de las provincias más productivas de la República Dominicana, siendo su actividad económica principal la agricultura, destacándose en la producción de guineo y arroz. Está conformada por tres municipios: Mao, Esperanza y Laguna Salada.

Figura 1. Mapa de la provincia Valverde.



Fuente: Google Imágenes.

En relación a su economía, su principal sostén económico es la agricultura, la ganadería, empresas manufactureras, entre otros medios productivos. En relación al turismo, el desarrollo de las actividades turísticas se ha manejado de forma tímida, ya que no cuenta con grandes infraestructuras,

principalmente de alojamiento que puedan garantizar el desplazamiento de grandes grupos de visitantes.

En estudio reciente hecho por la JIACA sobre el potencial turístico con que cuenta la zona, se determina que la provincia posee grandes atractivos, tanto de índole natural, histórico cultural, entre otros, pero a pesar de estas potencialidades, su subdesarrollo en materia turística, se debe a diferentes factores, entre lo que se destacan la falta de conocimiento para poner en valor sus recursos de parte de la comunidad local, pocas intenciones del gobierno en motivar a la inversión, y una carencia de infraestructuras adecuadas para empujar el desarrollo.

En la actualidad la provincia se ha convertido en una de las principales en materia de exportación bananera, ya que cuenta con grandes rutas de banano. Cuenta con una vegetación exuberante, con un clima muy acogedor, y con una fauna compuesta por variedades de especies que la hace diferente a otras provincias de la Republica Dominicana.

## **METODOLOGÍA**

Esta investigación es clasificada en descriptiva, de campo y transversal (Hurtado, 2008), desarrollada con la intención de evaluar la potencialidad turística de la provincia Valverde, Republica Dominicana, así como los factores económicos, sociales, culturales y medio ambiental, que caracterizan la zona objeto de estudio. De la misma forma se investigó sobre la percepción de los moradores en relación al turismo como actividad económica.

El trabajo de investigación fue desarrollado en la provincia Valverde, con habitantes de la zona. Se les aplicó la encuesta, de 15 ítems, a actores clave involucrados directamente con el sector agroproductor. Se escogió una muestra de forma intencional (Hurtado, 2008), tomando en consideración las orientaciones de los representantes de las asociaciones y otras entidades involucradas con el sector. Se seleccionó una muestra de cuarenta personas.

La metodología de este estudio fue dividida en dos partes, explicada a continuación:

- Primera parte: potencialidad turística de la zona. Se valoraron los atractivos turísticos, con la metodología cuantitativa propuesta por (Cárdenas, 2006), estableciendo una ponderación de los factores: ambientales, turísticos, posterior jerarquización de los atractivos.
- Segunda parte: percepción valorativa de la localidad hacia el desarrollo turístico.

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Partiendo de la aplicación de la encuesta a una muestra selectiva de forma intencional, se obtuvieron los datos siguientes:

- El 55% de la población ve como deficiente las condiciones del turismo en la provincia Valverde, mientras que el 45% considera que va en crecimiento.
- En cuanto al apoyo de la comunidad al desarrollo de proyectos turístico, un 70% se manifestó a favor por considerarlo un generador de empleos y de ingresos adicionales; por el contrario, un 30% se expresó en contra por entender que el turismo provoca desequilibrio y nivel de impacto alterando el estilo de vida de la comunidad.
- No obstante el 80% desconoce de algún plan de desarrollo de parte de los organismos responsables en promover el desarrollo turístico de la zona, lo que pone en evidencia que la tímida participación del turismo se debe a actividades culturales propia de la comunidad.
- Dentro de los aspectos que pueden influir el desarrollo del turismo, los encuestados señalaron la accesibilidad a la zona y la disponibilidad de servicios públicos como favorables, en contraposición a la falta de apoyo gubernamental, y al desconocimiento de los trámites para la solicitud de financiamientos dirigidos a la inversión en este tipo de proyectos.
- Resalta que el 76,66% de los encuestados muestra disposición a recibir capacitación en el área turística, a pesar de mostrarse el 50% a favor y el 50% en contra de invertir en proyectos turísticos propios de la comunidad

## CONCLUSIONES

Por medio del desarrollo de este estudio de investigación realizado en la provincia Valverde de la Republica Dominicana, se pudo determinar que la zona objeto de estudio cuenta con características peculiares propia de la zona que pueden ser aprovechada para el desarrollo de actividades agro turísticas, considerando que tiene muchos recursos excepcionales (bellos paisajes, clima, vegetación, biodiversidad), así como sus interesantes potencialidades culturales (técnicas agrarias, estilo de vida, gastronomía, cultura).

