



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Tesis Doctoral

**ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA Y DEL COMPROMISO CON EL ALIVIO DE LA POBREZA
DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS: UNA EVALUACIÓN EMPÍRICA EN EL
SECTOR DE ALOJAMIENTO EN ÁFRICA SUBSAHARIANA**

Francisco Javier Gutiérrez Pérez

2015



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Programa de Nuevas Tendencias Estratégicas en Administración y Dirección de Empresas

Título de la Tesis:

**ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA Y DEL COMPROMISO CON EL ALIVIO DE
LA POBREZA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS:
Una evaluación empírica en el sector de
alojamiento en África subsahariana**

Tesis Doctoral presentada por:

D. FRANCISCO JAVIER GUTIÉRREZ PÉREZ

Dirigida por:

DR. D. DIEGO RAMÓN MEDINA MUÑOZ

DRA. D^a. RITA DOLORES MEDINA MUÑOZ

El Director,

La Directora,

El Doctorando,

Las Palmas de Gran Canaria, noviembre de 2015



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Programa de Nuevas Tendencias Estratégicas en Administración y Dirección de Empresas

TESIS DOCTORAL

ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA Y DEL COMPROMISO CON EL ALIVIO DE
LA POBREZA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS:

Una evaluación empírica en el sector de
alojamiento en África subsahariana

Francisco Javier Gutiérrez Pérez

2015

A Laura y Dani

“Erradicar la pobreza no es un acto de caridad, es un acto de justicia”

Nelson Mandela (1918-2013)

abogado y político sudafricano

La realización de esta tesis doctoral nace del reto que me marqué hace varios años con el fin de progresar hacia nuevos horizontes profesionales, en busca de nuevos estímulos para desarrollar mis capacidades y contribuir, en la medida de lo posible, a mejorar nuestra sociedad.

El camino para alcanzar este reto ha resultado duro, largo, intenso y lleno de incertidumbre, pero también enormemente gratificante ya que me ha permitido confirmar mi pasión por la investigación.

Obviamente, este camino es imposible haberlo recorrido sólo, por lo que quisiera expresar mi agradecimiento a las siguientes personas e instituciones:

A mis directores, Diego y Rita, por su total implicación en el diseño y desarrollo de esta tesis, por su generosidad al compartir conmigo su intachable experiencia investigadora, por valorar tan positivamente mi trabajo, por motivarme a dar lo mejor de mí y por gestionar estoicamente mis esporádicos momentos de frustración y ansiedad.

A la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias, por apoyar financieramente la ejecución de la presente tesis en un contexto de crisis económica.

A mis compañeros de Departamento y, en especial, a Ángel Gutiérrez, Antonia García, Josefa Santana, Inmaculada García, Margarita Fernández, Javier Suárez y Celso Naranjo, por facilitarme los medios materiales necesarios para desarrollar mi trabajo y por sus continuos consejos y ánimos para no desistir.

A mis compañeros del Grupo de Investigación Management, por su cálida acogida y por el reconocimiento a mi trabajo.

Al personal de la Biblioteca Universitaria de la ULPGC y, especialmente, a Ana Alegría, por atender diligentemente todas mis peticiones de referencias bibliográficas.

A los traductores Susan Devesa y José Carlos Marrero, cuya labor ha permitido cumplir con el nivel de exigencia de las revistas académicas internacionales que están difundiendo los contenidos de este trabajo.

A los expertos de la UNCTAD que han participado de forma desinteresada en el desarrollo de esta investigación, aportando un salto cualitativo a la misma mediante su asesoramiento y colaboración.

A todas las empresas turísticas de África que han formado parte de este estudio y, principalmente, a sus directivos o propietarios, por el interés mostrado en compartir su opinión y experiencia.

Al equipo de Codexca y, en especial, a sus directores Octavio Mederos y Sebastián Peñate, por darme la oportunidad de trabajar durante más de diez años en numerosos proyectos en el ámbito del turismo y la cooperación para el desarrollo y por facilitarme el poder compatibilizar mi trabajo como consultor con mi formación académica.

A mis compañeros cofundadores de la Asociación de Investigadores de Las Palmas (Invopa) y, particularmente, a Elena Carretón, por compartir experiencias, recursos e ilusiones por divulgar y dignificar el papel de los investigadores canarios.

A mis amigos, Jose, Ale y Ono por el apoyo moral y por esos “viernes chico” tan regeneradores.

A mis padres, por inculcarme que todo sacrificio tiene su recompensa, y a mi familia en general, por sus continuos ánimos.

A mis hijos, Laura y Dani, por ser un estímulo constante, por hacerme sentir cada día más orgulloso de ser padre y por hacerme disfrutar de la vida con nuevos ojos.

Y, sobre todo, a mi mujer, María, por su apoyo incondicional, por su infinita paciencia, por creer al 200% en mí, por ser su inmenso corazón y por iluminarme el camino para conseguir mis sueños, venciendo juntos cualquier obstáculo.

ÍNDICE

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1. LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL ALIVIO DE LA POBREZA	11
1.1. CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA POBREZA Y EL TURISMO	13
1.1.1. La pobreza y acciones para el alivio de la pobreza.....	13
1.1.2. Turismo y alivio de la pobreza: consideraciones generales	18
1.1.3. Turismo pro-pobre y tipos de turismo alternativos	20
1.2. LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO Y LAS EMPRESAS TURÍSTICAS AL ALIVIO DE LA POBREZA	25
1.2.1. El potencial del turismo y de las empresas turísticas para el alivio de la pobreza.....	25
1.2.2. Impactos del turismo y de las empresas turísticas sobre un destino.....	26
1.2.3. La responsabilidad social corporativa de las empresas turísticas	28
1.3. LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA PREVIA SOBRE LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL ALIVIO DE LA POBREZA.....	30
1.3.1. Metodología aplicada para la revisión de la literatura	30
1.3.2. Ámbito geográfico de la investigación y niveles de análisis.....	32
1.3.3. Contexto turístico de la investigación: productos y mercados turísticos	35
1.3.4. Métodos de estudio	36
1.3.5. Medición de la pobreza	39
1.3.6. Evidencias sobre la contribución del turismo al alivio de la pobreza.....	42
1.4. LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA PREVIA SOBRE LA CONTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS AL ALIVIO DE LA POBREZA	50
1.4.1. Metodología aplicada para la revisión de la literatura	50
1.4.2. Ámbito geográfico y contexto turístico de la investigación	52
1.4.3. Métodos de estudio	53
1.4.4. Evidencias sobre la contribución de las organizaciones turísticas al alivio de la pobreza.....	56
1.5. ANTECEDENTES Y BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y DEL COMPROMISO CON EL ALIVIO DE LA POBREZA	64
1.5.1. Asociación entre RSC y compromiso con el alivio de la pobreza.....	64
1.5.2. Antecedentes de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza.....	66
1.5.3. Beneficios de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza.....	71
1.5.4. Propuesta de un modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza.....	73

CAPÍTULO 2. DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	77
2.1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	79
2.1.1. La pobreza en África subsahariana	81
2.1.2. La economía y el turismo en África subsahariana.....	88
2.1.3. La oferta de alojamiento turístico en África subsahariana	91
2.2. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO Y UNIDAD DE ANÁLISIS	95
2.3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	103
2.4. PROCESO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	106
2.4.1. Selección de los ítems y escalas	106
2.4.2. Organización del trabajo de campo	114
2.4.3. Técnicas de análisis de la información	117
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE RESULTADOS	119
3.1. PERFIL DE LOS ENCUESTADOS	121
3.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.....	122
3.3. ORGANIZACIÓN Y PROPÓSITOS DE LA ACTIVIDAD DE RSC.....	127
3.4. ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA RSC.....	129
3.5. ANÁLISIS DE LA DIMENSIONALIDAD Y VALIDEZ DE LAS ESCALAS DE MEDIDA	131
3.5.1. RSC voluntaria: responsabilidad ética y responsabilidad discrecional	132
3.5.2. Compromiso con el alivio de la pobreza.....	134
3.5.3. Resultados de la actividad empresarial.....	138
3.6. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS CONSTRUCTOS Y DIMENSIONES	140
3.7. CONTRASTE DE HIPÓTESIS.....	143
3.7.1. Influencia de las características de los establecimientos de alojamiento en la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	143
3.7.2. Influencia del entorno de los establecimientos de alojamiento en la RSC y el compromiso con el alivio con la pobreza	154
3.7.3. Influencia de la RSC en el compromiso con el alivio de la pobreza	158
3.7.4. Influencia de la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza en los resultados empresariales	169
3.8. PROPUESTA DE UN MODELO SOBRE LOS ANTECEDENTES Y LAS CONSECUENCIAS DE LA RSC Y DEL COMPROMISO CON EL ALIVIO DE LA POBREZA	175
CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	183
BIBLIOGRAFÍA	201
ANEXOS	217
ANEXO 1. ESTABLECIMIENTOS ALOJATIVOS DE GRUPOS HOTELEROS GLOBALES Y REGIONALES EN ÁFRICA SUBSAHARIANA, 2015	219
ANEXO 2. MODELO DE CUESTIONARIO (ON-LINE).....	225
ANEXO 3. MODELOS DE CORREO ELECTRÓNICO A MANAGERS Y DIRECTIVOS	245

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1-1: Pobreza extrema en el mundo según región, 1990-2011 y proyecciones a 2030 ...	15
Tabla 1-2: Ámbito geográfico, ámbito turístico y contexto turístico de la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza.	33
Tabla 1-3: Niveles de análisis adoptados por la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza.....	35
Tabla 1-4: Métodos de estudio adoptados por la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza: fuentes de información y tipos de análisis.	36
Tabla 1-5: Enfoques para la medición de la pobreza adoptados por la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza.	40
Tabla 1-6: Categorías de impactos del turismo en el alivio de la pobreza según la investigación empírica previa.	43
Tabla 1-7: Ámbito geográfico y ámbito turístico de la investigación empírica previa sobre el impacto de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza.....	53
Tabla 1-8: Métodos de estudio adoptados por la investigación empírica previa sobre el impacto de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza.....	55
Tabla 1-9: Categorías de impactos de las organizaciones turísticas sobre la pobreza en el alivio de la pobreza según la investigación empírica previa.....	57
Tabla 2-1: Países de África subsahariana.	80
Tabla 2-2: Clasificación de los países de África subsahariana según el IDH (2013).....	87
Tabla 2-3: Crecimiento del PIB real a nivel mundial según regiones, 2004-2016.....	89
Tabla 2-4: Indicadores clave del sector turístico de África Subsahariana.	90
Tabla 2-5: Capacidad de alojamiento turístico de los destinos de África subsahariana	92
Tabla 2-6: Principales destinos de África subsahariana según número de habitaciones hoteleras.....	93
Tabla 2-7: Grupos hoteleros globales y regionales en África subsahariana según país.	94
Tabla 2-8: Países de África subsahariana según nivel de desarrollo turístico y renta, 2013 ...	96
Tabla 2-9: Establecimientos de alojamiento turístico seleccionados para la investigación empírica.	100
Tabla 2-10: Ficha técnica de la investigación.	102
Tabla 2-11: Escalas de medición de las dimensiones de la RSC: responsabilidad ética y responsabilidad discrecional.....	110
Tabla 2-12: Escala de medición de los propósitos de la RSC.	111
Tabla 2-13: Escala de medición de la transferencia de conocimiento con otras organizaciones.	112
Tabla 2-14: Escalas de medición del compromiso con el alivio de la pobreza en general, económica, social y ambiental.	113

Tabla 2-15:	Escala de medición de los resultados de la actividad empresarial del alojamiento turístico.	114
Tabla 3-1:	Perfil sociodemográfico de las personas encuestadas	122
Tabla 3-2:	Tipos de establecimiento de alojamiento turístico	123
Tabla 3-3:	Vinculación a una cadena de establecimientos de alojamiento	123
Tabla 3-4:	Propiedad del establecimiento de alojamiento	124
Tabla 3-5:	País en el que opera el establecimiento de alojamiento	124
Tabla 3-6:	Tipos de zona turística según la localización del establecimiento de alojamiento	125
Tabla 3-7:	Nivel de pobreza en la zona en la que está ubicado el establecimiento de alojamiento	125
Tabla 3-8:	Categoría del establecimiento de alojamiento en función del precio	126
Tabla 3-9:	Tamaño del establecimiento de alojamiento en función del número de empleados.....	126
Tabla 3-10:	Tipo de turismo que mejor describe la motivación de los clientes del establecimiento de alojamiento turístico	127
Tabla 3-11:	Tipo de clientela principal del establecimiento de alojamiento turístico atendiendo a su procedencia geográfica	127
Tabla 3-12:	Organización y proactividad en la acción de RSC	128
Tabla 3-13:	Propósitos de la RSC	129
Tabla 3-14:	Regulación nacional sobre RSC y transferencia de conocimiento con otras organizaciones.....	130
Tabla 3-15:	Ítems definitivos de la escala “RSC voluntaria”	132
Tabla 3-16:	Análisis factorial confirmatorio de la escala “RSC voluntaria”.....	133
Tabla 3-17:	Análisis factorial exploratorio de la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza”.....	134
Tabla 3-18:	Ítems definitivos de la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza”.....	136
Tabla 3-19:	Análisis factorial confirmatorio de la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza”.....	138
Tabla 3-20:	Ítems definitivos de la escala “Resultados de la actividad empresarial”.....	139
Tabla 3-21:	Análisis factorial confirmatorio de la escala “Resultados de la actividad empresarial”	140
Tabla 3-22:	Análisis descriptivo de las dimensiones relativas a la RSC voluntaria	141
Tabla 3-23:	Análisis descriptivo de las dimensiones relativas al compromiso con el alivio de la pobreza	142
Tabla 3-24:	Análisis descriptivo de las dimensiones relativas a los resultados de la actividad empresarial.....	143
Tabla 3-25:	Influencia del tipo de establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza.....	144
Tabla 3-26:	Influencia del tamaño del establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	145

Tabla 3-27:	Influencia de la vinculación a una cadena en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	146
Tabla 3-28:	Influencia del tipo de vinculación a una cadena en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	147
Tabla 3-29:	Influencia del tipo de propiedad en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza.....	148
Tabla 3-30:	Influencia de la categoría del establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	149
Tabla 3-31:	Influencia del país de localización del establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	150
Tabla 3-32:	Influencia del tipo de zona turística en la que está localizado el establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	151
Tabla 3-33:	Influencia del tipo de turismo en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	152
Tabla 3-34:	Influencia de la procedencia geográfica de los turistas en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	154
Tabla 3-35:	Influencia del nivel de pobreza en la zona donde está ubicado el establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	155
Tabla 3-36:	Influencia de la transferencia de conocimiento con otras organizaciones en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza.....	156
Tabla 3-37:	Influencia de la regulación nacional sobre RSC en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza	158
Tabla 3-38:	Niveles de correlación entre las dimensiones de la RSC y las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza	159
Tabla 3-39:	Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social.....	162
Tabla 3-40:	Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación.....	164
Tabla 3-41:	Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local	166
Tabla 3-42:	Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con el alivio de la pobreza económica local.....	168
Tabla 3-43:	Niveles de correlación entre los tipos de resultados de la actividad empresarial y las dimensiones de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza	169
Tabla 3-44:	Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar los resultados financieros de la actividad empresarial	171
Tabla 3-45:	Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar los resultados estratégicos de la actividad empresarial.....	174
Tabla 4-1:	Resumen de resultados sobre las hipótesis.....	192

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1-1: Publicaciones previas sobre turismo y alivio de la pobreza, así como publicaciones empíricas previas sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza, por año, enero 1999-julio 2014.....	32
Figura 1-2: Publicaciones previas en revistas académicas sobre turismo y alivio de la pobreza, así como publicaciones empíricas previas sobre los impactos de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza, por año, enero 1999-julio 2014.	51
Figura 1-3: Modelo teórico propuesto sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza.	75
Figura 2-1: Mapa de África, con agrupación de los países en función de su posición geográfica y pertenencia a África subsahariana.	79
Figura 2-2: Evolución de la pobreza extrema a nivel mundial.....	82
Figura 2-3: Evolución de la tasa de pobreza extrema según regiones. 1990-2030	83
Figura 2-4: Países con más del 40% de la población en situación de pobreza extrema.....	85
Figura 2-5: Proceso de selección de la muestra de establecimientos alojativos turísticos de África subsahariana.	101
Figura 3-1: Resultados del modelo PATH sobre los antecedentes y consecuencias del compromiso con el alivio de la pobreza	176

INTRODUCCIÓN

Pese a los múltiples esfuerzos realizados en las últimas décadas por la comunidad internacional, el alivio de la pobreza sigue presentándose como uno de los principales desafíos de nuestra época y, en consecuencia, constituye el eje central de la actual política internacional de desarrollo (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos -OCDE-, 2008, 2015; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-, 2014; Banco Mundial, 2015a; Naciones Unidas, 2014).

Los exiguos avances alcanzados a nivel general con las diferentes estrategias empleadas en las últimas décadas para el alivio de la pobreza (*e.g.*, planificación del desarrollo, programas y proyectos de ayuda al desarrollo, ayudas económicas, préstamos y ajustes estructurales), quedan patentes, por ejemplo, al comprobar que el número de países clasificados por Naciones Unidas dentro de la categoría de países menos adelantados -PMA- (por su reducido PIB per cápita, escasez de recursos humanos y alta vulnerabilidad económica), ha aumentado progresivamente desde los 25 países cifrados en 1972 hasta alcanzar los 49 en 2014 (Scheyvens, 2007; Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo -UNCTAD, por sus siglas en inglés-, 2014).

Fruto del carácter multidimensional de este fenómeno y tomando como referencia el enfoque de las capacidades de Amartya Sen (1999), puede entenderse el alivio de la pobreza como el proceso que tiene por objeto reducir la pobreza tanto económica (la falta de ingresos) como no económica (la privación de las capacidades, posibilidades, y derechos básicos para el desarrollo humano) (Sultana, 2002; Spenceley y Goodwin, 2007; Zhao y Ritchie, 2007). Este enfoque es el más común entre la reciente literatura académica y profesional, como es el caso del Índice de Pobreza Humana (IPH) definido por el PNUD, que mide las dimensiones más básicas en las que se manifiestan las privaciones de un ser humano: una corta esperanza de vida, la falta de una educación básica y la falta de acceso a los recursos públicos y privados (PNUD, 2010).

Sin embargo, el alivio de la pobreza sigue siendo objeto de un intenso debate en el ámbito de las ciencias sociales, no sólo en torno a la necesidad de consensuar un concepto generalmente aceptado (*e.g.*, se utilizan de forma análoga términos dispares como alivio, erradicación, reducción o lucha contra la pobreza para referirse al mismo fenómeno), sino también sobre la apremiante concreción de fórmulas más eficaces e innovadoras para medir la pobreza (Babalola y Ajekigbe, 2007). En este sentido, el método más extendido, y no exento de críticas, para medir la pobreza es el planteado

por el Banco Mundial, que define la pobreza extrema como la línea de ingresos por debajo de 1,25 dólar estadounidense -USD- por persona y día (Mitchell, 2012), aunque no existe un consenso sobre las dimensiones (*i.e.*, indicadores económicos y no económicos) para medir la pobreza ni en los valores adecuados que deben alcanzarse. Este hecho confirma la falta de marco teórico sólido que permita progresar en la búsqueda de nuevas alternativas para aliviar la pobreza (Bowden, 2005).

A este respecto, en la literatura académica de las últimas décadas son múltiples y numerosos los estudios que analizan el potencial del turismo como herramienta para aliviar la pobreza (Holden, Sonne y Novelli, 2011). De esta forma, un número cada vez más amplio de investigadores, profesionales y organismos internacionales, tales como la Organización Mundial del Turismo -OMT-, coincide en considerar al turismo como un catalizador para el crecimiento económico y un medio eficaz para el alivio de la pobreza (Scheyvens, 2007; Spenceley y Goodwin, 2007; Blake, Arbache, Sinclair y Teles, 2008; Croes y Vanegas, 2008; Novelli y Hellwig, 2011). Existe la creencia general de que el turismo, como uno de los mayores sectores económicos a nivel mundial, podría e incluso debería desempeñar un papel más activo en el alivio de la pobreza (Scheyvens, 2007; Zhao y Ritchie, 2007).

El potencial del turismo para reducir la pobreza radica en su importancia para los PMA, al ser un sector económico significativo o creciente en la mayoría de los países con altos niveles de pobreza (Scheyvens, 2007). De manera implícita, este enfoque plantea que el crecimiento económico reduce la pobreza y que, dada la capacidad del turismo y de las empresas turísticas para generar crecimiento, también pueden contribuir al alivio de la pobreza (Croes y Vanegas, 2008). Sin embargo, otros enfoques señalan que no deben crearse falsas expectativas sobre el hecho de que el crecimiento económico en términos de desarrollo turístico alivie necesariamente la pobreza (Spenceley y Goodwin, 2007; Croes y Vanegas, 2008).

En el debate internacional sobre los métodos más adecuados para aliviar la pobreza, también se encuentran recientes argumentos a favor de la contribución potencial de las empresas y, en especial, las compañías multinacionales, si bien se mantienen las dudas y críticas sobre la eficacia real de dicha contribución (Kolk, Van Tulder y Westdijk, 2006).

Tomando en consideración todo lo anteriormente expuesto, la primera cuestión de investigación que se plantea es la siguiente:

¿En qué medida y de qué forma está contribuyendo el turismo y, especialmente, las empresas turísticas al alivio de la pobreza de un destino?

En un intento preliminar de dar respuesta a este interrogante, cabe destacar que la literatura sobre la relación entre turismo y alivio de la pobreza ha experimentado una importante evolución en las últimas décadas (Scheyvens, 2007; Blake, 2008; Koutra, 2010; Holden et al., 2011), si bien presenta un escaso énfasis en explicar y medir el impacto real del desarrollo del turismo y, más concretamente, de las empresas turísticas en el alivio de la pobreza (Ashley, Boyd y Goodwin, 2000; Zhao y Ritchie, 2007).

Las estadísticas oficiales en algunos de los PMA sugieren que el crecimiento económico, en términos de desarrollo turístico, no necesariamente reduce la pobreza (Scheyvens, 2007; Blake et al, 2008). Por ejemplo, Blake (2008) pone de manifiesto que el grado en que los pobres se benefician del desarrollo turístico depende de su participación económica en el sector y de sus ingresos de otras actividades de exportación, ya que los ingresos por turismo internacional podrían dar lugar a una apreciación del tipo de cambio real y, consiguientemente, a reducciones en otras industrias de exportación.

Sobre la base de estas consideraciones, se plantea como primer objetivo de esta investigación el siguiente:

Revisar la investigación empírica sobre la contribución del turismo y las empresas turísticas al alivio de la pobreza, con la intención de analizar y comparar las evidencias disponibles, describir la metodología de investigación que se ha aplicado y proponer recomendaciones para futuras investigaciones empíricas.

Una aproximación preliminar a este ámbito de estudio revela que la evidencia empírica relativa a los impactos del turismo en el alivio de la pobreza es escasa (Croes y Vanegas, 2008; Goodwin, 2008; Mitchell y Ashley, 2010). Siguiendo a Spenceley y Meyer (2012), gran parte de los artículos académicos sobre turismo y el alivio de la pobreza son estudios de casos, sobre todo de las comunidades locales y las experiencias de turismo comunitario, y no tanto sobre regiones y naciones.

Además, la literatura académica en este ámbito es bastante fragmentada y dispersa, reportando resultados sobre cómo diferentes organizaciones turísticas (e.g., empresas turísticas privadas, empresas de turismo comunitario, proyectos de turismo, organizaciones no gubernamentales -ONG-, agencias gubernamentales) afectan a la pobreza en una amplia gama de contextos geográficos y turísticos (e.g., diferentes países, productos turísticos, mercados). En consecuencia, los resultados de la investigación son sólo comparables cuando se refieren a una actividad turística similar y tienen el mismo alcance geográfico.

De hecho, no existe un método consensuado para medir el impacto del turismo en el alivio de la pobreza (Mitchell y Ashley, 2010; Mitchell, 2012), tanto en lo que respecta a las fuentes de información (e.g., estadísticas publicadas por agencias nacionales, entrevistas con habitantes locales...) como sobre las técnicas analíticas a utilizar (e.g., análisis input-output, estudio de caso...). A este respecto, Spenceley y Meyer (2012) sugieren la necesidad de combinar los datos cuantitativos y cualitativos en la medición de la pobreza y los impactos del turismo, así como generar nuevos conocimientos sobre las técnicas analíticas.

No obstante, otro de los debates crecientes dentro del ámbito de estudio analizado versa sobre la eficacia del crecimiento económico y del desarrollo turístico para reducir la pobreza, especialmente en los PMA, en el sentido de que el crecimiento económico no está siendo inclusivo y que el número absoluto de pobres ha aumentado (Springett, 2013; UNCTAD, 2014a). A este respecto, múltiples agencias de desarrollo y gobiernos están adoptando un enfoque de desarrollo sostenible con el propósito de promover un crecimiento económico y un desarrollo turístico más sensibles (OMT, 2002; Springett, 2013). El informe Brundtland define al desarrollo sostenible como el crecimiento que satisface las necesidades económicas, ambientales y sociales del presente y, en particular, las necesidades esenciales de los pobres, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1987:43). Desde entonces, el discurso y la práctica del desarrollo sostenible se han centrado en la conservación del medio ambiente y han prestado poca atención al alivio de la pobreza y otros problemas sociales (Barkemeyer, Holt, Preuss y Tsang, 2014).

En este contexto, la UNCTAD (2014b) ha destacado recientemente que el crecimiento económico es una condición necesaria, pero no suficiente, para el alivio de la pobreza y que el fomento de un crecimiento sostenible inclusivo requeriría la adopción de políticas de inclusión social que ofrezcan a los grupos vulnerables la oportunidad de participar y beneficiarse del crecimiento económico. Por su parte, la OMT (2002) está promoviendo el desarrollo del turismo sostenible y el turismo “pro-pobre” -TPP- (en inglés, *Pro-Poor Tourism*, término acuñado en 1999 por el Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido), como un medio para reducir la pobreza.

Dado que las empresas desempeñan un papel importante en cualquier estrategia de desarrollo, el desarrollo sostenible no puede lograrse sin su apoyo (Vargas, 2000; Barkemeyer et al., 2014). Sin embargo, la cuestión social de alivio de la pobreza no se ha cubierto adecuadamente mediante las prácticas de gestión sostenible y las iniciativas de responsabilidad social corporativa -RSC- de las empresas (Kirchgeorg y Winn, 2006; Barkemeyer et al., 2014).

Sobre la base de lo anteriormente expuesto, la segunda cuestión de investigación que se plantea es la siguiente:

¿Cuál es el impacto del compromiso y las iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa de una empresa turística en el alivio de la pobreza y en los resultados de la propia organización?

Como respuesta a esta cuestión, puede afirmarse que la asistencia a los pobres también se está convirtiendo en una prioridad estratégica para las grandes corporaciones (Prahalad y Hart, 2002; Kirchgeorg y Winn, 2006). A este respecto, las iniciativas de RSC “pro-pobre” pueden influir positivamente en los beneficios financieros (e.g., en términos de reputación, satisfacción de los consumidores, atractivo como empleador, compromiso organizacional de los empleados) (Eweje, 2007; Inoue y Lee, 2011; Garay y Font, 2013).

Dado que gran parte de las empresas turísticas privadas suele conceder poca importancia a las necesidades sociales de un destino, la RSC representa un vehículo útil para incrementar los beneficios del desarrollo turístico para los pobres. Desde este planteamiento, también se alienta a la búsqueda de alianzas pro-pobre entre las

empresas turísticas, los residentes, las organizaciones no gubernamentales y las autoridades locales (Novelli y Hellwig, 2011).

Los pobres siguen siendo percibidos como una oportunidad de mercado significativo para las empresas multinacionales (Prahalad y Hart, 2002; Kirchgeorg y Winn, 2006). En consecuencia, este trabajo sostiene que las empresas turísticas podrían adoptar iniciativas de RSC pro-pobre como un medio tanto para aumentar su contribución al alivio de la pobreza como para desarrollar una ventaja competitiva en su negocio y, por tanto, aumentar sus beneficios financieros.

En definitiva, se hace preciso construir un modelo explicativo que, desde un enfoque de desarrollo sostenible, permita abordar el *gap* de conocimiento que existe sobre el modo en que contribuyen al alivio de la pobreza tanto las iniciativas de RSC de las empresas turísticas como su compromiso en el alivio de la pobreza del entorno en el que operan.

Sobre la base de estas consideraciones, se plantea como segundo objetivo de esta investigación el siguiente:

Proponer un modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC de las empresas turísticas y de su compromiso con el alivio de la pobreza, mediante la aplicación de un enfoque de desarrollo sostenible basado en la RSC y la consideración de los resultados de la revisión de la investigación empírica sobre turismo y alivio de la pobreza.

La consecución de este objetivo permitirá diseñar un modelo teórico que recoja el conjunto de variables explicativas, tanto internas como externas, del desarrollo de las iniciativas de RSC por parte de las empresas turísticas desde un enfoque de desarrollo sostenible. Seguidamente, se tratará de validar empíricamente las relaciones del modelo teórico propuesto tras la revisión de la literatura en la que se establece que, a través de las iniciativas de RSC voluntaria, las empresas turísticas pueden contribuir en mayor medida a aliviar la pobreza del entorno en el que operan. Con la puesta en marcha de estas iniciativas la organización en su conjunto aumentaría su compromiso ético con el alivio de la pobreza, lo que también contribuiría, en último término, a mejorar los propios resultados organizativos (e.g. Eweje, 2007; Inoue y Lee, 2011; Garay y Font, 2013).

La validación de este modelo se llevará a cabo mediante una investigación empírica donde la población objeto queda conformada por empresas de alojamiento turístico, por ser organizaciones que se sitúan a la vanguardia de la industria turística y que presentan un alto compromiso con los destinos donde operan, especialmente con los miembros de las comunidades locales de las cuales se nutren de empleados o proveedores y sobre las cuales dirigen sus iniciativas de RSC o de desarrollo comunitario (Meyer, 2007).

África y, concretamente, la región de África subsahariana se considera como el contexto geográfico idóneo para realizar dicha investigación empírica, por ser la región que presenta los mayores índices de pobreza a nivel mundial a la par que un creciente desarrollo turístico (OMT, 2014; Banco Mundial, 2015a).

En consecuencia, el tercer objetivo de investigación será el siguiente:

Testar el modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC de las empresas turísticas y de su compromiso con el alivio de la pobreza entre establecimientos de alojamiento turístico ubicados en países africanos.

Para alcanzar el conjunto de objetivos formulados, el trabajo realizado se estructura en cuatro capítulos, a los que precede esta sección introductoria en la que se ha planteado, de manera sucinta, el problema de investigación al que se pretende dar respuesta, los objetivos de trabajo y la importancia de la investigación.

El primer capítulo *-La contribución del turismo al alivio de la pobreza-* comienza analizando de forma somera el concepto de pobreza y las distintas acciones para el alivio de la misma. A continuación, se realiza un estudio detallado del papel del turismo en el alivio de la pobreza, con especial énfasis en la contribución del TPP y de las tipologías de turismo alternativo. Posteriormente, se presenta el resultado de una profunda revisión de la literatura existente sobre la contribución al alivio de la pobreza por parte del turismo, considerado en conjunto, así como las evidencias generadas con una segunda revisión literaria donde se incide particularmente en la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza. El capítulo continúa con una tercera revisión literaria, en este caso, sobre los antecedentes y beneficios de la RSC y del compromiso de una organización con el alivio de la pobreza. Por último, y a partir de

la revisión teórica expuesta con anterioridad, se presenta un modelo explicativo de la relación entre las actividades de RSC voluntaria de una empresa turística y su compromiso con el alivio de la pobreza, así como sobre la influencia en ambas variables de las características de la organización y de diversos factores de su entorno, y sobre su efecto final en los resultados organizativos. Este modelo explicativo e integrador constituye la base sobre la que se desarrollarán las hipótesis de la presente investigación.

El segundo capítulo, *-Diseño y metodología de la investigación-*, comienza describiendo la coyuntura actual sobre pobreza y turismo en África subsahariana, justificando la elección del subsector de alojamiento turístico de esta región como contexto en el que se desarrollará esta investigación. Estos aspectos permitirán comprender la importancia estratégica del sector turístico en el desarrollo socioeconómico de África subsahariana y su potencial para contribuir al alivio de la pobreza. Además, tras describir la población y la unidad de análisis objeto de estudio, se presentan los objetivos empíricos de esta investigación, así como un resumen de las hipótesis a contrastar. Finalmente, se procede a detallar el proceso metodológico aplicado para la realización del estudio, describiéndose los ítems, las escalas, el procedimiento de recogida de información y las características de la muestra seleccionada.

En el tercer capítulo *-Análisis de resultados-* se presentan las técnicas adoptadas para analizar los datos y contrastar las hipótesis planteadas en la investigación partiendo del modelo teórico propuesto y de la revisión de la literatura realizada en los capítulos anteriores. Además, se incluye una descripción de las propiedades psicométricas de las escalas de medidas adoptadas en este estudio, con el fin de constatar su validez y fiabilidad. Los resultados se organizan como respuesta a los objetivos empíricos establecidos y muestran, en primer lugar, la relación entre la actividad de RSC y el compromiso organizativo con el alivio de la pobreza. Seguidamente, se analiza la relación entre estas dos variables con las características de las empresas de alojamiento turístico y con diversos factores externos. Por último, se valoran las relaciones entre la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza y los resultados organizativos.

Finalmente, en el cuarto capítulo *-Conclusiones y recomendaciones-*, se presentan las conclusiones más relevantes del estudio realizado, tanto las obtenidas a partir de la revisión teórica presentada en el primer capítulo, como las que se deducen de la

investigación empírica desarrollada para el cumplimiento de los objetivos planteados. Además, se describen las implicaciones académicas y prácticas derivadas del trabajo, así como sus principales limitaciones, proponiendo también algunas recomendaciones para futuras investigaciones que se realicen en este campo.

CAPÍTULO 1. LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL ALIVIO DE LA POBREZA

1.1. CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA POBREZA Y EL TURISMO

1.1.1. La pobreza y acciones para el alivio de la pobreza

Desde el área de las ciencias sociales, son diversos los autores que consideran la pobreza como un problema complejo y multifacético (Spenceley y Goodwin, 2007; Lepper y Goebel, 2010), llegando a convertirse en un término cuya definición universal ha sido objeto de intensos debates en la literatura académica (Babalola y Ajekigbe, 2007). La pobreza, en términos simples, puede definirse como la negación de las oportunidades y opciones más básicas para el desarrollo humano, y se caracteriza por el hambre, la malnutrición, la mala salud, la falta de acceso al agua y el saneamiento, la falta de participación en la educación, la falta de habilidades productivas, la inseguridad y la vulnerabilidad (Bowden, 2005; Banco Mundial, 2013a). Esta amplia gama de características, provoca que las definiciones de pobreza difieran entre las sociedades, las instituciones, las comunidades y los hogares (Spenceley y Goodwin, 2007).

Dado que la pobreza es un concepto multidimensional que aborda no sólo indicadores económicos -e.g., ingreso y consumo-, sino también medidas no económicas -e.g., nivel de vida, exclusión social, acceso a la educación y la sanidad, la dignidad personal, empoderamiento, vulnerabilidad- (Sen, 1999; Sultana, 2002; Spenceley y Goodwin, 2007; Zhao y Ritchie, 2007), no deberían plantearse expectativas poco realistas sobre el hecho de que el crecimiento económico, en términos de desarrollo turístico, alivie necesariamente la pobreza (Spenceley y Goodwin, 2007; Croes y Vanegas, 2008).

En el presente estudio se sostiene que, debido a la complejidad del concepto de pobreza, la comprensión de los impactos del turismo sobre la pobreza supone un desafío, máxime cuando no existe un consenso sobre las dimensiones para medir la pobreza (*i.e.*, indicadores económicos y no económicos) o sobre los valores adecuados que deben alcanzarse.

A este respecto, la medida estándar de pobreza es la desarrollada por el Banco Mundial, que define la pobreza extrema como el índice de paridad del poder adquisitivo -PPA- que se sitúa por debajo de la línea de 1,25 dólares por persona y día (Banco Mundial, 2013a; Ravallion, Chen y Sangraula, 2009). Si bien esta definición es

la comúnmente adoptada a nivel internacional (Mitchell, 2012), el propio Banco Mundial (2013a) reconoce que su utilización no está exenta de críticas y limitaciones.

Además de la propia redefinición del término genérico de pobreza extrema (antes de 2008, la línea estaba fijada en un dólar al día), el Banco Mundial ha emprendido en los últimos años una completa revisión de sus estimaciones iniciales sobre la pobreza mundial, especialmente en lo que respecta a los datos referidos a los países y regiones en desarrollo, con el fin de solventar la escasez de información recabada en décadas anteriores y las dificultades que le supone trabajar con censos que en ocasiones están incompletos u obsoletos (Banco Mundial, 2013a). En este sentido, es necesario aclarar que los datos sobre regiones en desarrollo no contaban años atrás con muestras suficientemente amplias y, por tanto, representativas sobre la realidad socioeconómica de sus hogares (la principal fuente de información primaria de las encuestas de las que se nutren las estimaciones del Banco Mundial). Esta circunstancia debe tenerse en consideración a la hora de realizar el análisis de las estadísticas sobre pobreza, tanto a nivel regional como por países.

Estas nuevas estimaciones del Banco Mundial (2015a) revelan que, la pobreza mundial ha descendido de manera significativa a lo largo de las últimas décadas, llegando a cifrarse en mil millones el total de personas en situación de pobreza extrema en 2011 (véase la tabla 1-1). Este dato representa un 14,5% de la población mundial y supone haber reducido a la mitad los registros de 1990, cuando la pobreza extrema afectaba al 36% de la población mundial. Sin embargo, esta reducción es ciertamente desigual si se analizan los datos de pobreza según regiones, como muestra el hecho de que, pese a registrar significativos avances en cuanto a crecimiento económico, la región de África subsahariana sigue representando a un tercio de los pobres extremos del mundo (Banco Mundial, 2015a). Si a ello se añaden los registros de Asia del Sur, se observa que entre ambas regiones se concreta el 71,3% de la población mundial en situación de pobreza extrema.

Tabla 1-1: Pobreza extrema en el mundo según región, 1990-2011 y proyecciones a 2030
[En millones de personas y porcentaje de población]

Población con menos de 1,25 dólares al día ⁽¹⁾	1990		2005		2010		2011		2015		2020		2030	
	Mil. Personas	%	Mil. Personas	%	Mil. Personas	%	Mil. Personas	%	Mil. Personas	%	Mil. Personas	%	Mil. Personas	%
Asia este y Pacífico	957,1	58,2	324,1	16,7	207,1	10,3	160,8	7,9	86,4	4,1	31,3	1,5	2,5	0,1
Europa Este y Asia Central	7,1	1,5	6,0	1,3	2,9	0,6	2,3	0,5	1,3	0,3	0,8	0,2	0,3	0,1
Latinoamérica y Caribe	52,7	12,0	41,0	7,4	28,3	4,8	27,6	4,6	26,8	4,3	24,8	3,8	21,7	3,1
África Medio-este y Norte	13,1	5,8	9,0	3,0	5,5 ^c	1,7	5,6 ^(p)	1,7	7,3	2,0	7,0	1,8	10,3	2,4
Asia Sur	603,2	53,2	589,0	39,3	465,3	29,0	399,0	24,5	310,6	18,1	249,6	13,8	42,5	2,1
África subsahariana	287,1 ^(p)	56,6	399,1	52,8	416,4	48,2	415,4	46,8	403,2	40,9	382,9	34,2	334,6	23,6
Total mundo en desarrollo	1.920,2	43,5	1.368,1	24,8	1.125,5	19,1	1.010,7	17,0	835,5	13,4	696,4	10,5	411,8	5,7
Total mundial	-	36,4	-	21,1	-	16,3	-	14,5	-	11,5	-	9,1	-	4,9

Nota (1): 1,25 USD referido a precios de 2005, convertido a monedas locales equivalentes usando el tipo de cambio de paridad del poder adquisitivo (ppp: *Purchasing Power Parity*).

Nota (P): Datos provisionales, al cubrir la encuesta de hogares a menos del 50% de la población.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Banco Mundial (2015a).

Según organismos como la OCDE (2001), cualquier estrategia que persiga de manera efectiva y sostenible el alivio de la pobreza presenta los siguientes elementos, complementarios y no ordenados según su prioridad: a) crecimiento económico pro-pobre: en ritmo y calidad; b) empoderamiento, derechos y gobernanza pro-pobre; c) servicios sociales básicos para el desarrollo humano; d) seguridad humana: reducción de la vulnerabilidad y gestión de crisis; e) transversalidad de género y promoción de la igualdad de género; y f) transversalidad de la sostenibilidad medioambiental con enfoques de medios de vida sostenibles. También se establecen varias razones por las que el alivio o reducción de la pobreza podría recibir mayor peso en relación a otros objetivos nacionales o regionales y convertirse así en una prioridad para una mayor cantidad de responsables políticos. Una primera razón se refiere a que los líderes mundiales e instituciones como el Grupo de los Siete/Ocho -G7/8-, el Fondo Monetario Internacional -FMI-, el Banco Mundial, la OCDE y Naciones Unidas han adoptado declaraciones políticas que convierten el alivio de la pobreza en un marco de referencia común y un objetivo fundamental de la política a nivel mundial. Una segunda razón es que la pobreza es cada vez más reconocida como un “mal público global”, no sólo por razones morales, sino también como una fuente de disfunción y desorden en el mundo, con efectos secundarios adversos en forma de inestabilidad política, degradación ambiental, flujos migratorios, etc. Y una tercera razón consiste en la creciente sensibilización sobre el hecho que la población de la OCDE se cifra actualmente en torno a 1.200 millones de personas (OECD, 2015), de un total mundial de aproximadamente 7.183 millones, según el Fondo de Población de las Naciones

Unidas -UNFPA, por sus siglas en inglés- (2014). Esta tendencia se verá exacerbada por las presiones del crecimiento poblacional, con un aumento estimado de 2.000 millones de personas durante los próximos veinte años, de los cuales un 97% vivirá en el mundo en desarrollo (UNPF, 2015). Por lo tanto, el bienestar global depende cada vez más de la solución de los problemas de desarrollo de los países pobres.

De esta forma, el alivio de la pobreza se ha convertido progresivamente en el pilar fundamental de la agenda internacional de desarrollo (Neto, 2003; Scheyvens 2007; Koutra, 2010). Siguiendo al Instituto de Investigación de las Naciones Unidas para el Desarrollo Social -IINUDS- (2011), los enfoques dominantes para el alivio de la pobreza a lo largo de la década pasada han sido los siguientes:

- a) Documentos de estrategia de lucha contra la pobreza -DELP-. Encabezados por el FMI y el Banco Mundial, los DELP establecen las políticas económicas y sociales que los gobiernos en países de bajos ingresos deben seguir para lograr el crecimiento y reducir la pobreza. El enfoque de los DELP se traduce en una estrategia integral de reducción de la pobreza que parte de los propios países y es elaborada por sus respectivos gobiernos en consulta con varias partes interesadas, como la sociedad civil y el sector privado (FMI, 2012).
- b) Programas focalizados para el alivio de la pobreza y programas de protección social. En la década de los 80, las limitaciones fiscales, así como las críticas sobre la apropiación de los recursos por parte de las élites, forzaron a muchos gobiernos en los países en desarrollo a cambiar sus prioridades, poniendo menos énfasis en la meta de protección social universal y más en dirigirse a los pobres. Los programas sociales a menudo fueron reducidos a intervenciones residuales para amortiguar los peores efectos de las medidas de ajuste, mientras que mecanismos estrechamente focalizados ganaron popularidad por razones de eficiencia.
- c) Objetivos de desarrollo del Milenio -ODM-. En la Asamblea General de las Naciones Unidas celebrada en septiembre de 2000, fue adoptada la «Declaración del Milenio» que se traduce en un proyecto de envergadura mundial, con horizonte 2015, para reducir de manera sustancial la pobreza extrema en todas sus dimensiones. Entre los ocho ODM derivados de dicha Declaración se fijaron metas para medir los progresos sobre el alivio de la pobreza económica, el hambre, la enfermedad, la falta de vivienda adecuada y la exclusión (Naciones Unidas, 2008; Banco Mundial, 2009). De este modo, los ODM reconocen la naturaleza

multidimensional de la pobreza, erigiéndose en un potente instrumento para movilizar a los gobiernos y otros actores de desarrollo, incluyendo la comunidad científica y de investigación (IINUDS, 2011). En un reciente informe de Naciones Unidas (2014) se hace un balance de los logros alcanzados desde la puesta en marcha de los ODM, revelando que hasta la fecha sólo se ha cumplido el objetivo número 1 de reducir a la mitad la pobreza extrema y el hambre (con las salvedades ya mencionadas anteriormente en cuanto al desigual comportamiento de este indicador por países y regiones). A falta de los resultados correspondientes al año 2015, la mayor parte de los restantes ODM aún están en proceso de ser logrados.