Sus habitantes muestran una valoración positiva hacia un gran número de tradiciones y costumbres, por lo que es factible su incorporación dentro de la oferta turística (productos agrícolas, productos procesados típicos, gastronomía, artesanías, técnicas agrícolas, entre otros elementos culturales). Lo anteriormente dicho, no sólo amplia las actividades y productos a ofertar, sino que permite la incorporación de personas con distintos oficios y conocimientos. Adicionalmente, la ubicación privilegiada de la provincia

Valverde, cercana a diferentes destinos turísticos, es propicia para la creación de un corredor turístico, que potencie al agroturismo como una alternativa válida frente a los destinos de sol y playa, tradicionalmente asociados a la zona.

A pesar de los puntos fuertes y oportunidades que caracterizan la zona de Valverde, no se ha fomentado la actividad turística, ya que mantienen un uso tradicional de cultivo de tierra y de uso pecuario normal, a pesar de que la mayor parte de la población encuestada manifestó interés en apoyar el desarrollo de un proyecto turístico, como una posible fuente de ingresos adicionales.

Haciendo un juicio valorativo de lo mencionado anteriormente, y a manera de conclusión, el origen de esta situación es a raíz del desconocimiento de la comunidad frente al valor potencial que tienen sus recursos, a la falta de organización y a la participación comunitaria, la cual es decisiva para el desarrollo de proyectos turísticos. Así, una comunidad informada y organizada, puede pedirle a las diferentes entidades programas de capacitación para la mejora del desempeño turístico.

## **BIBLIOGRAFIA**

Blanco, M., & Rivero, H. (2010). "El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial". En: D. Rodríguez (Coord.) *Desarrollo de los agros negocios y la agroindustria rural en América Latina y el caribe*.

Boucher, F., & Reyes, J.M. (2011). *Guía metodológica para la activación de sistemas agroalimentarios localizados*. Ciudad de México, México: IICA/CIRAD/REDSIAL.

Cárdenas, F. (2006). *Proyectos turísticos*. Ciudad de México, México: Editorial Trillas.

Hurtado de Barrera, J. (2008). *El proyecto de investigación: comprensión holística de la metodología de la investigación*. Caracas, Venezuela: SYPAL.

*Recibido: 01/08/2019*

*Revisado: 04/09/2019*

*Aceptado: 22/09/2019*

*Sometido a evaluación de pares anónimo*



**Citar este artículo como:** Domínguez Valerio, C.M. (2019). La dimensión económica, social y ambiental del desarrollo sostenible. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 3(3), 56-60.

## LA DIMENSIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

**Cándida María Domínguez Valerio**<sup>8</sup>  
Universidad Tecnológica de Santiago

**RESUMEN:** Existe un gran número de estudios sobre desarrollo sostenible, analizándose multitud de aspectos, tales como el concepto, la evolución, los principios, y las dimensiones socioeconómicas y ambientales. Este estudio busca indagar en los tres principios o dimensiones del desarrollo sostenible: social, económico y medioambiental. Así, estos deben impulsar la creación de empresas, la generación de ingresos y empleos de forma equitativa y homogénea, el incremento del efecto multiplicador derivados de los beneficios de las actividades económicas de la región, la lucha contra la pobreza y la exclusión, la igualdad de derechos, la conservación y el respeto hacia la cultura local, el respeto al medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.

**Palabras clave:** Desarrollo sostenible, sostenibilidad, economía, sociedad, medio ambiente.

**ABSTRACT:** There are a large number of studies on sustainable development, analyzing many aspects, such as the concept, evolution, principles, and socio-economic and environmental dimensions. This study seeks to investigate the three principles or dimensions of sustainable development: social, economic and environmental. Thus, these should promote the creation of companies, the generation of income and jobs in an equitable and homogeneous way, the increase of the multiplier effect derived from the benefits of the economic activities of the region, the fight against poverty and exclusion, equality of rights, conservation and respect for the local culture, respect for the environment and the conservation of natural resources.