A la luz de los progresos alcanzados con los ODM (en algunos casos, insuficiente, si bien se ha mejorado la situación de partida), la Asamblea General de Naciones Unidas adoptó en septiembre del año en curso la «Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible», concebido como un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que pretende fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia (Naciones Unidas, 2014). En la resolución aprobada, los Estados miembros señalan que la erradicación de la pobreza es el mayor desafío del mundo actual y una condición imprescindible para alcanzar un desarrollo sostenible. La Agenda plantea 17 grandes objetivos, conocidos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-, y 169 metas integradas e indivisibles que abarcan las esferas económica, social y ambiental. Además de poner fin a la pobreza en el mundo, los ODS incluyen, entre otros puntos, erradicar el hambre y lograr la seguridad alimentaria; garantizar una vida sana y una educación de calidad; lograr la igualdad de género; asegurar el acceso al agua y la energía; promover el crecimiento económico sostenido; adoptar medidas urgentes contra el cambio climático; promover la paz y facilitar el acceso a la justicia. En consecuencia, esta nueva estrategia regirá los programas de desarrollo mundiales durante los próximos 15 años, comprometiéndose los 193 Estados miembros a movilizar los recursos necesarios para su implementación mediante alianzas centradas sobre todo en las necesidades de los más pobres y vulnerables.

Al margen de la discutible efectividad real de estos esfuerzos, existe una preocupación creciente sobre la necesidad de adoptar enfoques más innovadores con el fin de reducir aún más la pobreza (Bowden, 2005). A este respecto, en la literatura académica de las últimas décadas son múltiples y cada vez más numerosos los estudios en el ámbito de las ciencias sociales que analizan el potencial del turismo como herramienta para

aliviar la pobreza, los cuales se estudian en profundidad a lo largo de los siguientes epígrafes.

1.1.2. Turismo y alivio de la pobreza: consideraciones generales

Tomando como referencia las revisiones realizadas por Blake (2008), Scheyvens y Momsen (2008), Holden *et al.* (2011) y Lima, Eusébio y Amorim (2011), la literatura sobre el turismo y el alivio de la pobreza ha seguido durante las últimas décadas la siguiente evolución. En el periodo 1950-1960 se identificó al turismo como una estrategia que podría contribuir, mediante el ingreso de divisas, a la modernización de los nuevos países independientes del Tercer Mundo y, en consecuencia, a reducir en nivel de pobreza. A continuación, en las décadas de los 70 y 80, abundan los planteamientos críticos a los enfoques de desarrollo “de arriba-abajo” (*top-down*), donde la toma de decisiones y la planificación sobre el proceso de desarrollo son ajenas a los países pobres. Esta exclusión les impide favorecerse de los posibles beneficios generados por el turismo, generando no sólo una mayor dependencia del exterior, sino también una mayor ineficiencia y un crecimiento económico más lento (Scheyvens, 2007). En la década de los 80 también surgen los debates sobre la comparación entre los beneficios económicos y los costes socioculturales y ambientales que intervienen en el desarrollo turístico. En general, las décadas de los 80 y los 90 están marcadas por la concienciación medioambiental y la inclusión de la participación local en los enfoques de desarrollo. Además, surge el interés en medir el impacto económico (directo e indirecto) del turismo, mediante técnicas como el modelo input-output o el modelo de Equilibrio General Computable. Y a partir de la década de los 90, numerosos estudios se han centrado en analizar la relación entre turismo y pobreza en los países en desarrollo, coincidiendo con el enfoque global sobre el alivio de la pobreza que surge en el ámbito del desarrollo con la aprobación de los ODM.

Paralelamente, y bajo el impulso de los ODM, reforzados con los nuevos ODS, el alivio de la pobreza se ha establecido como un eje prioritario dentro de las estrategias de diversos organismos internacionales tales como el Banco Mundial, el FMI, la Organización Mundial de Comercio -OMC-, la OMT o el Consejo Mundial de Viajes y Turismo -WTTC, por sus siglas en inglés- (Scheyvens, 2007; Holden *et al.*, 2011; Lima *et al.*, 2011; Zapata, Hall, Lindo y Vanderschaeghe; 2011). Como ejemplo, la OMT lanzó en 2002 la iniciativa Turismo Sostenible-Eliminando la Pobreza -ST-EP, por sus siglas en inglés-, centrada en intensificar la labor que ya desarrollaba esta institución para promover el turismo sostenible a nivel social, económico y medioambiental, ayudando

así a combatir la “guerra contra la pobreza” (OMT, 2005). Este programa se dirige principalmente a los países más pobres del mundo, prestando una atención especial a África, e integra proyectos de ámbito muy local. Otro ejemplo es el programa “Voluntarios” de la OMT, que fue aprobado en 2007 con la finalidad de apoyar a los países en desarrollo a lograr un sector turístico sostenible y más competitivo, basado en un marco de gestión del conocimiento a través de la educación, la formación y la investigación (OMT, 2009; Lima *et al.*, 2011).

El creciente interés por parte del mundo científico y profesional en valorar al turismo como herramienta de alivio de la pobreza queda plenamente justificado por el desarrollo que ha experimentado el sector durante las últimas décadas y su peso en la economía global. En concreto, el turismo representa actualmente una de las industrias más importantes del mundo, teniendo una participación significativa en el producto interno bruto (PIB) mundial y el empleo, variables que se estiman para el año 2014 en un 9,8% y 9,1%, respectivamente (WTTC, 2015). A pesar de un contexto marcado por una importante recesión económica a escala mundial, el número de viajes de turistas internacionales mantiene una tendencia creciente en el último quinquenio, hasta alcanzar en 2014 los 1.135 millones en todo el mundo, dato que supone un aumento del 4,4% respecto al año anterior (OMT, 2014). Además, mientras que la mayoría del turismo internacional se produce actualmente en los países desarrollados, el sector es un factor vital para la economía de muchos países en desarrollo (Ntibanyurwa, 2010; Jiang, De Lacy, Mkiramweni y Harrison, 2011; Scott, Lemieux y Malone, 2011).

Siguiendo a Muganda, Sahli y Smith (2010), el impacto (positivo) del turismo en el desarrollo socioeconómico y el alivio de la pobreza puede justificarse con tres argumentos claves. En primer lugar, al poder funcionar como una importante fuente de divisas e ingresos públicos, el turismo contribuye al desarrollo económico (Scheyvens, 2007; UNCTAD, 2012). En segundo lugar, las actividades turísticas son generalmente de labor intensiva, por lo que su expansión genera más oportunidades de empleo para personas de diferentes habilidades, incluyendo a las mujeres (Chok, Macbetha y Warren, 2007; Scheyvens, 2007; UNCTAD, 2012). Y, en tercer lugar, el desarrollo turístico genera mejores oportunidades a los residentes locales para obtener beneficios más amplios y equilibrados, máxime cuando participan plenamente en la toma de decisiones y en la propiedad de negocios turísticos (Rogerson, 2006).

Además, en la mayoría de los PMA el turismo es el principal -y a veces único- medio de desarrollo económico y social de carácter sostenible, manteniendo relaciones importantes con otros sectores productivos, como la agricultura y la artesanía (OMT, 2005). En este sentido, son numerosos los autores que defienden el impacto positivo del turismo en el desarrollo económico en los PMA (Ashley y Roe, 2002; Neto, 2003; Meyer, 2007; Muhanna, 2007, Scheyvens y Momsen, 2008) y que incluso llegan a medir empíricamente dicho impacto (Wunder, 2000; Bowden, 2005; Mbaiwa, 2005; Rogerson, 2006; Manyara y Jones, 2007; Spenceley y Goodwin, 2007; Croes y Vanegas, 2008; Blake, 2008; Mshenga, Richardson, Njehia y Birachi, 2010; Ntibanyurwa, 2010; Jiang *et al.*, 2011). Sin embargo, no puede omitirse la existencia de otros estudios que argumentan que la contribución de la actividad turística al alivio de la pobreza (económica y no económica) aún no está suficientemente demostrada (Hill, Nel y Trotter, 2006; Schilcher, 2007; Zhao y Ritchie, 2007; Harrison, 2008; Zoomers, 2008; Deller, 2010; Holden *et al.*, 2011).

Con relación a los programas internacionales de cooperación al desarrollo, Lima *et al.* (2011) plantean que es necesario que la investigación en turismo genere conocimiento adicional que facilite la evaluación global de estos programas en lo que se refiere a su contribución para crear las capacidades que realmente necesitan los países en desarrollo y los más pobres para reducir sus niveles de pobreza. En este sentido, Zhao y Ritchie (2007) y Lima *et al.* (2011) proponen que la investigación en el ámbito del turismo y el alivio de la pobreza debería centrarse en aquellos determinantes del éxito de los proyectos de cooperación al desarrollo. Tras una revisión de los estudios y experiencias sobre el desarrollo, Lima *et al.* (2011) identificaron nueve posibles determinantes del éxito de los programas que pretendan contribuir al alivio de la pobreza a través del turismo: la participación de la comunidad, la propiedad y el liderazgo local, la oportunidad de iniciar actividades viables y tener acceso a los mercados, el empoderamiento de la comunidad local, el acceso a la información, conocimiento y comunicación, el trabajo en red, la seguridad, la igualdad y el gobierno. Estos autores también apuntan que estos posibles determinantes están interrelacionados y que es esencial promover todos o algunos de ellos para crear capacidades en los países en desarrollo y los más pobres.

1.1.3. Turismo pro-pobre y tipos de turismo alternativos

Uno de los términos y enfoques sobre el turismo y el alivio de la pobreza que más debate ha suscitado en los últimos años ha sido el denominado “Turismo pro-pobre”

(en adelante, TPP). Este término fue acuñado en 1999 por el Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido y, desde entonces, ha sido rápidamente adoptado por una amplia gama de organismos del ámbito del desarrollo, desde donantes bilaterales e instituciones multilaterales hasta organizaciones no gubernamentales -ONG- internacionales. (Scheyvens y Momsen, 2008). El TPP es un enfoque para el desarrollo y la gestión del turismo que busca generar beneficios netos para los pobres y surge de la creencia de que el turismo puede y debe contribuir al crecimiento económico pro-pobre (Ashley y Roe, 2002; Chok *et al.*, 2007).

Una serie de principios y estrategias fundamentales se han sugerido para promover el TPP, incluyendo las siguientes (Ashley y Roe, 2002; Butler, Curran y O’Gorman, 2013): 1) empleo en expansión y oportunidades de negocio para los pobres, 2) proporcionar educación y formación para que puedan tomar estas oportunidades, 3) promover la participación de los pobres en los procesos de planificación del turismo, 4) la distribución de beneficios a nivel local. En general, estos principios y estrategias tienen como objetivo abrir oportunidades para los pobres en el turismo.

De acuerdo con Briedenhann (2011), es evidente que aún existe cierta confusión en la interpretación del término TPP, especialmente por sus similitudes en objetivos y posibles beneficios con formas alternativas de desarrollo turístico (en adelante, turismo alternativo), tales como el turismo sostenible, el ecoturismo, el turismo responsable, el turismo justo, el turismo de base comunitaria -TBC- o el turismo basado en la naturaleza. Sin embargo, el TPP se distingue por hacer especial énfasis en la maximización de los servicios y empleos locales, la expansión de los vínculos locales y el desarrollo de infraestructura que beneficie a los pobres. Por tanto, el principal rasgo distintivo del TPP es que sitúa a las personas pobres y a la pobreza en general en la cima de la agenda de todos los niveles de intervención (Ashley y Roe, 2002; Scheyvens y Russell, 2012a).

Aunque la literatura sobre TPP ha proporcionado recomendaciones prácticas en materia de políticas dirigidas a enriquecer los beneficios del turismo para los pobres (*e.g.*, Ashley, 2006; Meyer, 2007), diversos autores han señalado que, sin estas recomendaciones, el turismo no sería necesariamente “pro-pobre” (Scheyvens, 2007; Schilcher, 2007) y que hay una falta de evidencias empíricas convincentes para apoyar la afirmación de que el turismo beneficia a los pobres (Chok *et al.*, 2007; Harrison, 2008; Croes y Vanegas, 2008). En consecuencia, para que cualquier tipo de turismo

basado en el motivo principal de la visita al destino (e.g. el ecoturismo, el turismo de voluntariado, o el turismo de sol y playa...) sea considerado pro-pobre, debe tener como objetivo aliviar o reducir la pobreza.

Además, una proposición central y probablemente controvertida de la literatura TPP es que todo tipo de empresas, incluidas las grandes empresas multinacionales, pueden contribuir al alivio de la pobreza (Scheyvens y Russell, 2012a). Ciertamente, las empresas de turismo alternativo, que suelen ser pequeñas empresas, generan importantes beneficios para las comunidades locales y los pobres (Scheyvens y Russell, 2012a). De hecho, muchas de estas empresas son buenos ejemplos de iniciativas TPP (Ashley y Roe, 2002). Dado que existe una demanda creciente de motivaciones alternativas de viaje -e.g., el turismo sostenible, el ecoturismo, el turismo responsable, el turismo justo, el TBC...- (Dweyer *et al.*, 2009), se espera que el pequeño tamaño de estas empresas turísticas crezca a medida que consigan captar la atención de los turistas potenciales. Al hacerlo, las atracciones y los servicios turísticos alternativos deberán integrarse apropiadamente con el propósito de desarrollar atractivos productos turísticos alternativos y experiencias que puedan ser disfrutados por los visitantes potenciales.

En lo que respecta al turismo sostenible, la primera reflexión es que considera como una prioridad a los destinos tradicionales (los cuales pueden incluir algunas áreas pobres) y está principalmente orientado hacia las consideraciones ambientales (Welford, Ytterhus y Eligh, 1999; Ashley y Roe, 2002). No obstante, la OMT puso en marcha en 2002 el programa ST-EP (véase epígrafe 1.1.2) con el propósito de promover el alivio de la pobreza a través de la prestación de asistencia a proyectos de desarrollo sostenible. Esta iniciativa tiene como objetivo específico contribuir a reducir la pobreza y crear empleos para los pobres. El desarrollo y la promoción de la Ruta Gran Himalaya, en Nepal, es un ejemplo de un proyecto ST-EP implementado por la Fundación ST-EP de la OMT.

El ecoturismo puede plantearse, con matices, como otro enfoque para aliviar la pobreza. De hecho, la Fundación ST-EP de la OMT ha puesto en marcha una serie de proyectos de ecoturismo en las zonas rurales de Guatemala, Mali y el sur de Camerún, con el propósito de fomentar el alivio de la pobreza y la conservación ambiental. Este turismo basado en la naturaleza a menudo se ha asociado con el desarrollo sostenible en las zonas rurales (Butcher, 2011; Gurung y Seeland, 2011). Mientras que el TPP tiene

como objetivo generar específicamente los beneficios netos para los pobres, el ecoturismo se centra en la preservación del medio ambiente y trata de distribuir ampliamente los beneficios locales como incentivo para la conservación medioambiental (Butcher, 2011; Gurung y Seeland, 2011; Manente, Minghetti y Mingotto, 2012). Existen evidencias que sugieren que la contribución económica y no económica de las empresas de ecoturismo (e.g., en términos de empleo y formación) puede aumentar en los residentes la concienciación sobre la conservación y, por tanto, promoverla (Snyman, 2012). En concreto, este autor constató que Wilderness Safaris, una empresa privada de ecoturismo que opera en más de 50 campamentos distribuidos en ocho países africanos, ha contribuido a reducir la pobreza y aumentar la concienciación sobre la conservación de las comunidades.

Las iniciativas sobre turismo responsable y turismo justo también están siendo adoptadas por organizaciones turísticas al objeto de aumentar el flujo de beneficios para la población local, incluidos los pobres, y, al mismo tiempo, hacer frente a los impactos ambientales (Spenceley y Goodwin, 2007; Novelli y Hellwig, 2011). El turismo responsable busca preservar los recursos naturales, culturales y sociales, así como contribuir de manera positiva y justa al bienestar de los residentes, empleados y visitantes de un destino (Manente *et al.*, 2012). De acuerdo con el Centro Internacional para el Turismo Responsable (2015), se trata de hacer mejores lugares, donde la gente pueda vivir y que puedan ser visitados. En consecuencia, se espera que las organizaciones turísticas asuman de manera activa la responsabilidad de la gestión de sus impactos económicos, sociales y ambientales. La Declaración de 2002 sobre Turismo Responsable de Ciudad del Cabo (Sudáfrica) hace hincapié en que las iniciativas deben ser implementadas a nivel local, a la luz de las características particulares del destino. Asociaciones de turismo del sector privado, como la Federación de Hostelería de África del Sur -*Federated Hospitality Association of Southern Africa*- y la Sociedad de *Bed & Breakfast* de Sudáfrica -*The Bed and Breakfast Society of South Africa*-, han desarrollado sus propias directrices sobre turismo responsable (Spenceley y Goodwin, 2007). Un ejemplo de directriz es que las empresas turísticas deben fijar objetivos para aumentar la proporción de personal contratado de las comunidades dentro de un radio de 20 kilómetros. Otra directriz se refiere al seguimiento de la proporción de bienes y servicios que se obtienen de otras empresas dentro de un radio de 50 kilómetros.

El turismo justo comparte los principios del turismo sostenible y responsable, pero su enfoque se centra en la distribución de los beneficios del turismo de una manera más equitativa entre la industria del turismo y la comunidad de acogida, incluyendo a los pobres (Manente *et al.*, 2012). De acuerdo con la Red Internacional de Comercio Justo en el Turismo (2015), las iniciativas de turismo justo deben cumplir con los siguientes criterios: alianzas de comercio justo entre los inversores turísticos y las comunidades locales; la cuota justa de los beneficios para las partes interesadas locales; el comercio justo entre los turistas y los residentes locales; el uso equitativo y sostenible de los recursos naturales; y los salarios y condiciones de trabajo justas. Más específicamente, la ONG Comercio Justo en el Turismo de Sudáfrica (Tourism Concern, 2015) ha desarrollado un conjunto de normas mediante las cuales los productos turísticos pueden ser evaluados y certificados para las prácticas de comercio justo. Dichas normas se refieren a las siguientes áreas prioritarias: salarios y condiciones de trabajo justas, compras justas, operaciones justas, distribución equitativa de los beneficios y respeto de los derechos humanos, la cultura y el medio ambiente.

En comparación con otras formas de turismo alternativo, el TBC promueve la participación de la población local en el desarrollo del turismo como vehículo para proporcionar amplios beneficios a las comunidades locales. Este tipo de turismo se caracteriza por los siguientes aspectos (Manyara y Jones, 2007; Lapeyre, 2010; Zapata *et al.*, 2011; Steinicke y Neuburger, 2012): 1) las comunidades captan y distribuyen la mayor parte de los ingresos generados en la zona, 2) el turismo genera vínculos significativos para la economía local, y 3) los miembros de la comunidad participan en la propiedad y la gestión de las empresas. Sin embargo, se sugiere que las empresas de TBC ofrecen muy pocas oportunidades de empleo ya que menudo requieren el apoyo técnico de las organizaciones donantes (Janis, 2012). Un ejemplo de un destino de TBC es el área de Tsiseb, en la región de Erongo (al oeste de Namibia), donde los residentes locales han puesto en marcha varias empresas de TBC con la finalidad de generar ingresos turísticos colectivos que realmente generen un “efecto cascada” en la comunidad (Lapeyre, 2010): las guías de las Montañas Daureb, la artesanía de Daureb, el Campamento Comunitario del páramo de Ugab, el Centro de Información de Uis, y el *Coffe-shop* de Vicky.

1.2. LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO Y LAS EMPRESAS TURÍSTICAS AL ALIVIO DE LA POBREZA

1.2.1. El potencial del turismo y de las empresas turísticas para el alivio de la pobreza

Tradicionalmente, el crecimiento económico se ha situado de manera predominante como el principal objetivo del desarrollo turístico, mientras que la lucha contra la pobreza ha sido considerada como un sub-objetivo o un resultado natural del crecimiento económico (Ashley, Boyd y Goodwin, 2000; Zhao y Ritchie, 2007). En consecuencia, se ha prestado una considerable atención a la expansión del sector turístico, pero mucha menos a la contribución del desarrollo del turismo al alivio de la pobreza (Zhao y Ritchie, 2007). En contraste, enfoques contemporáneos como el TPP y las iniciativas ST-EP (véase epígrafe 1.1.2) pretenden establecer un vínculo directo entre turismo y alivio de la pobreza (Ashley *et al.*, 2000; Zhao y Ritchie, 2007). Por lo general, el impacto de estas iniciativas será insignificante mientras que los principales agentes de la industria turística convencional, dominada por empresas transnacionales, no adopten estrategias pro-pobre (Ashley y Roe, 2002; Spenceley y Goodwin, 2007). En ese sentido, el turismo de masas es visto por las comunidades como un negocio más rentable, menos arriesgado y más beneficioso que el desarrollo turístico a pequeña escala basado en el turismo alternativo (Butler, 1990; Burns, 2004).

Como se indicó anteriormente, existe un creciente interés por parte de los PMA en el desarrollo del sector del turismo (*e.g.*, alojamiento, alimentos y bebidas, ocio, transporte, organización de viajes) y de sus industrias conexas (*e.g.*, la agricultura, la industria manufacturera, otros sectores de servicios) como una fuente de importantes beneficios económicos en términos de ingresos, empleo y PIB.

Ashley y Roe (2002), Scheyvens (2007) y Spenceley y Meyer (2012) sugieren que ciertas características del sector del turismo, en comparación con otros sectores de servicios o la industria manufacturera, tienen una contribución positiva al alivio de la pobreza en los PMA: 1) el turismo es adecuado para zonas rurales y costeras pobres con pocas opciones de crecimiento; 2) las empresas turísticas son de mano de obra intensiva; 3) las empresas turísticas emplean, por lo general, a un gran número de mujeres, jóvenes y trabajadores poco o nada cualificados, los cuales suponen un alto porcentaje de los pobres; 4) los turistas visitan el destino, proporcionando así oportunidades de negocio a las industrias relacionadas y al sector informal del destino. Sin embargo, también se asume que el turismo, como cualquier otro tipo de desarrollo, podría traer

inconvenientes para los pobres, generando, por ejemplo, un aumento en los precios al consumidor (como resultado de la demanda turística de bienes y servicios), la inmigración de personas más cualificadas que compiten por empleos en turismo con la población local empobrecida (*i.e.*, algunos puestos de trabajo de turismo no se dirigen realmente a dicha población), un aumento de las desigualdades sociales y amenazas a los recursos naturales y culturales (Ashley y Roe, 2002; Bowden, 2005). En consecuencia, el reto es aprovechar el crecimiento del turismo pro-pobre mediante la capitalización de sus ventajas y, al mismo tiempo, reducir los impactos negativos sobre la población que se encuentra en situación de pobreza (Ashley y Roe, 2002).

1.2.2. Impactos del turismo y de las empresas turísticas sobre un destino

Los impactos económicos vinculados a las empresas turísticas pueden agruparse en tres categorías (Sugiyarto, Blake y Sinclair, 2003; Mitchell y Ashley, 2010): impactos primarios o directos, impactos secundarios e impactos dinámicos. Los impactos primarios representan los cambios en la actividad económica (*e.g.*, en términos de empleo, ingresos y valor añadido) como resultado de la primera serie de gastos en las empresas turísticas que realiza un visitante. En este sentido, las empresas turísticas (*e.g.*, establecimientos de alojamiento, restaurantes, agencias de viajes locales, organizaciones de guía turística), por una parte, ofrecen directamente trabajos en turismo y, por otra, reciben ingresos turísticos por la venta directa de sus productos y servicios a los turistas.

Los impactos secundarios se refieren a los efectos indirectos e inducidos de las empresas turísticas. La demanda de las empresas turísticas y los turistas de bienes y servicios de las industrias de cadena de suministro (*e.g.*, agricultura, ganadería, pesca, alimentación y bebidas, artesanía, construcción) lleva a estas industrias a aumentar su tamaño en términos de empleados y ventas. Esta asociación se conoce como los efectos indirectos de las empresas turísticas. Los impactos inducidos se relacionan con los efectos positivos que el gasto de los salarios y los beneficios de las empresas de turismo tienen en la economía local. Mientras que los hogares con miembros que trabajan para las empresas turísticas gastan sus salarios turísticos en sus propias y diversas necesidades (*e.g.*, vivienda, alimentos y bebidas, transporte, educación, salud), las empresas turísticas podrían invertir sus beneficios en la economía local (*e.g.*, en la apertura de nuevos establecimientos, el apoyo a las escuelas locales, y/o la protección del medio ambiente).

Además de los impactos primarios y secundarios, el desarrollo del turismo genera impactos dinámicos. Estos impactos son una consecuencia de la inversión en infraestructura (e.g., carreteras, parques, hospitales, tecnologías de información y comunicación), formación de capital humano (i.e., educación y formación) y servicios básicos (e.g., salud, limpieza, seguridad, conservación medioambiental) que se necesita para atraer y satisfacer a los visitantes. Esta inversión también contribuye a mejorar el nivel de vida de los residentes, así como a fomentar un crecimiento económico a largo plazo. Se sugiere, además, que el turismo representa una fuente importante de ingresos públicos y divisas extranjeras (Blake *et al.*, 2008; Spenceley y Meyer, 2012).

Sin embargo, la mayor parte de la investigación académica se ha centrado en los impactos directos e indirectos del turismo (Blake, 2008; Spenceley y Meyer, 2012). Por otra parte, hay una tendencia general a centrar los estudios casi exclusivamente en los impactos económicos, más que a considerar también los impactos socioculturales y ambientales (Ashley y Roe, 2002; Scheyvens, 2007; Spenceley y Meyer, 2012). A este respecto, Mitchell y Ashley (2010) afirman que la medida de los impactos del turismo sobre la pobreza debe cubrir una amplia gama de campos de estudio, incluyendo el desarrollo económico local, el TPP, la antropología, la sociología, la conservación, los medios de vida sostenibles y la RSC. Más específicamente, Ashley y Roe (2002) sostienen que el turismo debe desbloquear oportunidades para los pobres dentro de la propia industria turística, en lugar de aumentar los impactos económicos mediante la ampliación del tamaño total del sector.

No obstante, los potenciales impactos ambientales y socioculturales de las empresas turísticas son significativos y también deben ser considerados (Welford *et al.*, 1999; Ashley y Roe, 2002; Scheyvens, 2007; Timur y Getz, 2009; Spenceley y Meyer, 2012). A este respecto, organizaciones internacionales como la OMT y la Comisión Europea alientan de manera frecuente a las empresas privadas para que integren los principios del desarrollo sostenible y la RSC en sus estrategias de negocio y operaciones (Manente *et al.*, 2012; Coles, Fenclova y Dinan, 2013).

En este contexto, como una reacción a los impactos negativos del turismo de masas y de las empresas multinacionales sobre las condiciones ambientales y socioculturales de un destino, han surgido nuevas formas de turismo, como son el TPP y el turismo alternativo (véase epígrafe 1.1.3). De manera análoga, han surgido nuevos modelos de

empresas turísticas que no sólo buscan aumentar sus impactos económicos mediante la ampliación de su negocio, sino que también pretenden ser más respetuosos con las condiciones ambientales y socioculturales de un destino, promover la participación económica de las comunidades locales y/o desbloquear oportunidades para los pobres.

1.2.3. La responsabilidad social corporativa de las empresas turísticas

En términos generales, la RSC puede definirse como un concepto multifacético que incluye cuatro categorías de expectativas que una sociedad tiene sobre las empresas (Carroll, 1979): 1) expectativas económicas (*i.e.*, las empresas deberían ser rentables), 2) expectativas legales (*i.e.*, las empresas deberían tener comportamientos dentro de los límites que establece la legislación), 3) las expectativas éticas (*i.e.*, las operaciones de negocio deberían cumplir ciertos estándares éticos que pueden no ser requeridos por la legislación), 4) expectativas filantrópicas o discrecionales (*i.e.*, las empresas deberían contribuir de manera voluntaria a la satisfacción de las necesidades sociales, entre las que se encuentra el alivio de la pobreza). Por consiguiente, la actividad de RSC voluntaria de una empresa turística se refiere al reconocimiento por parte de ésta de sus responsabilidades éticas y discrecionales (Inoue y Lee, 2011). Aunque la RSC como tal puede generar beneficios para los pobres (McLachlan y Binns, 2014), en este estudio se propone el término de “RSC pro-pobre” para hacer referencia a las iniciativas de RSC voluntaria que conceden una elevada prioridad a la pobreza y los pobres. La teoría del contrato social sugiere que los negocios deberían responder, de manera voluntaria y proactiva, a las cambiantes expectativas sociales antes de que éstas se conviertan en imperativos legales (Eweje, 2007). Dado que esta respuesta raramente ocurre, los gobiernos deberían establecer ciertos estándares legales iniciales relacionados con la RSC pro-pobre (Sjöström y Welford, 2009).

Otro enfoque para la evaluación de la RSC es la teoría de los grupos de poder. Atendiendo a este enfoque, la RSC podría ser evaluada considerando las acciones sociales voluntarias que las empresas llevan a cabo para satisfacer las diversas necesidades de los grupos de poder primarios (Clarkson, 1995). Además de los accionistas o propietarios, los grupos de interés primarios habituales son los siguientes: los empleados, los proveedores, los clientes, la comunidad y el medio ambiente natural. Este enfoque sugiere que las empresas turísticas podrían contribuir al alivio de la pobreza mediante la adopción de iniciativas de RSC que pretendan satisfacer las necesidades de las comunidades locales. Tal y como plantean Inoue y Lee (2011), estas iniciativas podrían afectar positivamente a la rentabilidad financiera a corto plazo, así

como a las evaluaciones del mercado sobre la rentabilidad futura de los sectores hoteleros y de restauración. La RSC pro-pobre también debería incluir iniciativas dirigidas a los restantes grupos de poder primarios con la intención, por ejemplo, de lo siguiente: 1) aliviar la pobreza entre los empleados y sus hogares, 2) desarrollar y fortalecer los vínculos con los proveedores locales y el sector informal, 3) promover prácticas de turismo sostenible y responsable entre los turistas, y 4) preservar el medio ambiente natural de los pobres. Las empresas también podrían colaborar con grupos de poder secundarios como las ONG, las agencias gubernamentales y las organizaciones internacionales (Sjöström y Welford, 2009; Smith y Ong, 2014).

Un tercer enfoque para la comprensión de la RSC es el denominado “triple resultado”, el cual se centra en la aplicación de los principios del desarrollo sostenible y responsable a las empresas. Este enfoque enfatiza que las empresas voluntariamente deberían integrar sus intereses y preocupaciones económicas, socioculturales y ambientales en sus operaciones y estrategias de negocio (O’Rourke, 2003; Manente *et al.*, 2012; Coles *et al.*, 2013). Además de tratar de maximizar los beneficios -i.e., el resultado financiero-, las empresas tendrían que ser conscientes de sus impactos económicos, socioculturales y ambientales. Aunque el enfoque de los grupos de poder sugiere que las empresas deberían adoptar acciones sociales voluntarias para satisfacer las necesidades de los grupos de poder primarios, entre los que encuentran las comunidades locales y los pobres, el enfoque de “triple resultado” se centra en los tipos de iniciativas sociales voluntarias que las empresas podrían adoptar: iniciativas económicas, socioculturales y ambientales. De acuerdo con este enfoque, para que las iniciativas de RSC sean “pro-pobre”, las empresas turísticas tendrían que hacer esfuerzos para mejorar no sólo las condiciones económicas de los pobres (e.g., ingresos, empleo), sino también con sus condiciones socioculturales y ambientales (e.g., acceso a la educación, a los servicios de salud, al agua limpia, a la tierra para los usos tradicionales).

Para tener éxito en la resolución del fenómeno de la pobreza, las empresas turísticas en general y, en particular, las empresas turísticas multinacionales deberían implicarse en iniciativas de RSC pro-pobre. Dado que la elección de las iniciativas de RSC viene influenciada por la presión de los grupos de poder, las prioridades de RSC varían en función del contexto y, en consecuencia, entre sectores e incluso empresas (Ketola, 2006; Welford, Chan y Man, 2007). En este sentido, las empresas turísticas en países en desarrollo con elevados niveles de pobreza, en comparación con aquellas en países

desarrollados, es probable que presenten una mayor atención a los asuntos sociales, entre los que se incluye el alivio de la pobreza (Coles *et al.*, 2013). Mientras que la mayoría de las grandes empresas turísticas internacionales adoptan iniciativas de RSC voluntaria, los pequeños negocios, que por lo general son empresas locales, con frecuencia no tienen el conocimiento, las habilidades, el tiempo o el presupuesto necesario para invertir en actividades de RSC de formativa activa (Manente *et al.*, 2012; Garay y Font, 2013). No obstante lo anterior, los pequeños negocios pueden participar en importantes iniciativas de forma reactiva *-i.e.*, a través de peticiones de donaciones o apoyo de ciertos grupos de poder- y también proactiva *-i.e.*, buscando oportunidades para participar en proyectos locales- (McLachlan y Binns, 2014).

Con relación a las grandes empresas turísticas internacionales (*e.g.*, cadenas hoteleras, turoperadores), las iniciativas más frecuentes de RSC podrían ser agrupadas en los siguientes categorías de ámbito de actuación (Holcomb, Upchurch y Okumus, 2007; Garay y Font, 2013): la comunidad (*e.g.*, donaciones a organizaciones sociales, bienestar de la comunidad, educación), el medio ambiente (*e.g.*, patrimonio cultural, gestión de la energía, control de la contaminación, gestión del agua, gestión de residuos, conservación del agua), el mercado (*e.g.*, relaciones con proveedores, clientes y accionistas) y los trabajadores (*e.g.*, beneficios justos y equitativos, planificación de carrera, atención diaria y alojamiento para la familia, diversidad). Holcomb *et al.* (2007), en un análisis de las webs corporativas de las 10 principales cadenas hoteleras a nivel mundial, según la revista “Hotels” (publicada por la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes), concluyen que estas empresas concentran sus esfuerzos de RSC en la comunidad. Aunque las actuaciones de RSC pro-pobre no fueron explícitamente consideradas por Holcomb *et al.* (2007), estos autores también observaron que ocho de las 10 cadenas hoteleras facilitan información sobre actividades socialmente responsables vinculadas a algún tipo de donación a organizaciones sociales.

1.3. LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA PREVIA SOBRE LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL ALIVIO DE LA POBREZA

1.3.1. Metodología aplicada para la revisión de la literatura

Con la intención de identificar documentos de investigación previos sobre turismo y alivio de la pobreza se realizaron búsquedas a través de las dos mayores bases de datos electrónicas de resúmenes y referencias bibliográficas de literatura científica revisada

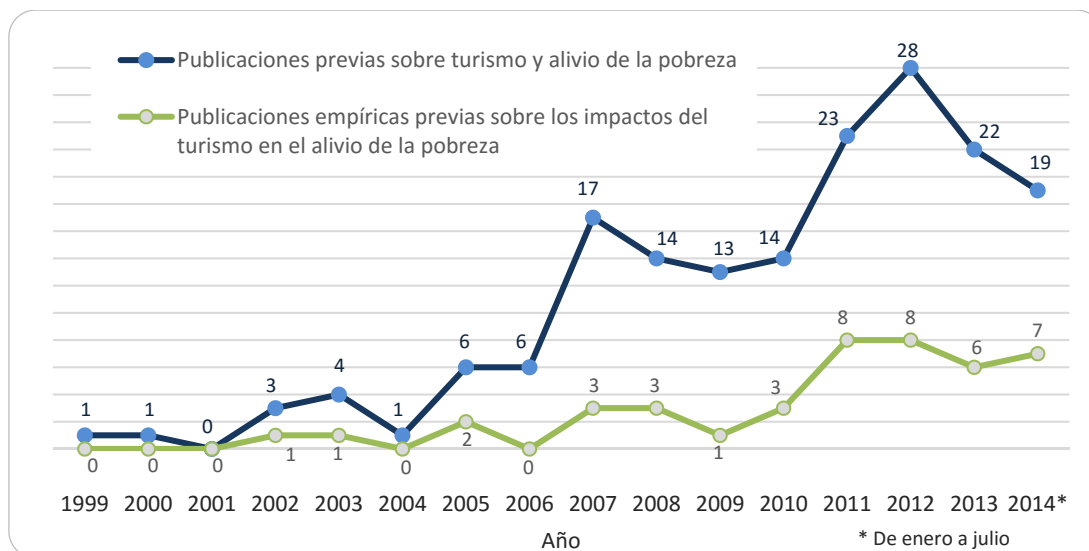
por pares o expertos: Scopus, de Elsevier, y Web of Science, de Thomson Reuters. Estas bases de datos recogen más de 21.000 referencias de 5.000 editoriales de todo el mundo. En la búsqueda de documentos realizada se adoptaron cuatro criterios básicos: 1) se consideraron todos los tipos de documentos disponibles (*i.e.*, artículos, revisiones, artículos y revisiones en imprenta, libros, capítulos de libros, documentos presentados en conferencias, notas); 2) los términos utilizados en las meta-búsquedas fueron “tourism” y “poverty alleviation” o “pro-poor tourism” o “poverty”, exigiéndose que estuvieran en el título, resumen o palabras clave; 3) el área de investigación seleccionada fue la de ciencias sociales o ciencias humanas; y 4) el año de la publicación tenía que encontrarse entre el 1 de enero de 1999, año en el que surge el término TPP, y el 31 de julio de 2014, inclusive. La búsqueda inicial generó un total de 198 publicaciones, de las que 172 fueron inicialmente consideradas para el análisis, habiéndose descartado estudios no relacionados con el tópico seleccionado o bien publicados en idiomas distintos al inglés, francés o español. La mayoría de estas publicaciones pre-seleccionadas fueron artículos (142), seguidos por revisiones (11), documentos presentados en conferencias (11), capítulos de libro (3), notas (3) y libros (2).

El análisis de la evolución del número de publicaciones por año revela la existencia de una tendencia de crecimiento en la literatura sobre turismo y alivio de la pobreza, especialmente desde el año 2005 (véase figura 1-1). El año que presenta el mayor número de manuscritos fue 2012, con un total de 28, seguido por 2011 y 2013, con 23 y 22 respectivamente.

De la lista inicial de 172 publicaciones sobre turismo y alivio de la pobreza, un total de 43 publicaciones fueron seleccionadas para el análisis posterior que se presenta en los siguientes apartados (39 artículos, dos revisiones, un documento presentado en conferencia, una nota), ya que éstas proporcionaban evidencias empíricas relacionadas con los impactos del turismo sobre el alivio de la pobreza (*i.e.*, 25% de las publicaciones seleccionadas). Libros, capítulos de libros e informes con evidencias empíricas también fueron identificadas a través de las páginas webs de Amazon.com y de diversas organizaciones internacionales (*e.g.*, la Asociación de TPP, UNCTAD, PNUD, OMT). Como resultado de esta búsqueda adicional, se seleccionó también el libro sobre el rol del turismo en el alivio de la pobreza en Tanzania cuya autoría corresponde a Luvanga (2005). Por consiguiente, el número total de documentos seleccionados para ser objeto

del análisis que se presenta en los siguientes apartados se elevó finalmente a 44 (véase figura 1-1).

Figura 1-1: Publicaciones previas sobre turismo y alivio de la pobreza, así como publicaciones empíricas previas sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza, por año, enero 1999-julio 2014.



FUENTE: Elaboración propia.

La mayoría de estos estudios empíricos (39) fueron publicados durante el período comprendido entre 2007 y 2014, siendo los años 2011 y 2012 los que registran el mayor número de publicaciones (ocho) (véase la figura 1-1). Cada manuscrito fue analizado individualmente con el propósito de describir de manera crítica y comparativa la metodología adoptada en la investigación sobre el impacto del turismo en el alivio de la pobreza. A este respecto, en el análisis de contenidos realizado se consideraron cuatro aspectos: 1) el ámbito geográfico y el nivel de análisis de cada investigación, 2) el contexto turístico en el que se desarrolló cada investigación (*i.e.*, productos y mercados turísticos), 3) los métodos de estudio utilizados (*i.e.*, fuentes de información y técnicas de análisis), 4) la medición de la pobreza. Posteriormente, cada manuscrito fue examinado con la finalidad de comprender y comparar las posibles evidencias obtenidas sobre el impacto del turismo en el alivio de la pobreza.

1.3.2. Ámbito geográfico de la investigación y niveles de análisis

Ámbito geográfico. África es el continente que centra la atención de la mayor parte de la investigación empírica previa sobre el impacto del turismo en el alivio de la pobreza. Como se indica en la tabla 1-2, 25 de los 44 estudios analizados (*i.e.*, 56,82%) hacen referencia a países africanos: Botsuana, Ghana, Kenia, Madagascar, Malawi,

Namibia, Sudáfrica, Tanzania, Uganda, Zimbabue. Los países del contenido americano (Brasil, Costa Rica, Nicaragua, Estados Unidos de América (EE.UU.)), al igual que los países asiáticos (Camboya, China, Laos, Vietnam), son objeto de investigación empírica en un total de seis estudios (*i.e.*, el 13,64% de los estudios hace referencia a cada uno de estos continentes). Dos estudios se centran en Fiyi y un tercero en Escocia. Los restantes cuatros estudios examinan las siguientes zonas geográficas: 1) Laos y Mali; 2) pequeñas islas que son estados en vías de desarrollo en las zonas geográficas de Asia-Pacífico, Mar Caribe y África; varios países africanos y americanos; ONG de ámbito internacional.

Tabla 1-2: Ámbito geográfico, ámbito turístico y contexto turístico de la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza.

Autor/es	Ámbito geográfico	Ámbito turístico	Productos turísticos: mercados turísticos
Anderson (2014)	Kilimanjaro rural, Tanzania	Desarrollo turístico	Turismo cultural
Ashley y Roe (2002)	Sudáfrica, Namibia, Uganda, Nepal, Ecuador, St. Lucía	Proyectos de turismo pro-pobre -TPP- sobre alojamiento, asociaciones de turismo comunitario, construcción de capacidades, vínculos con la economía local y patrimonio	Turismo de vida salvaje, costero, de montaña, de aventura y de safari: segmentos de lujo, medio lujo y de viajeros independientes con bajo presupuesto
Blake (2008)	África del este: Kenia, Tanzania, Uganda	Desarrollo turístico	Turismo
Blake, Arbache, Sinclair y Teles (2008)	Brasil	Desarrollo turístico	Turismo: mercados internacional y doméstico
Bowden (2005)	China rural	Desarrollo turístico	Turismo en zonas rurales: mercados internacional y doméstico
Butcher (2011)	Ámbito internacional	ONG (<i>World Wide Fund for Nature, Netherland Development Organisation, United Nations International Year of Ecotourism</i>)	Ecoturismo
Butler, Curran y O’Gorman (2013)	Glasgow Govan, Escocia	Desarrollo turístico	Turismo
Croes (2014)	Costa Rica, Nicaragua	Desarrollo turístico	Turismo
Croes y Vanegas (2008)	Nicaragua	Desarrollo turístico	Turismo
Deller (2010)	Zonas rurales en Estados Unidos de América	Desarrollo turístico	Turismo en zonas rurales
Duygan y Bump (2007)	Tanzania y regiones	Desarrollo turístico	Turismo
Dwyer y Thomas (2012)	Camboya	Desarrollo turístico	Turismo: los 12 mercados de origen más importantes (Australia, China, Francia, Alemania, Japón, Corea del Sur, Malasia, Taiwán, Tailandia, Reino Unido, Estados Unidos de América, Vietnam)
Ferraro y Hanauer (2014)	Zonas protegidas, Costa Rica	Desarrollo turístico	Turismo
Guoqing y Yang (2012)	Three Gorge of Chongqing, China	Desarrollo turístico	Turismo
Holden, Sonne y Novelli (2011)	Elmina, Ghana	Desarrollo turístico	Turismo cultural
Jänis (2012)	Namibia	Empresas de turismo basado en la comunidad -TBC- y empresas turísticas del sector privado (alojamientos, granjas para la caza con trofeo, turoperadores)	Turismo
Jiang <i>et al.</i> (2011)	29 islas pequeñas que son estados en desarrollo en Asica-Pacífico, el Caribe y África	Desarrollo turístico	Turismo
Job y Paesler (2013)	Wasini Island, Kenia	Desarrollo turístico	Turismo basado en la naturaleza
Lapeyre (2010)	Zona de Tsiseb, Namibia	Empresa de TBC (Daureb Mountain Guides)	Turismo en zonas rurales

Autor/es	Ámbito geográfico	Ámbito turístico	Productos turísticos:	mercados
Lapeyre (2011)	Asociación de alojamiento "Grootberg", Namibia	Proyecto de TPP	Turismo	
Luvanga (2005)	Tanzania rural, Tanzania	Desarrollo turístico	Turismo	
Manwa y Manwa (2014)	Reservas forestales en Botsuana, Botsuana	Desarrollo turístico	Ecoturismo	
Manyara y Jones (2007)	Kenia	Empresas de TBC (alojamiento y oferta de senderismo y tienda relacionados con la naturaleza)	Turismo basado en la naturaleza	
Mbaiwa (2005)	Okavango Delta, Botsuana	Desarrollo turístico	Turismo fotográfico y de caza en safari:	mercados internacional y doméstico
Mbaiwa (2011)	Okavango Delta, Botsuana	Desarrollo turístico	Turismo fotográfico y de caza en safari	
Muchapondwa y Stage (2013)	Botsuana, Namibia, Sudáfrica	Desarrollo turístico	Turismo	
Muganda <i>et al.</i> (2010)	Villa Barabarani, Mto wa Mbu-Arusha, Tanzania	Desarrollo turístico	Turismo	
Mutana, Chipfuva y Muchenje (2013)	Zonas rurales en Zimbabue	Empresas del sector turístico privado (alojamientos, turoperadores)	Turismo	
Novelli y Hellwig (2011)	Namibia	Turoperadores	Turismo: mercados de Namibia y Alemania	
Phommavong y Sörensson (2014)	Provincia de Luangnamtha, Laos	Proyectos de TBC	Ecoturismo	
Picard (2003)	Greater St. Lucia Wetland Park, Sudáfrica	Comunidades y servicio gubernamental (Kwa Zulu-Natal Nature Conservation Service)	Turismo basado en la naturaleza	
Saayman, Rossouw y Krugell (2012)	Sudáfrica	Desarrollo turístico	Turismo: mercados internacional y doméstico	
Sarrasin (2013)	Parque Nacional Ranomafana, Madagascar	Desarrollo turístico	Ecoturismo	
Scheyvens y Russell (2012a)	Fiji	Empresas turísticas del sector privado (complejos pequeños de propiedad indígena en Fiji y complejos grandes de propiedad extranjera)	Turismo	
Scheyvens y Russell (2012b)	Fiji	Agencia gubernamental (<i>Native Lands Trust Board</i>)	Turismo	
Slocum y Backman (2011)	Tanzania	Desarrollo turístico	Turismo	
Snyman (2012)	Botsuana, Malaui, Namibia	Empresas turísticas del sector privado (Wilderness Safaris)	Ecoturismo	
Snyman (2013)	Parque Nacional Liwonde National, Malaui	Desarrollo turístico	Ecoturismo	
Spenceley y Goodwin (2007)	Parque Nacional Kruger, Sudáfrica	Empresas privadas y de propiedad estatal de turismo basado en la naturaleza	Turismo basado en la naturaleza, de safari fotográfico	
Steinicke y Neuburger (2012)	Parque Nacional Mt Kenia, Kenia	Empresa de TBC (Mt Kenya Guides y Porters Safari Club)	Turismo de montaña	
Thomas (2014)	Laos, Mali	Desarrollo turístico	Turismo	
Truong, Hall y Garry (2014)	Sapa, Vietnam	Desarrollo turístico	Turismo	
Yang, Hens, Ou y De Wulf (2009)	Liming Valley, Northwest Yunnan, China	Desarrollo turístico	Turismo en zonas rurales	
Zapata, Hall, Lindo y Vanderschaeghe (2011)	Nicaragua	Proyectos de TBC	Turismo de spa, cultural y de naturaleza:	mercados internacional y doméstico

FUENTE: Elaboración propia.