**Key words:** Sustainable development, sustainability, economy, society, environment.

---

<sup>8</sup> Cándida a Doctora por la Universidad de Córdoba y profesora de la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA), República Dominicana. Correo electrónico: candidadominguez1@docente.utesa.edu

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible ha evolucionado como un concepto (Prasad, 2019). La Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (WCED) contribuyó de manera significativa al fomento del desarrollo sostenible. El informe de 1987 del WCED, "Nuestro futuro común" (WCED, 1987), establece la definición de desarrollo sostenible como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer a las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Esta se ha convertido en una de las definiciones más utilizadas para referirse al desarrollo sostenible.

El desarrollo sostenible se fundamenta en un planteamiento que está compuesto por tres principios: social, económico y medioambiental (Linnanen y Panapanaan, 2002). Esto significa que un sistema socialmente sostenible debe lograr la equidad distributiva, la adecuada prestación de los servicios sociales, la responsabilidad política, la participación ciudadana o la equidad de género; también, significa que para hablar de sistema económicamente sostenible, se deben producir bienes y servicios de manera continua, manteniendo así los niveles de gobierno y la deuda externa, evitando los desequilibrios sectoriales; por último, también significa que para hablar de un sistema ambientalmente sostenible, debe existir una base de recursos estables, evitando la sobreexplotación de los recursos renovables y el agotamiento de los recursos no renovables. Así, el desarrollo sostenible representa la suma de los comportamientos responsables de todos los *stakeholders* socioeconómicos, ambientales y políticos (Palacios, 2012).

En este artículo se socializa, a modo de indagación, sobre las dimensiones del desarrollo sostenible.

## DESARROLLO

El concepto de desarrollo sostenible surgió en 1987, a partir del Informe Brundtland. Este concepto comenzó a usarse en diferentes campos, como el medioambiente (Mustafa, 2008), el comercio (Kukrety *et al.*, 2013), la economía y las finanzas (Bernard *et al.*, 2013) o el turismo (Oviedo-García *et al.*, 2016).

El concepto de desarrollo sostenible quedó reforzado después de celebrar la Cumbre de Río de Janeiro (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo de 1992), poniéndose énfasis en la ya mencionada idea de la consecución del equilibrio entre los tres principios: económico, social y medioambiental (Moral y Orgaz, 2017). Estos tres principios de la sostenibilidad incorporan una visión a largo plazo en la explotación de los recursos (Amir *et al.*, 2015), a través de políticas y acciones encaminadas a un equilibrio de los

costes, buscando beneficios de índole ambiental y socioeconómico (Hall y Lew, 2009).

El aspecto económico comprende la estimulación de empresas locales a través de la generación de ingresos y de la creación de empleo, incrementando el efecto multiplicador y generando una distribución equitativa y homogénea de los beneficios derivados de las actividades económicas de la región (Bodosca y Diaconescu, 2015; Moral y Orgaz, 2017). En relación con el aspecto medioambiental, este debe fomentar la conciencia de la población referente a la protección ambiental, buscando la conservación de los recursos naturales y de la diversidad biológica en los diferentes ecosistemas de la región (Bodosca y Diaconescu, 2015; Moral y Orgaz, 2017).

Por su parte, el componente social debe fomentar lucha contra la pobreza y la exclusión, promoviendo la igualdad de derechos, así como la búsqueda de la autenticidad de las comunidades anfitrionas, conservando sus tradiciones, valores y activos culturales (Bodosca y Diaconescu, 2015; Moral y Orgaz, 2017). Se debe tener en cuenta que el desarrollo sostenible es aplicable a una región o lugar si se realiza de forma integral, buscando el largo plazo a través de la eficiencia económica, la protección del medioambiente y la equidad social (Rocuts *et al.*, 2009; Orgaz, 2014; Moral y Orgaz, 2017), encontrándose lo anterior sintetizado a través de los modelos integracionales planteados por Lozano (2008), siendo, a su vez, un proceso dinámico que incluye un subsistema económico, social y medioambiental en la región.