Nivel de análisis. Por una parte, con relación al ámbito geográfico de la investigación, los estudios empíricos seleccionados adoptan cinco niveles de análisis diferentes: 1) nivel internacional (*i.e.*, el análisis de los impactos del turismo internacional sobre el alivio de la pobreza), 2) nivel supranacional (*i.e.*, los impactos en varios países), 3) nivel nacional (*i.e.*, en un determinado país), 4) nivel regional (*i.e.*, en regiones específicas de un mismo país), 5) nivel local (*i.e.*, en comunidades locales). Por otra parte, atendiendo al ámbito turístico de la investigación empírica, se han identificado

tres niveles diferentes de análisis: 1) desarrollo del turismo (*i.e.*, el análisis de los impactos del desarrollo turístico en general), 2) las organizaciones turísticas (*i.e.*, los impactos de las empresas del sector privado, las empresas de TBC, servicios gubernamentales, ONG), 3) proyectos turísticos (*i.e.*, los impactos de proyectos de TPP y TBC). Mediante la combinación de estos dos criterios (*i.e.*, el ámbito geográfico de la investigación y el ámbito turístico de la misma), se identifica un total de 15 posibles categorías de niveles de análisis. Tal y como se exhibe en la tabla 1-3, la mayoría de estos niveles de análisis (12) fueron adaptadas por los estudios empíricos seleccionados, siendo los más habituales los siguientes: regional-desarrollo turístico, local-desarrollo turístico, nacional-desarrollo turístico, supranacional-desarrollo turístico, nacional-organizaciones turísticas, local-organizaciones turísticas.

Tabla 1-3: Niveles de análisis adoptados por la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza.

Ámbito geográfico	Ámbito turístico		
	Desarrollo turístico	Organizaciones turísticas	Proyectos turísticos
Internacional	—	Butcher (2011)	—
Supranacional	Blake (2008); Croes (2014); Jiang <i>et al.</i> (2011); Muchapondwa y Stage (2013); Thomas (2014)	Snyman (2012)	Ashley y Roe (2002)
Nacional	Blake, Arbache, Sinclair y Teles (2008); Croes y Vanegas (2008); Duygan y Bump (2007); Dwyer y Thomas (2012); Saayman, Rossouw y Krugell (2012); Slocum y Backman (2011)	Jänis (2012); Manyara y Jones (2007); Novelli y Hellwig (2011); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b)	Lapeyre (2011); Zapata, Hall, Lindo y Vanderschaeghe (2011)
Regional	Bowden (2005); Deller (2010); Duygan y Bump (2007); Ferraro y Hanauer (2014); Guoqing y Yang (2012); Holden, Sonne y Novelli (2011); Job y Paesler (2013); Luvanga (2005); Manwa y Manwa (2014)	Mutana, Chipfuva y Muchenje (2013)	Phommavong y Sörensson (2014)
Local	Anderson (2014); Butler, Curran y O’Gorman (2013); Mbaiwa (2005, 2011); Muganda, Sahli y Smith (2010); Sarrasin (2013); Snyman (2013); Truong <i>et al.</i> y (2014); Yang, Hens, Ou y De Wulf (2009)	Lapeyre (2010); Picard (2003); Spenceley y Goodwin (2007); Steinicke y Neuburger (2012)	—

FUENTE: Elaboración propia.

1.3.3. Contexto turístico de la investigación: productos y mercados turísticos

Del análisis de la tabla 1-2 también se desprende que la mayoría de las investigaciones empíricas seleccionadas hace referencia al turismo en general y, por tanto, no presta atención a un tipo de producto turístico específico (23 de los 44 artículos seleccionados: *i.e.*, 52,27%). El ecoturismo es el producto que recibe la mayor atención (seis estudios). Los restantes productos considerados son los siguientes: el turismo basado en la naturaleza y el turismo en zonas rurales (seis estudios entre ambos), el turismo de safari (tres estudios), el turismo cultural (dos estudios) y el turismo de

montaña (un estudio). Finalmente, Ashley y Roe (2002) y Zapata *et al.* (2011) evalúan una variedad de productos turísticos, que incluyen los siguientes: turismo de aventura, costero, cultural, de montaña, basado en la naturaleza, de safari, de spa y de vida salvaje (*wildlife*).

Se considera relevante apuntar la limitada presencia de investigaciones que examinen los impactos de diferentes mercados turísticos sobre el alivio de la pobreza, atendiendo a criterios de segmentación de mercado tales como el origen geográfico de los turistas, su perfil sociodemográfico (*e.g.*, género, edad, estado civil, educación, ocupación profesional, estatus económico), su comportamiento turístico y de viaje (*e.g.*, preferencias de viaje y ocio, gasto turístico, comportamiento con relación al medio ambiente) y su estilo de vida. Del análisis de la tabla 1-2 se puede extraer, además, que únicamente ocho de los 44 documentos hacen referencia a mercados turísticos específicos. Mientras que seis de ellos distinguen entre mercados turísticos internacionales y domésticos, Dwyer y Thomas (2012) evalúan 12 mercados de origen internacional. Finalmente, Ashley y Roe (2002) estudian los siguientes mercados turísticos: viajeros que buscan el lujo, los que pretenden un nivel medio de lujo y viajeros independientes con un reducido presupuesto para realización del viaje.

1.3.4. Métodos de estudio

Fuentes de información. Como se indica en la tabla 1-4, una amplia gama de fuentes de información es utilizada en las investigaciones empíricas evaluadas. Por lo general, estas investigaciones adoptan fuentes de información primarias o bien secundarias, mientras que tan sólo ocho de las 44 publicaciones utilizan ambos tipos de fuentes de información, al combinar las entrevistas personales con las estadísticas disponibles (siete estudios) o con la investigación previa (un estudio). La observación como técnica de recogida de información y la dinámica de grupos también son aplicadas por algunos de estos estudios (tres y dos, respectivamente).

Tabla 1-4: Métodos de estudio adoptados por la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza: fuentes de información y tipos de análisis.

Métodos de estudio	Autor/es
Fuentes secundarias de información	
Matriz de contabilidad social nacional	Blake (2008); Blake, Arbache, Sinclair y Teles (2008); Muchapondwa y Stage (2013); Saayman, Rossouw y Krugell (2012)
Estadísticas y documentos publicados por agencias gubernamentales, organizaciones no gubernamentales y empresas	Ashley y Roe (2002); Blake <i>et al.</i> (2008); Bowden (2005); Butcher (2011); Butler, Curran y O’Gorman (2013); Croes (2014); Croes y Vanegas (2008); Deller (2010); Duygan y Bump (2007); Guoqing y Yang (2012); Jiang <i>et al.</i> (2011); Lapeyre (2011); Luvanga (2005); Manwa y Manwa (2014); Mbaiwa (2005); Muganda, Sahli y Smith (2010); Saayman <i>et al.</i> (2012); Steinicke y Neuburger (2012)
Investigación previa	Bowden (2005); Ferraro y Hanauer (2014); Sarrasin (2013)
Fuentes primarias de información	

Entrevistas estructuradas con residentes, empleados, empresas turísticas y grupos de poder (turoperadores y residentes)	Dwyer y Thomas (2012); Luvanga (2005); Novelli y Hellwig (2011); Snyman (2012, 2013); Spenceley y Goodwin (2007); Ou y De Wulf (Yang, Hens 2009)
Entrevistas semiestructuradas con residentes, empleados, turistas, grupos de poder e informantes clave	Job y Paesler (2013); Lapeyre (2010, 2011); Manwa y Manwa (2014); Manyara y Jones (2007); Mbaiwa (2011); Muganda <i>et al.</i> (2010); Mutana, Chipfuva y Muchenje (2013); Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003); Sarrasin (2013); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Slocum y Backman (2011); Steinicke y Neuburger (2012); Thomas (2014); Zapata, Hall, Lindo y Vanderschaeghe (2011)
Entrevistas estructuradas y semiestructuradas con directivos y empleados de safari	Mbaiwa (2005)
Entrevistas no estructuradas con residentes, empleados, grupos de poder e informantes clave	Anderson (2014); Butler <i>et al.</i> (2013); Mbaiwa (2005, 2011); Thomas (2014)
Entrevistas no estructuradas y semiestructuradas con residentes, empleados, turistas, empresas turísticas, grupos de poder e informantes clave	Holden, Sonne y Novelli (2011); Jänis (2012); Truong <i>et al.</i> (2014)
Dinámica de grupos o entrevistas en grupo semiestructuradas con grupos de poder, informantes clave y empleados	Holden <i>et al.</i> (2011); Lapeyre (2010); Manwa y Manwa (2014); Mbaiwa (2011); Steinicke y Neuburger (2012); Yang <i>et al.</i> (2009); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Observación como participante y visitas personales a comunidades locales, hogares, proyectos turísticos y empresas	Butler <i>et al.</i> (2013); Holden <i>et al.</i> (2011); Jänis (2012); Lapeyre (2010, 2011); Luvanga (2005); Phommavong y Sörensson (2014); Steinicke y Neuburger (2012); Truong <i>et al.</i> (2014); Yang <i>et al.</i> (2009); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Análisis	
Modelo de equilibrio general computable	Blake <i>et al.</i> (2008); Saayman <i>et al.</i> (2012)
Herramienta para evaluar el turismo basado en la naturaleza sostenible (SUNTAT)	Spenceley y Goodwin (2007)
Cuenta satélite de turismo	Muchapondwa y Stage (2013)
Análisis del valor añadido (multiplicador de ingresos)	Job y Paesler (2013)
Multiplicadores de empleo e ingresos	Luvanga (2005)
Análisis input-output	Blake (2008)
Análisis de regresión múltiple	Croes (2014); Croes y Vanegas (2008); Deller (2010); Duygan y Bump (2007); Ferraro y Hanauer (2014)
Análisis de correlaciones	Jiang <i>et al.</i> (2011)
Matriz nivel de pobreza-calidad de los recursos turísticos	Guoqing y Yang (2012)
Análisis descriptivo	Dwyer y Thomas (2012); Lapeyre (2010, 2011); Luvanga (2005); Mbaiwa (2005, 2011); Muganda <i>et al.</i> (2010); Snyman (2012, 2013); Yang <i>et al.</i> (2009)
Análisis de frecuencias	Anderson (2014); Bowden (2005); Dwyer y Thomas (2012); Mutana <i>et al.</i> (2013); Novelli y Hellwig (2011); Snyman (2012, 2013); Thomas (2014); Truong <i>et al.</i> (2014)
Análisis de contenido	Anderson (2014); Holden <i>et al.</i> (2011); Jänis (2012); Manwa y Manwa (2014); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003); Sarrasin (2013); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Slocum y Backman (2011); Steinicke y Neuburger (2012); Truong <i>et al.</i> (2014); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Estudio de caso	Ashley y Roe (2002); Butcher (2011); Butler <i>et al.</i> (2013); Scheyvens y Russell (2012a; 2012b)

FUENTE: Elaboración propia.

Las fuentes secundarias de información más utilizadas son las estadísticas y los documentos publicados por agencias gubernamentales, ONG y empresas. Así mismo, se han encontrado estudios que utilizan la matriz de contabilidad social nacional de los siguientes países (Blake, 2008; Blake *et al.*, 2008; Saayman, Rossouw y Krugell, 2012; Muchapondwa y Stage, 2013): Botsuana, Brasil, Kenia, Namibia, Sudáfrica, Tanzania y Uganda. La investigación previa sobre turismo y pobreza en las zonas rurales de China y las áreas protegidas de Costa Rica y Madagascar también es utilizada considerada como fuente de información (Bowden, 2005; Sarrasin, 2013; Ferraro y Hanauer, 2014).

Las fuentes primarias de información son adoptadas por el 68,18% de los manuscritos seleccionados (*i.e.*, 30 estudios, 18 de los cuales usan dos o tres fuentes primarias). El método de investigación mayoritariamente elegido por estas investigaciones fue la encuesta, siendo el tipo de cuestionario más utilizado la entrevista semi-estructurada, seguida por la entrevista estructurada y la no estructurada (véase tabla 1-4). Las restantes fuentes de información primarias empleadas son: la observación como participante y las visitas a comunidades locales, hogares, proyectos turísticos y empresas, así como dinámicas de grupo y las entrevistas en grupo semi-estructuradas a grupos de poder, informantes clave y empleados.

Con relación a las entrevistas personales, debe destacarse la gran variedad de individuos entrevistados: 1) grupos de poder e informantes clave (cargos públicos en el gobierno, representantes de empresas y proyectos de TBC, académicos, consultores del ámbito turístico, asesores de política pública, administradores de ONG, representantes del sector turístico y de sectores proveedores); 2) residentes locales; 3) empleados de un servicio de conservación de la naturaleza, proyectos de TPP, empresas de TBC, empresas turísticas y de sectores proveedores; 4) turistas; 5) representantes de empresas turísticas (turoperadores, alojamientos, granjas privadas dedicadas a la práctica de la caza con trofeo, empresas de TBC). Las muestras de mayor tamaño se encuentran en las siguientes investigaciones: 1) Dwyer y Thomas (2012): 1.979 turistas, 996 representantes de empresas turísticas y 374 empleados; 2) Thomas (2014): 1.955 empleados y representantes de los grupos de poder; 3) Spenceley y Goodwin (2007): 1.058 residentes locales; 4) Snyman (2012): 618 residentes y 194 empleados; 5) Luvanga (2005): 281 residentes y 100 representantes de los grupos de poder; y 6) Snyman (2013): 251 residentes y 61 empleados.

Sin embargo, el tamaño muestral en la mayoría de los estudios es limitado. Un total de 163 empleados en el sector del turismo de safari y algunos representantes del gobierno y de organizaciones de TBC fueron seleccionados por Mbaiwa (2005). Una muestra similar es considerada por Muganda *et al.* (2010): 139 representantes de los hogares y 13 informantes clave. Un número similar de entrevistas, en esta ocasión a residentes y representantes de los hogares, es utilizada por Anderson (2014), Mbaiwa (2011) y Picard (2003): 85, 90 y 90, respectivamente. Las percepciones de 27 hogares y 48 empleados son analizadas por Steinicke y Neuburger (2012), quienes también contactaron con representantes de los grupos de poder e informantes clave. Los

restantes 18 estudios se fundamentan en un número de entrevistas que varía entre nueve (Phommavong y Sörensson, 2014) y 65 (Jänis, 2012) individuos.

Tipos de análisis. De la tabla 1-4 se desprende que los tipos de análisis más efectuados se corresponden con los análisis de contenido, descriptivo y de frecuencias. No obstante, en seis investigaciones se evalúa la existencia de una posible asociación estadística entre el turismo y la pobreza. Mientras que Jiang *et al.* (2011) aplican un análisis de correlaciones, cinco estudios llevan a cabo un análisis de regresión múltiple: regresión de mínimos cuadrados ordinarios, modelo probit, análisis de regresión ponderadas geográficamente, test aumentado de Dickey-Fuller, test de Phillips-Perron, regresión de cointegración y modelos de ecuaciones estructurales. Seis investigaciones también adoptan un análisis de los efectos multiplicadores: análisis del valor añadido, análisis de multiplicadores de empleo e ingresos, análisis input-output, análisis de la cuenta satélite del turismo y el modelo de equilibrio general computable. Finalmente, Spenceley y Goodwin (2007) desarrollaron una herramienta propia para la evaluación del turismo sostenible basado en la naturaleza -SUNTAT, por sus siglas en inglés-, que sería aplicada para el análisis de los impactos socioeconómicos del turismo.

1.3.5. Medición de la pobreza

Del análisis de las investigaciones empíricas seleccionadas se han extraído cuatro enfoques diferentes para la medición de la pobreza (véase tabla 1-5). El primer enfoque se refiere a la estimación del número de residentes, empleados o bien hogares con niveles de ingresos inferiores a una cierta cantidad de dinero. Mientras que Croes (2014), Croes y Vanegas (2008) y Spenceley y Goodwin (2007) adoptan el umbral de pobreza extrema considerado a nivel internacional (fijado entonces en un dólar estadounidense al día), Bowden (2005), Mbaiwa (2005) y Snyman (2013) seleccionan el umbral de pobreza nacional (0,66 dólares estadounidenses al día en China, 159 dólares al mes en Botsuana y 110,10 dólares en Malawi, respectivamente). Por su parte, Thomas (2014) utiliza una medida más integral de la pobreza, consistente en la distinción de tres niveles de umbral de la pobreza: dos dólares estadounidenses al día, 1,25 dólares al día y el umbral de la pobreza nacional en Laos y Mali. Otros estudios estimaron el umbral de la pobreza a través de los siguientes indicadores: el ingreso medio en las zonas rurales (Ashley y Roe, 2002), el salario de los trabajadores agrarios (Lapeyre, 2010) o las necesidades básicas (Ashley y Roe, 2002; Duygan y Bump, 2007). A su vez,

Job y Paesler (2013) consideran como pobres a todos los residentes en un área de estudio caracterizada por la pobreza.

Tabla 1-5: Enfoques para la medición de la pobreza adoptados por la investigación empírica previa sobre los impactos del turismo en el alivio de la pobreza.

Medidas de pobreza	Autor/es
Número de residentes, empleados o bien hogares con niveles de ingresos inferiores a una cierta cantidad de dinero	Ashley y Roe (2002); Bowden (2005); Croes (2014); Croes y Vanegas (2008); Duygan y Bump (2007); Job y Paesler (2013); Lapeyre (2010); Mbaiwa (2005); Snyman (2013); Spenceley y Goodwin (2007); Thomas (2014)
Diferentes categorías de hogares y residentes pobres atendiendo a sus ingresos, tipo de trabajo, ocupación profesional, vulnerabilidad o raza	Blake (2008); Blake, Arbache, Sinclair y Teles (2008); Deller (2010); Dwyer y Thomas (2012); Holden, Sonne y Novelli (2011); Muchapondwa y Stage (2013); Saayman, Rossouw y Krugell (2012); Snyman (2012); Steinicke y Neuburger (2012); Yang, Hens, Ou y De Wulf (2009)
Indicadores de desarrollo humano y evaluaciones de pobreza realizadas por Naciones Unidas, ONG, investigaciones previas u otros autores	Butcher (2011); Butler, Curran y O’Gorman (2013); Ferraro y Hanauer (2014); Guoqing y Yang (2012); Jiang <i>et al.</i> (2011)
Percepciones de los residentes, empleados, turistas, representantes de las empresas turísticas y de proyectos de turismo basado en la comunidad (TBC), grupos de poder y/o informantes clave	Anderson (2014); Jänis (2012); Lapeyre (2011); Luvanga (2005); Manwa y Manwa (2014); Manyara y Jones (2007); Mbaiwa (2011); Muganda, Sahli y Smith (2010); Mutana, Chipfuva y Muchenje (2013); Novelli y Hellwig (2011); Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003); Sarrasin (2013); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Slocum y Backman (2011); Truong <i>et al.</i> (2014); Zapata, Hall, Lindo y Vanderschaeghe (2011)

FUENTE: Elaboración propia.

Un segundo enfoque económico se refiere al establecimiento de diferentes categorías de hogares y residentes pobres atendiendo a sus ingresos, tipo de trabajo, ocupación profesional, vulnerabilidad o raza. En este sentido, Blake *et al.* (2008) identifica los hogares pobres en Kenia (aquellos cuyos ingresos se sitúan entre el 10% de los ingresos más bajos), Tanzania (aquellos con ingresos por debajo de los imprescindibles para cubrir las necesidades básicas y del umbral de la pobreza en alimentación) y Uganda (aquellos que son analfabéticos o que apenas pueden leer y escribir). Por su parte, Yang *et al.* (2009) delimitan los hogares pobres de manera general, como aquellos con los ingresos más bajos. De manera similar, Blake (2008) selecciona a los hogares sin ingresos procedentes del turismo. Steinicke y Neuburger (2012) analizan tres categorías de hogares vulnerables: 1) aquellos con un nivel elevado de vulnerabilidad (*i.e.*, un miembro del hogar trabaja en una empresa de TBC), 2) aquellos con un nivel moderado de vulnerabilidad y 3) aquellos con un nivel bajo de vulnerabilidad (varios miembros del hogar trabajan en una empresa de TBC). Finalmente, Saayman *et al.* (2012) consideran en su estudio que todos los hogares con personas negras son pobres.

Con relación a los residentes pobres, Dwyer y Thomas (2012) se centran en tres categorías de ocupación profesional: 1) empleados, 2) proveedores directos de servicios a turistas, 3) vendedores directos de bienes y servicios al sector turístico. Por

su parte, Holden *et al.* (2011) consideran tres segmentos de residentes pobres: 1) empleados que trabajan en el sector turístico informal y que tienen un empleo de nivel bajo no seguro en el sector turístico formal, 2) empleados en otros sectores que son vulnerables a la estacionalidad, 3) desempleados. A su vez, Snyman (2012) se centra en los empleados en un negocio de ecoturismo y los residentes en comunidades adyacentes a un área de conservación ambiental. Por último, también se selecciona a los residentes que trabajan en el sector primario (Muchapondwa y Stage, 2013) y las ratios de pobreza en las zonas rurales (Deller, 2010).

Un tercer enfoque para la medición de la pobreza consiste en la utilización de indicadores de desarrollo humano y de las evaluaciones de pobreza realizadas por Naciones Unidas, ONG, investigaciones previas u otros autores. Este enfoque es el usado por Jiang *et al.* (2011), quienes emplean tres indicadores de desarrollo humano: el PIB per cápita con una paridad en el poder de compra, el Índice de Desarrollo Humano (IDH) del PNUD y un valor inferior a cinco en la ratio de mortalidad por cada 1.000 nacimientos. Por su parte, Guoqing y Yang (2012) adoptan indicadores de desarrollo humanos asociados a la calidad de vida, la tecnología, la salud, los medios de comunicación y el estilo de vida básico. Ferraro y Hanauer (2014) utilizan un índice de pobreza basado en los activos que ha sido propuesto por investigaciones previas. Un planteamiento más general fue adoptado por Butcher (2011), quien considera las evaluaciones que sobre la pobreza hacen ONG internacionales. Finalmente, Butler *et al.* (2013) evalúan en su estudio el nivel de aplicación de los principios del TPP.

El cuarto y último enfoque para la medición de la pobreza se refiere a la evaluación de las percepciones de una amplia gama de individuos: 1) residentes (*e.g.*, Luvanga, 2005; Anderson, 2014;), 2) empleados (*e.g.*, Lapeyre, 2011; Anderson, 2014), 3) turistas (Truong *et al.*, 2014), 4) representantes de empresas turísticas (*e.g.*, Jänis, 2012; Mutana *et al.*, 2013), 5) representantes de proyectos de TBC (Manyara y Jones, 2007; Zapata *et al.*, 2011), 6) representantes de los grupos de poder (*e.g.*, Luvanga, 2005; Manwa y Manwa, 2014), 7) informantes clave (*e.g.*, Lapeyre, 2011; Jänis, 2012). Si consideramos que la pobreza es un fenómeno multidimensional, se podría plantear que el enfoque basado en la percepción debería ser combinado con los enfoques económicos y los indicadores de desarrollo humano para la medición de la pobreza.

1.3.6. Evidencias sobre la contribución del turismo al alivio de la pobreza

El análisis de los resultados alcanzados por los estudios seleccionados, los cuales podrían ser representativos de la investigación empírica sobre los impactos del turismo sobre el alivio de la pobreza que ha sido publicada desde el año 1999, sugiere la existencia de una amplia variedad de impactos, que podrían ser agrupados en las siguientes cuatro categorías básicas (véase tabla 1-6): 1) impacto neto sobre la pobreza, 2) impactos económicos, 3) impactos socioculturales y en el estilo de vida, 4) impactos sobre el medio ambiente. A la discusión de los principales resultados y conclusiones referentes a estas categorías se destinan los siguientes párrafos.

Impacto neto sobre la pobreza. Thomas (2014) evidencia que el impacto del turismo varía en función del umbral de pobreza que se elija, siendo “dos dólares estadounidenses al día” el umbral que exhibe un mayor impacto por parte de la actividad turística. Sin embargo, al menos el 60% de los trabajadores del sector turístico en Laos y Mali reciben un salario medio inferior a dos dólares estadounidenses y, por consiguiente, estos trabajadores son pobres. Por su parte, Croes (2014) y Croes y Vanegas (2008) consideran que el desarrollo turístico proporciona beneficios a los pobres en los países con bajos niveles de desarrollo económico y una elevada presencia de pobreza. En este sentido, la expansión del turismo reduce la tasa de pobreza en Nicaragua, pero la incrementa en el caso de Costa Rica, país éste que disfruta de un mayor nivel de desarrollo económico. También se sugiere que la calidad de los recursos turísticos parece excluir a los pobres de los beneficios del turismo (Guoqing y Yang, 2012; Croes, 2014). Aunque los efectos causales no fueron evaluados, Jiang *et al.* (2011) generan evidencias respecto a la existencia de una correlación negativa entre la intensidad del turismo y la tasa de pobreza en las islas pequeñas que son estados en desarrollo. De manera similar, en un análisis del caso de Brasil, Blake *et al.* (2008) concluyen que el turismo está beneficiando a los grupos de población con los ingresos más bajos.

Tabla 1-6: Categorías de impactos del turismo en el alivio de la pobreza según la investigación empírica previa.

Categorías de impactos	Autor/es
Impacto neto sobre la pobreza	Anderson (2014); Blake, Arbache, Sinclair y Teles (2008); Bowden (2005); Butler, Curran y O’Gorman (2013); Croes (2014); Croes y Vanegas (2008); Deller (2010); Duygan y Bump (2007); Ferraro y Hanauer (2014); Guoqing y Yang (2012); Holden, Sonne y Novelli (2011); Jiang <i>et al.</i> (2011); Job y Paesler (2013); Lapeyre (2011); Luvanga (2005); Manyara y Jones (2007); Mbaiwa (2005, 2011); Muchapondwa y Stage (2013); Muganda, Sahli y Smith (2010); Mutana, Chipfuva y Muchenje (2013); Novelli y Hellwig (2011); Scheyvens y Russell (2012a); Slocum y Backman (2011); Spenceley y Goodwin (2007); Steinicke y Neuburger (2012); Thomas (2014); Truong <i>et al.</i> (2014)
Impactos económicos	
Contribución al crecimiento económico	Croes y Vanegas (2008); Job y Paesler (2013); Saayman, Rossouw y Krugell (2012); Slocum y Backman (2011)
Generación de ingresos y empleo a través del desarrollo turístico	Anderson (2014); Blake <i>et al.</i> (2008); Butler <i>et al.</i> (2013); Croes (2014); Dwyer y Thomas (2012); Job y Paesler (2013); Lapeyre (2011); Luvanga (2005); Manwa y Manwa (2014); Mbaiwa (2005); Muchapondwa y Stage (2013); Muganda <i>et al.</i> (2010); Saayman <i>et al.</i> (2012); Sarrasin (2013); Scheyvens y Russell (2012b); Snyman (2013); Thomas (2014); Truong <i>et al.</i> (2014); Yang <i>et al.</i> (2009); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Generación de ingresos y empleo a través de las empresas turísticas y de turismo basado en la comunidad –TBC-	Jänis (2012); Lapeyre (2010); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Scheyvens y Russell (2012a); Snyman (2012); Steinicke y Neuburger (2012)
Generación de ingresos y empleo a través de los servicios gubernamentales y proyectos de TBC	Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003)
Generación de vínculos con la economía local y efectos indirectos	Blake (2008); Bowden (2005); Job y Paesler (2013); Luvanga (2005); Manwa y Manwa (2014); Manyara y Jones (2007); Mbaiwa (2005); Muchapondwa y Stage (2013); Muganda <i>et al.</i> (2010); Mutana <i>et al.</i> (2013); Sarrasin (2013); Scheyvens y Russell (2012a); Snyman (2013); Spenceley y Goodwin (2007)
Dependencia de empresas extranjeras y turistas internacionales	Bowden (2005); Holden <i>et al.</i> (2011); Mbaiwa (2005); Scheyvens y Russell (2012a); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Impactos socioculturales y en el estilo de vida	
Coste, calidad y forma de vida	Anderson (2014); Bowden (2005); Butcher (2011); Job y Paesler (2013); Luvanga (2005); Manyara y Jones (2007); Muganda <i>et al.</i> (2010); Picard (2003); Snyman (2012, 2013)
Urbanización y desarrollo de infraestructuras	Anderson (2014); Ashley y Roe (2002); Bowden (2005); Butler <i>et al.</i> (2013); Manwa y Manwa (2014); Manyara y Jones (2007); Mbaiwa (2005); Muganda <i>et al.</i> (2010); Snyman (2012); Spenceley y Goodwin (2007)
Servicios de salud y educación	Anderson (2014); Ashley y Roe (2002); Butler <i>et al.</i> (2013); Manwa y Manwa (2014); Manyara y Jones (2007); Muganda <i>et al.</i> (2010); Mutana <i>et al.</i> (2013); Snyman (2013)
Empoderamiento e implicación en la toma de decisiones	Anderson (2014); Lapeyre (2010, 2011); Mbaiwa (2005, 2011); Mutana <i>et al.</i> (2013); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Slocum y Backman (2011); Snyman (2012); Spenceley y Goodwin (2007); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Capital humano y construcción de capacidades	Anderson (2014); Butler <i>et al.</i> (2013); Lapeyre (2010, 2011); Luvanga (2005); Sarrasin (2013); Snyman (2013); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Reducción de la desigualdad	Ashley y Roe (2002); Blake <i>et al.</i> (2008); Bowden (2005); Jänis (2012); Muganda <i>et al.</i> (2010); Phommavong y Sörensson (2014); Saayman <i>et al.</i> (2012); Snyman (2013); Steinicke y Neuburger (2012); Yang <i>et al.</i> (2009)
Reducción de la vulnerabilidad	Anderson (2014); Ashley y Roe (2002); Croes (2014); Jänis (2012); Lapeyre (2010, 2011); Scheyvens y Russell (2012a); Snyman (2012, 2013); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Impactos sobre las minorías y segmentos de la sociedad	Jänis (2012); Job y Paesler (2013); Lapeyre (2011); Luvanga (2005); Phommavong y Sörensson (2014); Snyman (2012, 2013); Truong <i>et al.</i> (2014); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Impactos sobre la cultura tradicional	Butler <i>et al.</i> (2013); Luvanga (2005); Phommavong y Sörensson (2014)
Impactos sobre el medio ambiente	
Degradación y conservación del medio ambiente	Ashley y Roe (2002); Bowden (2005); Butcher (2011); Jänis (2012); Lapeyre (2011); Luvanga (2005); Mbaiwa (2005, 2011); Picard (2003); Sarrasin (2013); Snyman (2012); Truong <i>et al.</i> (2014)
Gestión del agua, de los residuos y de la energía	Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Concienciación y comportamiento ambiental de los residentes	Mbaiwa (2011); Snyman (2012); Yang <i>et al.</i> (2009)

FUENTE: Elaboración propia.

En comparación con otros sectores, el turismo no parece generar mayores beneficios para los pobres en los casos de Botsuana, Namibia y Sudáfrica (Muchapondwa y Stage, 2013). Concretamente, el porcentaje de ingresos por turismo que recibe la población rural en estos países es inferior a su porcentaje de ingresos generales del país. Por el contrario, en el caso de Tanzania, es menos probable que sean pobres los hogares implicados en sectores orientados a la exportación, entre los que se encuentra el

turismo, en comparación con aquellos que dependen de la venta de cereales para la alimentación o de la ganadería (Duygan y Bump, 2007; Slocum y Backman, 2011).

En un ámbito regional, existen evidencias que indican un impacto positivo del turismo sobre el alivio de la pobreza en las zonas rurales de China (Bowden, 2005), Tanzania (Anderson, 2014), Zimbabue (Mutana *et al.*, 2013), del Kilimanjaro (Anderson, 2014), así como de las zonas protegidas de Costa Rica (Ferraro y Hanauer, 2014). Sin embargo, Holden *et al.* (2011) concluyen que actualmente el turismo contribuye de manera muy limitada al alivio de la pobreza en Elmina, Ghana. En relación con las zonas rurales de EE.UU., el estudio de Deller (2010) evidencia que una mayor concentración de instalaciones para la práctica del golf, tenis o natación tiende a reducir la tasa de pobreza, mientras que otras formas de recreación no influyen de manera significativa en la pobreza. Así mismo, señala que las actividades de recreación relacionadas con el esquí y el comercio tienden a reducir la pobreza en algunas zonas, si bien en otras zonas el efecto es el opuesto (*i.e.*, ocasionan un aumento en los niveles de pobreza).

La evidencia disponible en el ámbito local también es contradictoria. En el caso de del Delta Okavango, en Bostuana, los estudios de Mbaiwa (2005, 2011) concluyen lo siguiente: 1) el turismo de enclave (dirigido a organizar visitas a lugares muy concretos de un destino, sin interacción con la población local) es incapaz de promover el desarrollo económico rural y reducir la pobreza, 2) la gestión de los recursos naturales basada en la comunidad o “community-based natural resource management” (CBNRM) no genera necesariamente importantes beneficios para la mayoría de los residentes. De manera específica, Truong, Hall y Garry (2014) encuentran que el sector turístico local en Sapa, Vietnam, principalmente beneficia a los no pobres y a los integrantes del sector privado (*e.g.*, hoteles, turoperadores). Sin embargo, casi dos tercios de los participantes en dicho estudio considera que el turismo es un contribuyente neto al alivio de la pobreza, a la vez que son también necesarias las formas de vida alternativas distintas al turismo. De manera similar, la mayoría de los residentes en la villa de Barabarani, Tanzania, y Wasini Island, Kenia, piensan que el turismo contribuye positivamente a varias dimensiones de la pobreza, entre las que se encuentran los ingresos de los hogares locales (Muganda *et al.*, 2010; Jacob y Praesler, 2013).

Los restantes estudios generan resultados que sugieren la influencia positiva que sobre el alivio de la pobreza tienen las organizaciones turísticas y los proyectos de TBC. Atendiendo a los resultados alcanzados por Novelli y Hellwig (2011), del conjunto de

ODM establecidos por Naciones Unidas, los turoperadores de Namibia y Alemania contribuyen más al cumplimiento del objetivo primero, sobre erradicación de la pobreza. Scheyvens y Russell (2012a) concluyen que los complejos turísticos en Fiyi contribuyen a los determinantes del alivio de la pobreza propuestos por Zhao y Ritchie (2007): oportunidad, empoderamiento, seguridad. Más concretamente, Spenceley y Goodwin (2007) encuentran que las empresas turísticas del sector privado reducen la tasa de pobreza en las comunidades del Parque Nacional Kruger, Sudáfrica. Con relación a las organizaciones de TBC, su impacto positivo sobre la pobreza todavía es insignificante en Kenia (Manyara y Jones, 2007; Steinicke y Neuburger, 2012). La asociación de alojamiento “The Grootberg lodge partnership”, que es un proyecto de TBC en Namibia, también contribuye al logro del primero de los MDG (Lapeyre, 2011). Finalmente, los principios del TPP están siendo aplicados en la regeneración del distrito de Govan, en Glasgow, Escocia (Butler *et al.*, 2013).

Impactos económicos. Las investigaciones empíricas seleccionadas generan evidencias sobre las siguientes categorías de impactos económicos (véase tabla 1-6): 1) contribución al crecimiento económico, 2) generación de ingresos y empleo, 3) vínculos con la economía local y efectos indirectos, 4) dependencia de compañías extranjeras y turistas internacionales. En cuanto a la contribución al crecimiento económico, Croes y Vanegas (2008) analizan el caso de Nicaragua y observaron una contribución significativa (coeficiente Beta igual a +0,76). En Wasini Island, Kenia, el ingreso total que genera el turismo representa el 77,5% del ingreso de valor añadido mensual (Job y Paesler, 2013). De manera similar, el turismo funciona como instrumento para incrementar el PIB y animar la inversión internacional en Tanzania y Sudáfrica (Slocum y Backman, 2011; Saayman *et al.*, 2012). La mayoría de los restantes estudios enfatizan la generación de ingresos y empleo como una contribución de los siguientes ámbitos turísticos (véase tabla 1-6): desarrollo turístico, empresas turísticas y de TBC, servicios gubernamentales y proyectos de TBC. Además, existen evidencias en la literatura revisada para casi todos los ámbitos geográficos: supranacional, nacional, regional y local.

Con relación a los ingresos, el turismo genera ganancias por intercambio comercial con el exterior, ingresos públicos e ingresos de trabajo. Sin embargo, el turismo hace que los precios de consumo (*i.e.*, la inflación) aumenten y, en consecuencia, se produce una contracción en las exportaciones de otros sectores de actividad (*e.g.*, agricultura, industria) y un cambio del gasto doméstico hacia los bienes y servicios que son

importados, en vez de los producidos internamente (Saayman *et al.*, 2012). Aunque en ocasiones los residentes perciben al turismo como una actividad que genera un nivel bajo de ingresos directos (Muganda *et al.*, 2010; Lapeyre, 2011) y de ingresos para los pobres (Dwyer y Thomas, 2012), los ingresos por trabajo ejercen una mayor influencia positiva sobre el alivio de la pobreza que los ingresos colectivos o las donaciones voluntarias de turistas y empresas turísticas (Jänis, 2012; Mutana *et al.*, 2013). A su vez, el empleo que genera el turismo -*e.g.*, guías turísticos, porteadores, personal de limpieza...- representa una de las escasas fuentes de ingresos en algunas zonas -*e.g.*, Reservas Forestales de Botsuana, Parque Nacional Liwonde, Parque Nacional Mt Kenya, zonas rurales en el Kilimanjaro- (Steinicke y Neuburger, 2012; Snyman, 2013; Anderson, 2014; Manwa y Manwa, 2014).

En términos generales, las evidencias existentes indican que el turismo proporciona valiosas oportunidades de trabajo para los pobres (Luvanga, 2005; Dwyer y Thomas, 2012; Anderson, 2014), si bien estas oportunidades se refieren principalmente a puestos de trabajo de nivel bajo, que requieren escasa formación y que implican salarios bajos (Luvanga, 2005; Mbaiwa, 2005; Dwyer y Thomas, 2012; Mutana *et al.*, 2013). Además, la inmigración de personas con mejor cualificación constituye una importante barrera para que los residentes locales puedan acceder a los puestos de trabajo que genera el sector turístico (Job y Paesler, 2013; Sarrasin, 2013; Anderson, 2014; Manwa y Manwa, 2014). Mientras que Croes (2014) apunta que el salario de los puestos de trabajo en turismo es inferior al salario medio en Costa Rica, Sarrasin (2013) y Zapata *et al.* (2011) señalan que el salario en turismo es elevado en comparación con el salario de los empleados públicos y el salario que se podría obtener por realizar trabajos tradicionales.

Otra categoría de impactos económicos se refiere a los efectos indirectos del desarrollo turístico, de las empresas de TBC y de otras empresas turísticas (véase tabla 1-6). Existen evidencias sobre esta categoría de impactos que se refieren a todos los ámbitos geográficos considerados. Un primer grupo de investigaciones sugiere que el turismo representa un ímpetu para los pequeños negocios y otros sectores relacionados -*e.g.*, la producción y venta de productos agrarios, de artesanía y de regalos- (Bowden, 2005; Luvanga, 2005; Manyara y Jones, 2007; Mutana *et al.*, 2013; Sarrasin, 2013). Más concretamente, Blake (2008) evidencia que los hoteles y restaurantes tienen importantes vínculos “hacia atrás” (*i.e.*, con los proveedores locales y otros sectores de la economía local), mientras que el transporte tiene vínculos muy débiles. El efecto

positivo del gasto de los ingresos por motivos de trabajo ha sido enfatizado por algunos autores (Snyman, 2012, 2013; Manwa y Manwa, 2014). No obstante, un segundo grupo de autores concluyen que el turismo no mejora la actividad económica principal de la población local -e.g., la agricultura- (Muganda *et al.*, 2010), y que las empresas turísticas y los propios turistas escasamente se aprovisionan de proveedores locales (Mbaiwa, 2005; Spenceley y Goodwin, 2007; Scheyvens y Russell, 2012a; Manwa y Manwa, 2014). En este aspecto, mientras que en Sudáfrica hay profundos vínculos con el resto de la economía, en Namibia y Botsuana gran parte del gasto turístico se destina a importaciones de bienes y servicios necesarios para atender las necesidades de los turistas (Muchapondwa y Stage, 2013).

La última categoría de impactos económicos se refiere a la dependencia respecto a las empresas extranjeras y los turistas internacionales que suele aparecer como resultado de iniciativas de desarrollo turístico (Bowden, 2005; Mbaiwa, 2005; Holden *et al.*, 2011), creación de empresas turísticas (Scheyvens y Russell, 2012a) y puesta en marcha de proyectos de TBC (Zapata *et al.*, 2011), y en cualquier ámbito geográfico. En primer lugar, una elevada dependencia de las empresas extranjeras marginaliza a los pobres de los beneficios que genera el turismo y debilita los vínculos con la economía doméstica (Mbaiwa, 2005; Holden *et al.*, 2011; Scheyvens y Russell, 2012a). En segundo lugar, no hay consenso sobre el atractivo de los mercados turísticos domésticos. Aunque Bowden (2005) asevera que los turistas domésticos, en comparación con los internacionales, tienen una menor capacidad de gasto, Zapata *et al.* (2011) enfatizan el potencial de los mercados domésticos, por ejemplo, para incrementar los vínculos de las empresas turísticas con el resto de empresas locales.

Impactos socioculturales y en el estilo de vida. Del análisis de las investigaciones empíricas seleccionadas se han identificado las siguientes categorías de impactos socioculturales (véase tabla 1-6): 1) coste, calidad y forma de vida; 2) urbanización y desarrollo de infraestructuras; 3) servicios de salud y educación; 4) empoderamiento e implicación en la toma de decisiones; 5) capital humano y construcción de capacidades; 6) reducción de la desigualdad; 7) reducción de la vulnerabilidad; 8) impactos sobre las minorías y los segmentos de la sociedad; 9) impactos sobre la cultura tradicional.