Otros autores, como O'connor (2006), señalan que existe un cuarto principio o dimensión, que se encarga de llevar a cabo la regulación de las diferentes relaciones existentes entre los demás principios, en pro de garantizar una coherente toma de decisiones y buscar la sostenibilidad como un fin conjunto. Este principio es el político-institucional, y se construye a través de tratados, acuerdos y otros mecanismos (Moral y Orgaz, 2017).

## **CONCLUSIONES**

Existe un gran número de estudios sobre desarrollo sostenible, analizándose multitud de aspectos, tales como el concepto, la evolución, los principios, y las dimensiones socioeconómicas y ambientales. En estos estudios se plantea que el desarrollo sostenible integra tres dimensiones: económica, social y ambiental.

En este sentido, el aspecto económico debe fomentar la creación de empresas, la generación de ingresos y empleos de forma equitativa y homogénea, y el incremento del efecto multiplicador derivados de los beneficios de las actividades económicas de la región. Por su parte, la

dimensión social debe incentivar la lucha contra la pobreza y la exclusión, promoviendo la igualdad de derechos y la conservación y el respeto hacia la cultura local. Por último, la dimensión ambiental debe asegurar el respecto al medio ambiente y la conservación de los recursos naturales. La educación es un pilar importante para fomentar estas prácticas sostenibles en las personas de un determinado lugar.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Amir, A. F., Ghapar, A. A., Jamal, S. A., & Ahmad, K. N. (2015). Sustainable tourism development: A study on community resilience for rural tourism in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 116-122.

Bernard, F., de Groot, R. S., & Campos, J. J. (2009). Valuation of tropical forest services and mechanisms to finance their conservation and sustainable use: A case study of Tapantí National Park, Costa Rica. *Forest Policy and Economics*, 11(3), 174-183.

Bodosca, S., & Diaconescu, D. M. (2015). Tourism development after the implementation of sustainable strategies in Neamt County. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 230-236.

Hall, C.M., & Lew, A.A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. London, United Kingdom: Routledge.

Kukrety, S., Dwivedi, P., Jose, S., & Alavalapati, J. R. (2013). Stakeholders' perceptions on developing sustainable Red Sanders (*Pterocarpus santalinus* L.) wood trade in Andhra Pradesh, India. *Forest Policy and Economics*, 26, 43-53.

Linnanen, L., & Panapanaan, V. (2002). Roadmapping CSR in Finnish companies. *Helsinki University of Technology*, 2, 27-28.

Lozano, R. (2008). Envisioning sustainability three-dimensionally. *Journal of Cleaner Production*, 16(17), 1838-1846.

Moral Cuadra, S., & Orgaz Agüera, F. (2017). Turismo y desarrollo sostenible: conceptualización, evolución y principios. *TURyDES, Revista de Turismo y Desarrollo*, 22, 1-10.

Mustafa Omer, A. (2008). Energy, environment and sustainable development. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 12(9), 2265-2300.

O'Connor, M. (2006). The "Four Spheres" framework for sustainability. *Ecological complexity*, 3(4), 285-292.

Orgaz Agüera, F. (2014). *Análisis del ecoturismo en República Dominicana: Desarrollo sostenible. El caso del Monumento Natural Saltos de la Damajagua*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla. Tesis Doctoral.

Oviedo-García, M. Á., Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The Mediating roles of the overall perceived value of the ecotourism site and attitudes towards ecotourism in sustainability through the key relationship ecotourism knowledge-ecotourist Satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 203-213.

Palacios Florencio, B. (2012). *El efecto de la percepción de la RC sobre la confianza y lealtad del turista en los establecimientos hoteleros*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla. Tesis Doctoral.

Prasad, M. D. (2019). Relevance of the Sustainable Development Concept for International Space Law: An Analysis. *Space Policy*, 47, 166-174.

Rocuts, A., Jiménez Herrero, L.M., & Navarrete, M. (2009). Interpretaciones visuales de la sostenibilidad: enfoques comparados y presentación de un modelo integral para la toma de decisiones. *Revista Internacional Sostenibilidad, Tecnología y Humanismo*, (4), 1-22.

WCED (1987). *Our common future*. Oxford: World Commission on Environment and Development.

Recibido: 19/08/2019

Revisado: 22/09/2019

Aceptado: 25/09/2019

Sometido a evaluación de pares anónimo