En relación con el coste, la calidad y la forma de vida, Bowden (2005) y Butcher (2011) concluyen que el desarrollo turístico conlleva amplios cambios sociales y culturales

para los pobres, entre los que se podría incluir una mentalidad más abierta. En este sentido, la mayoría de los residentes asocian a las empresas de TBC y a los proyectos de turismo basado en la naturaleza, ecoturismo, turismo cultural y turismo sostenible con un mayor poder de compra, un mejor estilo de vida y positivos valores socioculturales (Picard, 2003; Manyara y Jones, 2007; Butcher, 2011; Snyman, 2012, 2013; Job y Paesler, 2013; Anderson, 2014). Sin embargo, Muganda *et al.* (2010) observan que el turismo aumentó los precios y, en consecuencia, el coste de vida de los residentes.

Otros aspectos positivos del desarrollo turístico y de la actividad de las empresas turísticas que han sido mencionados por los estudios analizados se refieren a la rápida urbanización de regiones rurales con elevados niveles de pobreza y el desarrollo de infraestructuras de transporte, comunicación y alojamiento (*e.g.*, Bowden, 2005; Anderson, 2014; Manwa y Manwa, 2014). En cuanto al acceso de las personas a los servicios de educación y salud, las evidencias generadas apoyan que el desarrollo turístico y las organizaciones turísticas realizan una contribución positiva (Manyara y Jones, 2007; Butler *et al.*, 2013; Mutana *et al.*, 2013; Snyman, 2013; Anderson, 2014; Manwa y Manwa, 2014). No obstante lo anterior, el turismo podría conllevar una rápida expansión del VIH y SIDA (Muganda *et al.*, 2010).

El TBC, las organizaciones gubernamentales y las empresas turísticas también pueden contribuir a una mayor implicación de los residentes locales en la toma de decisiones y el empoderamiento de las comunidades, mediante el aumento y el fortalecimiento de sus contactos dentro de las instituciones, redes, productos y mercados. Así mismo, el TPP y el TBC representan estrategias eficientes para construir activos en general (activos financieros, físicos y de capital humano) y, en particular, una variedad de capacidades humanas, como la educación básica, las habilidades sociales, las habilidades para el trabajo y la dirección del turismo. Sin embargo, los estudios sobre el desarrollo turístico y las empresas turísticas generaron resultados que implican una limitada presencia de los siguientes aspectos (Mbaiwa, 2005, 2011; Spenceley y Goodwin, 2007; Slocum y Backman, 2011; Scheyvens y Russell, 2012a, 2012b; Sarrasin, 2013): 1) propiedad local, 2) apoyo gubernamental al desarrollo de empresas locales, 3) implicación de la población local en la dirección del turismo y el reparto de beneficios, 4) implicación de los operadores turísticos con las comunidades locales.

En cuanto a la desigualdad social, se han identificado las siguientes evidencias: 1) los ingresos turísticos son desigualmente distribuidos entre los hogares (Jänis, 2012; Yang *et al.*, 2009), 2) los hogares con los ingresos más bajos no son los que más se benefician del desarrollo turístico (Blake *et al.*, 2008; Saayman *et al.*, 2012), 3) el turismo puede ampliar la disparidad geográfica entre zonas pobres (Bowden, 2005; Muganda *et al.*, 2010; Snyman, 2013), 4) las empresas de TBC con una estructura organizativa democrática contribuyen a distribuir los beneficios con equidad (Lapeyre, 2011; Steinicke y Neuburger, 2012). Aunque el turismo puede ser estacional, el TPP, el TBC y los complejos turísticos también reducen la incertidumbre económica y la vulnerabilidad de los hogares (Lapeyre, 2010, 2011; Zapata *et al.*, 2011; Scheyvens y Russell, 2012a; Snyman, 2012, 2013; Steinicke y Neuburger, 2012; Anderson, 2014).

Así mismo, el TBC conlleva efectos positivos sobre los jóvenes (Lapeyre, 2011; Zapata *et al.*, 2011; Job y Paesler, 2013), los residentes en zonas rurales con una baja cualificación (Lapeyre, 2011) y las mujeres (Luvanga, 2005; Lapeyre, 2011; Zapata *et al.*, 2011; Jänis, 2012; Snyman, 2013; Phommavong y Sörensson, 2014; Truong *et al.*, 2014). No obstante, se ha sugerido que la desigualdad de género se acentúa, por cuanto que las mujeres permanecen en el hogar o trabajan con sus habilidades domésticas, mientras que los hombres ocupan los puestos de dirección, marketing o guía turístico (Zapata *et al.*, 2011; Snyman, 2012, 2013; Phommavong y Sörensson, 2014). La promoción de las tradiciones como atractivo turístico también parece estar evitando que, en el ámbito turístico, las mujeres alcancen posiciones laborales e ingresos en condiciones de igualdad (Phommavong y Sörensson, 2014). La distorsión de la cultura tradicional ha sido citada como otro tipo de impacto negativo del turismo cultural (Luvanga, 2005). Por el contrario, el TPP contribuye a preservar el patrimonio en el caso de Glasgow Govan, en Escocia (Butler *et al.*, 2013).

Impactos sobre el medio ambiente. Los resultados de la investigación objeto de revisión también se refieren a las siguientes categorías de impactos ambientales (véase tabla 1-6): 1) degradación y conservación del medio ambiente; 2) gestión del agua, de los residuos y de la energía; 3) la concienciación y el comportamiento ambiental de los residentes. En primer lugar, las evidencias indican que, en términos generales, el turismo está causando una degradación ambiental (Bowden, 2005; Luvanga, 2005; Sarrasin, 2013; Truong *et al.*, 2014), y de manera particular, una pérdida de acceso a los recursos naturales -e.g., tierra para usos tradicionales, madera- y un conflicto entre el ser humano y la vida salvaje (Luvanga, 2005; Jänis, 2012). Además, Mbaiwa (2005) concluye que una forma de turismo caracterizada por una reducida cantidad de turistas

y precios altos no promueve necesariamente una conservación del medio ambiente. En cambio, también existen evidencias en los niveles de análisis de servicios gubernamentales, empresas turísticas y proyectos de TBC que sugieren una contribución positiva del turismo a la conservación de la naturaleza (Picard, 2003; Lapeyre, 2011; Snyman, 2012).

En segundo lugar, algunos estudios han generado resultados referentes a que el TBC tiene un efecto positivo sobre la calidad del agua, la producción de energías alternativas y la gestión de residuos (Manyara y Jones, 2007; Zapata *et al.*, 2011). No obstante, Mutana *et al.* (2013) sugieren que las empresas turísticas deberían hacer una mayor contribución financiera para el desarrollo de infraestructuras relacionadas con el agua. Finalmente, se ha evidenciado que el turismo aumenta la concienciación de la comunidad sobre la conservación de la naturaleza y la actividad agraria orgánica (Yang *et al.*, 2009; Snyman, 2012), así como los productos turísticos que son respetuosos con la fauna salvaje -*e.g.*, ecoturismo, turismo de safari fotográfico en lugar de safaris de caza- (Mbaiwa, 2011; Snyman, 2012).

1.4. LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA PREVIA SOBRE LA CONTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS AL ALIVIO DE LA POBREZA

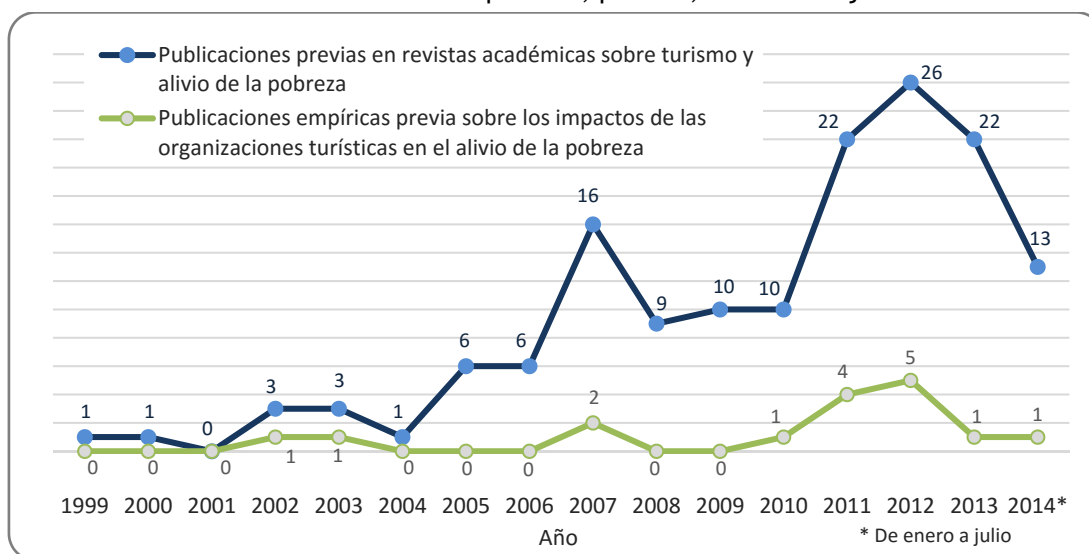
1.4.1. Metodología aplicada para la revisión de la literatura

Con la finalidad de identificar publicaciones previas con investigaciones empíricas específicas sobre la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza, se consideró los resultados de la búsqueda previamente comentada sobre turismo en general y alivio de la pobreza, pero modificando uno de los requisitos establecidos: el manuscrito tenía que ser un artículo o una revisión y estar publicado en una revista académica indexada en, al menos, una de las dos mayores bases de datos electrónicas de resúmenes y referencias bibliográficas de literatura científica sujeta a revisión: *Scopus*, de Elsevier, y *Web of Science*, de Thomson Reuters. El motivo es que no se identificaron investigaciones empíricas publicadas en otros tipos de publicaciones y se pretendía evaluar la presencia de la literatura sobre organizaciones turísticas y alivio de la pobreza en el conjunto de la literatura sobre turismo y alivio de la pobreza.

La búsqueda inicial generó un total de 167 publicaciones, de las que 149 fueron consideradas inicialmente para el análisis de la tendencia de crecimiento en la investigación sobre turismo y pobreza en el ámbito de las revistas académicas,

descartándose estudios que no estaban realmente relacionados con el tópico seleccionado o que no estaban disponibles en inglés, francés o español. Los datos revelan una tendencia creciente en el número de publicaciones en revistas académicas sobre investigaciones relacionadas con el turismo y el alivio de la pobreza, especialmente a partir del año 2005 (véase figura 1-2).

Figura 1-2: Publicaciones previas en revistas académicas sobre turismo y alivio de la pobreza, así como publicaciones empíricas previas sobre los impactos de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza, por año, enero 1999-julio 2014.



FUENTE: Elaboración propia.

De las 149 publicaciones sobre turismo y pobreza, un total de 16 presentan evidencias empíricas sobre los impactos de las organizaciones turísticas en la pobreza (*i.e.*, 10,74% de las publicaciones pre-seleccionadas), por lo que finalmente fueron seleccionadas para el análisis presentado seguidamente. La mayoría de estas investigaciones empíricas (14) fueron publicadas en el período comprendido entre 2007 y 2014, siendo 2011 y 2012 los años que registran el mayor número de publicaciones (cuatro y cinco, respectivamente).

En la evaluación de estas investigaciones, primero se analizaron los contenidos de cada manuscrito con la intención de describir de manera crítica y comparativa la metodología de investigación adoptada en el estudio del impacto de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza. Para ello, se consideraron dos aspectos básicos: 1) los ámbitos geográfico y turístico de la investigación, 2) los métodos de estudio (*i.e.*, fuentes de información, técnicas analíticas y medidas de pobreza). Posteriormente, cada manuscrito fue examinado con la intención de comprender y comparar los

principales resultados y conclusiones sobre el impacto de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza. En los próximos apartados se presentan los resultados de los análisis efectuados sobre estas investigaciones.

1.4.2. **Ámbito geográfico y contexto turístico de la investigación**

La tabla 1-6 exhibe el área geográfica, las categorías de organizaciones turísticas y el contexto turístico (*i.e.*, tipos de productos y mercados turísticos) que fueron considerados por las investigaciones empíricas seleccionadas. África se presenta como el continente que ha recibido una mayor atención en la investigación sobre el impacto de las organizaciones turísticas sobre la pobreza. Como puede observarse en la tabla, 10 de los 16 estudios (*i.e.*, 62,5%) hacen referencia a organizaciones turísticas en países africanos: Botsuana, Kenia, Malawi, Namibia, Sudáfrica y Zimbabue. Dos estudios se centraron en Fiyi, uno en Laos y otro en Nicaragua. Los restantes estudios examinaron ONG internacionales y proyectos de TPP en varios países africanos, americanos y asiáticos.

Con relación al ámbito turístico, se han analizado los impactos que sobre el alivio de la pobreza tiene la actuación de cuatro categorías de organizaciones turísticas (véase tabla 1-7): 1) empresas turísticas privadas (cinco estudios), 2) empresas de TBC (tres estudios), 3) ONG y agencias gubernamentales (tres estudios), 4) proyectos turísticos (cuatro estudios). De la tabla 1-7 también se desprende que la mayoría de las investigaciones empíricas no presta una atención especial a un determinado tipo de producto turístico (seis estudios). El ecoturismo y el turismo basado en la naturaleza son los productos turísticos que reciben la mayor atención (tres estudios por cada producto), seguidos del turismo en zonas rurales, el turismo de safari fotográfico y el turismo de montaña (un estudio por cada producto). También es relevante enfatizar que sólo dos manuscritos distinguen entre el mercado internacional y el mercado doméstico, así como que Ashley y Roe (2002) son los únicos autores que consideran tres mercados: segmentos de mercado de lujo, medio lujo y viajeros independientes con bajo presupuesto.

Tabla 1-7: Ámbito geográfico y ámbito turístico de la investigación empírica previa sobre el impacto de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza.

Autor/es	Ámbito geográfico	Organizaciones turísticas	Productos y mercados turísticos
Ashley y Roe (2002)	Sudáfrica, Namibia, Uganda, Nepal, Ecuador, St. Lucía	Proyectos de turismo pro-pobre (TPP) sobre alojamiento, asociaciones de turismo comunitario, construcción de capacidades, vínculos con la economía local y patrimonio	Turismo de vida salvaje, costero, de montaña, de aventura y de safari: segmentos de lujo, medio lujo y de viajeros independientes con bajo presupuesto
Butcher (2011)	Ámbito internacional	Organizaciones no gubernamentales (World Wide Fund for Nature, Netherland Development Organisation, United Nations International Year of Ecotourism)	Ecoturismo
Jänis (2012)	Namibia	Empresas de turismo basado en la comunidad -TBC- y empresas turísticas privadas (alojamientos, granjas de caza con trofeo, turoperadores)	Turismo
Lapeyre (2010)	Área Tsiseb, Namibia	Empresa de TBC (Daureb Mountain Guides)	Turismo en zonas rurales
Lapeyre (2011)	Asociación de alojamiento "Grootberg lodge partnership", Namibia	Proyecto de TPP	Turismo
Manyara y Jones (2007)	Kenia	Empresas de TBC (alojamiento y senderismo y comercio relacionado con la naturaleza)	Turismo basado en la naturaleza
Mutana <i>et al.</i> (2013)	Zonas rurales en Zimbabue	Empresas turísticas privadas (alojamientos, turoperadores)	Turismo
Novelli y Hellwig (2011)	Namibia	Turoperadores	Turismo: mercados de Namibia y Alemania
Phommavong y Sörensson (2014)	Provincia de Luangnamtha, Laos	Proyectos de TBC	Ecoturismo
Picard (2003)	Greater St. Lucia Wetland Park, Sudáfrica	Agencia gubernamental (<i>Kwa Zulu-Natal Nature Conservation Service</i>)	Turismo basado en la naturaleza
Scheyvens y Russell (2012a)	Fiyi	Empresas turísticas del sector privado (complejos pequeños de propiedad indígena en Fiyi y complejos grandes de propiedad extranjera)	Turismo
Scheyvens y Russell (2012b)	Fiyi	Agencia gubernamental (<i>Native Lands Trust Board</i>)	Turismo
Snyman (2012)	Botsuana, Namibia, Malauí	Empresa turística privada (<i>Wilderness Safaris</i>)	Ecoturismo
Spenceley y Goodwin (2007)	Parque Nacional Kruger, Sudáfrica	Empresas privadas y de propiedad estatal de turismo basado en la naturaleza	Turismo basado en la naturaleza, turismo de safari fotográfico
Steinicke y Neuburger (2012)	Parque Nacional Mt Kenia, Kenia	Empresa de TBC (<i>Mt Kenya Guides y Porters Safari Club</i>)	Turismo de montaña
Zapata <i>et al.</i> (2011)	Nicaragua	Proyectos de TBC	Turismo de spa, cultural y basado en la naturaleza: mercados internacional y doméstico

FUENTE: Elaboración propia.

1.4.3. Métodos de estudio

La medición de la pobreza. Las investigaciones empíricas analizadas en este epígrafe utilizan hasta cuatro enfoques distintos en la medición de la pobreza. El primer enfoque es el número de residentes, empleados o bien hogares con un nivel de ganancias que se sitúa por debajo de cierta cantidad de dinero. Mientras que Spenceley y Goodwin (2007) adoptan el umbral internacional de extrema pobreza de un dólar estadounidense por persona y día (recientemente elevado a 1,25 USD), Ashley y Roe

(2002) y Lapeyre (2010) establecen como umbral de pobreza el ingreso medio por habitante en las zonas rurales. Estos autores también consideran el ingreso que es imprescindible para cubrir las necesidades básicas y el salario de los trabajadores agrarios, respectivamente. El segundo enfoque se refiere al establecimiento de diferentes categorías de residentes, empleados y hogares pobres atendiendo a su nivel de ingresos, tipo de trabajo, ocupación profesional o vulnerabilidad (Snyman, 2012; Steinicke y Neuburger, 2012). El tercer enfoque, adoptado por Butcher (2011), considera las evaluaciones que sobre la pobreza hacen ONG internacionales. Los restantes 10 estudios utilizan un cuarto enfoque para la medición de la pobreza, fundamentándose en las percepciones de una variedad de individuos: residentes, empleados, representantes de organizaciones turísticas, grupos de poder e informantes clave. Dado que la pobreza es un fenómeno multidimensional, se sugiere que el enfoque basado en la percepción debería ser combinado con otros enfoques económicos e indicadores de desarrollo humano.

Fuentes de información. En la tabla 1-8 se exhibe la gama de fuentes secundarias y primarias de información utilizadas por las investigaciones empíricas seleccionadas, así como los tipos de análisis aplicados. De dicha tabla se puede extraer que las fuentes secundarias más utilizadas son estadísticas (*e.g.*, estadísticas sobre ingresos financieros de los residentes locales) y documentos publicados por agencias gubernamentales, ONG y empresas. De los 14 estudios que adoptan fuentes primarias de información, seis de ellos emplean dos o tres fuentes. El método de investigación elegido por estos estudios es la encuesta y el tipo de cuestionario más utilizado se corresponde con la entrevista semi-estructurada, seguida por la entrevista estructurada y la no estructurada. Las restantes fuentes primarias de información son la observación como participante y la visita personal a comunidades locales, hogares y empresas, así como la dinámica de grupo y la entrevista semi-estructurada a grupos de informantes clave y empleados.

Tabla 1-8: Métodos de estudio adoptados por la investigación empírica previa sobre el impacto de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza.

Método de estudio	Autor/es
Fuentes secundarias de información	
Estadísticas y documentos publicados por agencias gubernamentales, organizaciones no gubernamentales y empresas	Ashley y Roe (2002); Butcher (2011); Lapeyre (2011); Steinicke y Neuburger (2012)
Fuentes primarias de información	
Entrevistas estructuradas con residentes, empleados y representantes de empresas turísticas	Novelli y Hellwig (2011); Snyman (2012); Spenceley y Goodwin (2007)
Entrevistas semi-estructuradas con residentes, empleados, representantes de empresas turísticas, grupos de poder e informantes clave	Lapeyre (2010, 2011); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Entrevistas no estructuradas y semi-estructuradas con empleados, representantes de empresas turísticas e informantes clave	Jänis (2012)
Dinámicas de grupo o entrevistas semi-estructuradas en grupo de informantes clave y empleados	Lapeyre (2010); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Observación como participante y visitas personales a comunidades locales, hogares y empresas	Jänis (2012); Lapeyre (2010, 2011); Phommavong y Sörensson (2014); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Análisis	
Herramienta para la evaluación del turismo basado en la naturaleza sostenible –SUNTAT-	Spenceley y Goodwin (2007)
Análisis descriptivo	Lapeyre (2010, 2011); Snyman (2012)
Análisis de frecuencias	Mutana <i>et al.</i> (2013); Novelli y Hellwig (2011); Snyman (2012)
Análisis de contenido	Jänis (2012); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Estudio de caso	Ashley y Roe (2002); Butcher (2011); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b)

FUENTE: Elaboración propia.

Las investigaciones empíricas seleccionadas incluyen entrevistas a una amplia variedad de individuos: 1) grupos de poder e informantes clave (representantes gubernamentales, administradores de ONG, académicos, representantes de organizaciones turísticas y de empresas de sectores proveedores), 2) residentes locales, 3) empleados de organizaciones turísticas y proveedores del sector turístico, 4) representantes de empresas turísticas (turoperadores, alojamientos, granjas privadas para la caza con trofeo, empresas de TBC). Los mayores tamaños muestrales son los seleccionados por Spenceley y Goodwin (2007) -1.058 residentes- y Snyman (2012) -618 residentes y 194 empleados-. No obstante, el tamaño muestral en la mayoría de las investigaciones es limitado. Un total de 90 residentes locales y empleados fueron entrevistados por Picard (2003). Las percepciones de 27 hogares y

48 empleados son analizadas por Steinicke y Neuburger (2012), quienes también contactaron con grupos de poder e informantes clave. Las restantes 10 investigaciones se fundamentaron en la información recopilada en una muestra que oscila entre nueve y 65 individuos.

Tipos de análisis. Como puede observarse en la tabla 1-8, los tipos de análisis efectuados sobre la información recopilada en los estudios seleccionados son los siguientes: análisis de contenido, descriptivo y de frecuencias, así como estudios de caso. Por su parte, Spenceley y Goodwin (2007) también desarrollan una herramienta para la evaluación del turismo basado en la naturaleza sostenible -SUNTAT-, que les permite estimar los impactos socioeconómicos del turismo. La implicación de haber utilizado estos tipos de análisis es que no se puede evaluar la existencia de posibles asociaciones estadísticas entre las características de las organizaciones turísticas y el alivio de la pobreza.

1.4.4. Evidencias sobre la contribución de las organizaciones turísticas al alivio de la pobreza

Un análisis de los resultados y conclusiones alcanzados por los estudios seleccionados, los cuales podrían ser representativos de la investigación empírica realizada desde el año 1999 sobre los impactos de las organizaciones turísticas en la pobreza, sugiere la existencia de una amplia variedad de impactos que pueden agruparse en las siguientes categorías generales: 1) impacto neto sobre la pobreza, 2) impactos económicos, 3) impactos socioculturales y en el estilo de vida, 4) impactos sobre el medio ambiente. La tabla 1-9 exhibe estas categorías generales de impactos, así como los impactos específicos dentro de cada categoría que han sido valorados por las investigaciones empíricas seleccionadas. En los próximos párrafos se presenta una discusión de los resultados referentes a estos impactos, según las evidencias disponibles en la literatura académica seleccionada.

Tabla 1-9: Categorías de impactos de las organizaciones turísticas sobre la pobreza en el alivio de la pobreza según la investigación empírica previa.

Categorías de impactos	Autor/es
Impacto neto sobre la pobreza	Lapeyre (2011); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Novelli y Hellwig (2011); Scheyvens y Russell (2012a); Spenceley y Goodwin (2007); Steinicke y Neuburger (2012)
Impactos económicos	
Generación de ingresos y empleo	Butcher (2011); Jänis (2012); Lapeyre (2010, 2011); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Snyman (2012); Spenceley y Goodwin (2007); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Generación de vínculos con la economía local y efectos indirectos	Ashley y Roe (2002); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Scheyvens y Russell (2012a); Snyman (2012); Spenceley y Goodwin (2007)
Dependencia de empresas extranjeras y turistas internacionales	Scheyvens y Russell (2012a); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Impactos socioculturales y en el estilo de vida	
Reducción de la vulnerabilidad	Ashley y Roe (2002); Jänis (2012); Lapeyre (2010, 2011); Manyara y Jones (2007); Scheyvens y Russell (2012a); Snyman (2012); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Calidad y forma de vida	Butcher (2011); Lapeyre (2011); Manyara y Jones (2007); Picard (2003); Snyman (2012)
Urbanización y desarrollo de infraestructuras	Ashley y Roe (2002); Lapeyre (2011); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Snyman (2012); Spenceley y Goodwin (2007)
Servicios de salud y educación	Ashley y Roe (2002); Lapeyre (2011); Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Spenceley y Goodwin (2007)
Empoderamiento e implicación en la toma de decisiones	Lapeyre (2010, 2011); Mutana <i>et al.</i> (2013); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Snyman (2012)
Capital humano y construcción de capacidades	Lapeyre (2010, 2011); Snyman (2012); Steinicke y Neuburger (2012)
Reducción de la desigualdad	Ashley y Roe (2002); Jänis (2012); Lapeyre (2011); Phommavong y Sörensson (2014); Steinicke y Neuburger (2012)
Impactos sobre las minorías y segmentos de la sociedad	Jänis (2012); Lapeyre (2011); Phommavong y Sörensson (2014); Snyman (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Impactos sobre el medio ambiente	
Degradación y conservación del medio ambiente	Ashley y Roe (2002); Lapeyre (2011); Jänis (2012); Snyman (2012)
Concienciación y comportamiento ambiental de los residentes	Butcher (2011); Picard (2003); Snyman (2012); Zapata <i>et al.</i> (2011)
Gestión del agua, de los residuos y de la energía	Manyara y Jones (2007); Mutana <i>et al.</i> (2013); Zapata <i>et al.</i> (2011)

FUENTE: Elaboración propia.

Impacto neto sobre la pobreza. Las evidencias empíricas analizadas sugieren que las empresas turísticas privadas contribuyen a aliviar la pobreza en un ámbito local, regional y nacional: 1) las empresas turísticas ayudan a aumentar la proporción de población local que sale de la pobreza en el Parque Nacional de Kruger, Sudáfrica (Spenceley y Goodwin, 2007); 2) las empresas turísticas distribuyen parte de los

beneficios del turismo entre los pobres en las zonas rurales de Zimbabue (Mutana *et al.*, 2013); 3) los turoperadores de Namibia y Alemania realizan su mayor contribución a los ODM a través de su aportación al primer objetivo, consistente en la erradicación de la pobreza extrema y del hambre (Novelli y Hellwig, 2011); 4) los complejos turísticos pequeños y grandes en Fiyi influyeron positivamente en los determinantes del alivio de la pobreza -oportunidad, empoderamiento, seguridad- (Scheyvens y Russell, 2012a).

No obstante, Novelli y Hellwig (2011) consideran que la contribución al alivio de la pobreza de los turoperadores que actúan en Namibia está vinculada a iniciativas voluntarias de RSC, por lo que se cuestiona la contribución real del sector empresarial turístico a este problema social. Con relación al TBC como una forma alternativa de turismo, la asociación de alojamiento “the Grootberg lodge partnership” -un proyecto de TBC implantado en Namibia-, contribuye a reducir la pobreza (Lapeyre, 2011). De manera similar, las empresas de TBC tienen un impacto positivo, aunque todavía insignificante, sobre el alivio de la pobreza en Kenia en general (Manyara y Jones, 2007) y, en particular, en el Parque Nacional Mt Kenya Natiark (Steinicke y Neuburger, 2012).

Impactos económicos. En línea con lo planteado por Novelli y Hellwig (2011), la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza es principalmente de naturaleza económica. De manera específica, los estudios seleccionados han encontrado evidencias (véase tabla 1-9) sobre las siguientes categorías de impactos económicos: 1) generación de ingresos y empleo, 2) vínculos con la economía local y efectos indirectos, 3) dependencia de empresas extranjeras y turistas internacionales.

Existen evidencias respecto a la generación de ingresos y empleo por parte de las organizaciones turísticas en todos los ámbitos geográficos analizados -i.e., internacional, supranacional, nacional, regional y local-. Como ya se ha indicado previamente, a pesar de que el turismo puede ser estacional, las organizaciones turísticas ofrecen oportunidades laborales valiosas para los pobres, aunque por lo general se refieren a puestos de trabajo de nivel bajo en la estructura organizativa, que requieren una escasa cualificación y con salarios relativamente bajos (Spenceley y Goodwin, 2007; Jänis, 2012; Snyman, 2012; Mutana *et al.*, 2013). Así mismo, la disponibilidad de información respecto a los procesos de reclutamiento y selección y la inmigración de personas con una mejor cualificación representan importantes

barreras para que los residentes locales, en general y, los pobres, en particular, ocupen puestos de trabajo generados por las organizaciones turísticas (Spenceley y Goodwin, 2007). En Fiyi, Scheyvens y Russell (2012a) también encontraron unas inadecuadas condiciones de trabajo en algunos pequeños complejos turísticos, así como el inconveniente de la inseguridad laboral para la mayoría de los empleados en las empresas turísticas grandes. No obstante, Lapeyre (2010) y Zapata *et al.* (2011) concluyen que la retribución de los puestos de trabajo en las organizaciones turísticas es elevada en comparación con los salarios de los empleados públicos y de los sectores tradicionales de la economía (e.g., el salario de los trabajadores agrarios).

En lo que se refiere a los ingresos, las organizaciones turísticas generan una amplia variedad de ingresos para los países en desarrollo y las comunidades locales: ingresos por intercambio comercial con el exterior, ingresos para el gobierno, ingresos para los trabajadores, rentas por alquiler y recepción de donaciones voluntarias. Sin embargo, como los residentes locales raramente están implicados en la propiedad de las empresas turísticas, sus ingresos por beneficios empresariales asociados a la actividad turística con frecuencia son limitados (Spenceley y Goodwin, 2007; Scheyvens y Russell, 2012a). También se ha planteado que los negocios indígenas locales no reciben un apoyo adecuado y sostenido en el tiempo por parte de los gobiernos para que estos negocios tengan éxito a largo plazo (Scheyvens y Russell, 2012a). Aunque las organizaciones turísticas en ocasiones son percibidas por los residentes como generadoras de escasos ingresos directos para los pobres (Lapeyre, 2011; Zapata *et al.*, 2011), los ingresos por trabajo son especialmente importantes para poder reducir la pobreza, en particular cuando son comparados con los ingresos colectivos o las donaciones voluntarias procedentes de las empresas turísticas y los turistas (Jänis, 2012; Mutana *et al.*, 2013). Así mismo, tal y como se ha indicado previamente, el empleo en el sector turístico -e.g., guías turísticos, porteadores, personal de limpieza...- con frecuencia constituye una de las escasas fuentes de ingresos en ciertas zonas pobres (Lapeyre, 2011; Steinicke y Neuburger, 2012).

Si bien todas las organizaciones turísticas, con independencia de su tamaño, contribuyen positivamente a la creación de puestos de trabajo y a la generación de ingresos turísticos, en la literatura analizada se enfatiza que su contribución viene determinada por el tamaño de sus operaciones (Snyman, 2012). También se sugiere que los proyectos y las empresas de TBC, en comparación con las empresas turísticas privadas, realizan una mayor contribución a los siguientes aspectos socioeconómicos:

1) los ingresos retenidos por las comunidades locales y los pobres (Manyara y Jones, 2007; Lapeyre, 2010; Phommavong y Sörensson, 2014), 2) el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas turísticas locales (Manyara y Jones, 2007), y 3) la diversificación de la forma de vida local (Zapata *et al.*, 2011; Steinicke y Neuburger, 2012). A su vez, existen evidencias que indican el importante papel que juegan las agencias gubernamentales y las ONG en el apoyo de los intereses de los propietarios locales de tierra (Scheyvens y Russell, 2012b), al igual que en la promoción del ecoturismo como un medio para reducir la pobreza a la vez que se preserva el medio ambiente (Picard, 2003; Butcher, 2011).

Otra categoría de impactos económicos se refiere a los efectos económicos indirectos que ocasiona la actividad de las organizaciones turísticas. Un primer grupo de estudios mencionan que tanto las empresas turísticas privadas como las empresas y proyectos de TBC representan un ímpetu para el trabajo casual, la actividad del sector informal y el negocio pequeño -*e.g.*, la producción y venta de productos agrarios, de artesanía y de recuerdo- (Ashley y Roe, 2002; Manyara y Jones, 2007; Mutana *et al.*, 2013). De manera más específica, tal y como se ha apuntado previamente, Blake (2008) encuentra que los hoteles y los restaurantes tienen fuertes vínculos con los sectores proveedores en la economía local, mientras que el transporte se caracteriza por sus escasos vínculos. El efecto positivo del gasto de las ganancias de los empleados del sector turístico (*e.g.*, el uso de constructores locales para edificar casas) también ha sido enfatizado por Snyman (2012). Por el contrario, un segundo grupo de estudios concluyen que las empresas turísticas del sector privado no mejoran la principal actividad económica en la zona -*i.e.*, la agricultura- y que es escaso el aprovisionamiento local, en particular por parte de las empresas turísticas grandes y extranjeras (Spenceley y Goodwin, 2007; Scheyvens y Russell, 2012a).

La última categoría de impactos económicos se refiere a la dependencia de compañías extranjeras y turistas internacionales. En primer lugar, se ha evidenciado que una elevada dependencia respecto de las compañías extranjeras marginaliza a los pobres de los beneficios generados por el turismo y debilita los vínculos del turismo con la economía doméstica (Scheyvens y Russell, 2012a). En segundo lugar, si bien los turistas domésticos, en comparación con los turistas internacionales, exhiben una menor capacidad de gasto, Zapata *et al.* (2011) enfatizan su particular contribución para el alivio de la pobreza mediante el incremento de los vínculos con la economía local. Ello

se explica fundamentalmente por su mayor demanda de productos y servicios no turísticos ofertados en las propias zonas turísticas y otras localidades próximas.

Impactos socioculturales y en el estilo de vida. En la tabla 1-9 se exhiben las categorías de impactos socioculturales ocasionados por las organizaciones turísticas que han sido considerados por las investigaciones empíricas seleccionadas: 1) reducción de la vulnerabilidad, 2) calidad y forma de vida, 3) urbanización y desarrollo de infraestructuras, 4) servicios de salud y educación, 5) empoderamiento e implicación en la toma de decisiones, 6) capital humano y construcción de capacidades, 7) reducción de la desigualdad, 8) impactos sobre las minorías y segmentos de la sociedad.

Las evidencias generadas por estas investigaciones sugieren que las empresas turísticas privadas, las empresas de TBC y los proyectos de TBC contribuyen a reducir la vulnerabilidad a través de la seguridad financiera que aportan a sus empleados (*i.e.*, ingresos y empleo), así como de la posibilidad de diversificación de los ingresos de los hogares pobres (Ashley y Roe, 2002; Manyara y Jones, 2007; Lapeyre, 2010, 2011; Zapata *et al.*, 2011; Scheyvens y Russell, 2012a; Snyman, 2012; Steinicke y Neuburger, 2012). No obstante, cuando el turismo es estacional algunos de los puestos de trabajo únicamente están disponibles durante la temporada alta, por lo que en estas situaciones se cuestiona su contribución al alivio de la vulnerabilidad (Jänis, 2012).

Con relación a la calidad y forma de vida, Snyman (2012) evidencia que los hogares con miembros trabajando en Wilderness Safaris, una empresa turística privada que opera en Botsuana, Malawi y Namibia, muestran un estándar general de vida mejor que el estándar medio de los hogares de la comunidad (*e.g.*, educación, teléfono móvil, transporte propio). Esta empresa también adopta iniciativas voluntarias de RSC en beneficio de sus empleados: alojamiento y comida para el personal, horario flexible de trabajo y empleo a tiempo parcial. De manera similar, las empresas de TBC en Kenia (Manyara y Jones, 2007), la asociación de alojamiento “the Grootberg lodge partnership” en Namibia (Lapeyre, 2011) y la agencia gubernamental que opera en The Greater St Lucia Wetland Park en Sudáfrica (Picard, 2003), contribuyen a mejorar el estilo de vida de sus empleados y de las comunidades en las que operan. A su vez, el tipo de turismo promovido por algunas ONG internacionales conlleva importantes cambios sociales y culturales para los pobres, como por ejemplo una mentalidad más abierta (Butcher, 2011).

La rápida urbanización de regiones rurales empobrecidas, el desarrollo de infraestructuras (*i.e.*, transporte, comunicación, agua limpia) y el acceso de la población local a los servicios de salud y educación, también son identificados como efectos positivos de las empresas turísticas privadas, las empresas de TBC y los proyectos de TBC. De manera específica, Spenceley y Goodwin (2007) encuentran que las empresas turísticas privadas en el Parque Nacional de Kruger, Sudáfrica, invierten en infraestructuras y educación ambiental. Por su parte, los turoperadores y los alojamientos en las zonas rurales de Zimbabue adoptan iniciativas de RSC relacionadas con la educación primaria -tasas del colegio, libros, bicicletas, electricidad, disponibilidad de profesores- (Mutana *et al.*, 2013). Además, los hogares con miembros trabajando en *Wilderness Safaris* experimentaron una significativa mejora en el uso del transporte y las comunicaciones (Snyman, 2012). Finalmente, la evidencia generada por algunas de estas investigaciones sugiere que las empresas y proyectos de TBC, en comparación con las empresas turísticas privadas, generan una gama más amplia de contribuciones sociales (Ashley y Roe, 2002; Manyara y Jones, 2007; Lapeyre, 2011), como por ejemplo, mejoras en los servicios de salud y educación, el acceso al agua limpia y el desarrollo de infraestructuras de transporte y comunicaciones.

Los residentes locales rara vez están implicados en los procesos de planificación y desarrollo del turismo (Scheyvens y Russell, 2012a; Mutana *et al.*, 2013). Sin embargo, la posibilidad de trabajar en empresas turísticas privadas puede contribuir al empoderamiento de los residentes, así como a la construcción de capacidades personales (Scheyvens y Russell, 2012a). Aunque el acceso a un empleo indefinido contribuye a la construcción de activos (activos financieros, físicos y de capital humano), los residentes locales también deberían participar en la propiedad de las empresas turísticas locales (Mutana *et al.*, 2013). Así mismo, las empresas de TBC, los proyectos de TBC y las agencias gubernamentales son consideradas estrategias eficientes para impulsar el empoderamiento a los residentes locales y promover la construcción de activos en general y, en particular, de una variedad de capacidades humanas, como por ejemplo, la educación básica, las habilidades sociales, las habilidades para el trabajo y la dirección del turismo (Lapeyre, 2010, 2011; Scheyvens y Russell, 2012b; Steinicke y Neuburger, 2012; Mutana *et al.*, 2013).

Con relación a la desigualdad social, las evidencias disponibles sugieren que los ingresos turísticos se distribuyen desigualmente entre los grupos de poder y las

empresas turísticas privadas (e.g., accionistas/propietarios, empleados, la comunidad local), así como entre los hogares locales (Jänis, 2012). También se sugiere que los hogares con los ingresos más bajos no se benefician del desarrollo turístico (Blake *et al.*, 2008). Aunque las empresas y proyectos de TBC, en comparación con las empresas turísticas privadas, pueden hacer una mayor contribución a la generación de bienestar para los hogares de manera equitativa, las empresas de TBC deberían adoptar una estructura organizativa democrática (Lapeyre, 2011; Steinicke y Neuburger, 2012) y los proyectos turísticos deberían tener como objetivo específico la generación de beneficios para los pobres (Ashley y Roe, 2002; Phommavong y Sörensson, 2014).

También hay evidencias empíricas revelan los efectos positivos de las empresas y proyectos de TBC sobre los jóvenes (Lapeyre, 2011; Zapata *et al.*, 2011), los residentes en zonas rurales con una baja cualificación (Lapeyre, 2011) y las mujeres (Lapeyre, 2011; Zapata *et al.*, 2011; Jänis, 2012; Phommavong y Sörensson, 2014). No obstante, Zapata *et al.* (2011) y Phommavong y Sörensson (2014) concluyen que con la actividad turística agrava la desigualdad de género, ya que las mujeres realizan trabajos en los que aplican sus habilidades domésticas, mientras que los hombres ocupan puestos de dirección o marketing, o bien son guías turísticos. Las tradiciones culturales locales y su promoción como atractivos turísticos también contribuyen negativamente a que las mujeres puedan acceder con criterios de equidad a las posiciones laborales e ingresos que generan las empresas y proyectos turísticos (Snyman, 2012; Phommavong y Sörensson, 2014).

Impactos sobre el medio ambiente. Los resultados de las investigaciones empíricas analizadas en este epígrafe incluyen evidencias sobre los siguientes tipos de impactos sobre el medio ambiente (véase tabla 1-9): 1) la degradación y la conservación del medio ambiente, 2) la concienciación y el comportamiento ambiental de los residentes y 3) la gestión del agua, de los residuos y de la energía. Concretamente, las evidencias existentes sugieren que las empresas turísticas privadas y las empresas de TBC pueden reducir el acceso de los residentes a los recursos naturales -e.g., la tierra para los usos tradicionales como la agricultura o la producción de madera- y ocasionar importantes conflictos entre los seres humanos y la vida natural salvaje (Jänis, 2012; Snyman, 2012). No obstante, la contribución económica de las organizaciones turísticas relacionadas con el ecoturismo y el turismo basado en la naturaleza (e.g., en términos de generación de ingresos y empleo) contribuye a aumentar la concienciación de los residentes respecto a la necesidad de conservar la naturaleza y promover la

conservación de la biodiversidad (Picard, 2003; Butcher, 2011; Zapata *et al.*, 2011; Snyman, 2012). Con relación a los proyectos de TPP, las evidencias apuntan que su impacto sobre los recursos naturales es prácticamente inexistente (Ashley y Roe, 2002), o bien es positivo (Lapeyre, 2011). Así mismo, los proyectos y las empresas de TBC contribuyen a mejorar la calidad del agua, la producción de energías limpias y la gestión de residuos (Manyara y Jones, 2007; Zapata *et al.*, 2011). En lo que se refiere a las empresas turísticas del sector privado, Mutana *et al.* (2013) concluyen que los alojamientos y los turoperadores deberían adoptar iniciativas voluntarias de RSC encaminadas a mejorar la calidad del agua en las zonas rurales de Zimbabue.

1.5. ANTECEDENTES Y BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y DEL COMPROMISO CON EL ALIVIO DE LA POBREZA

1.5.1. Asociación entre RSC y compromiso con el alivio de la pobreza

Como ya se ha indicado previamente (véase epígrafe 1.2.3), la RSC voluntaria hace referencia a dos tipos de expectativas que una sociedad mantiene con relación a las empresas (Carroll, 1979; Inoue y Lee, 2011): las expectativas éticas (*i.e.*, la actividad empresarial debería cumplir ciertos estándares éticos adicionales a los basados en el mero cumplimiento de la legislación) y las expectativas filantrópicas o discrecionales (*i.e.*, las empresas deberían contribuir a satisfacer las necesidades sociales, entre las que se encuentran el alivio de la pobreza y la inclusión social).

En un intento de tangibilizar la actividad de RSC que desarrolla una empresa, en la investigación empírica que será mostrada en los próximos capítulos, se han considerado las siguientes dimensiones de la actividad de RSC de una empresa: 1) la responsabilidad ética; 2) la responsabilidad discrecional; 3) la RSC voluntaria global (*i.e.*, la consideración conjunta de ambos tipos de responsabilidades); 4) los propósitos de la RSC (*i.e.*, económicos, ambientales y sociales de esta actividad, entre los se podrían encontrar el alivio de la pobreza y la inclusión social); 5) la organización de la RSC (*i.e.*, la presencia de esta actividad en la estructura organizativa); y 6) la proactividad de la RSC (*i.e.*, la existencia de un plan de acción).

Dado que las empresas ejercen una función esencial en la implantación de cualquier estrategia de desarrollo, el desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza no podrían alcanzarse sin su apoyo (Vargas, 2000; Barkemeyer *et al.*, 2014). En términos generales, la RSC constituye un instrumento esencial para promover el desarrollo

sostenible de las empresas, por lo que también podría generar beneficios para los pobres (McLachlan y Binns, 2014). En otras palabras, las empresas podrían dar prioridad a la comunidad, en general; y, en particular, a los pobres y el alivio de la pobreza en sus iniciativas de RSC voluntaria. Cuando ello ocurre, el término “RSC pro-pobre”, el cual fue propuesto previamente en este capítulo, podría describir este tipo de RSC.

La RSC de las empresas se refiere, por tanto, al desarrollo sostenible y responsable de las empresas, de forma que éstas deberían integrar de manera voluntaria sus intereses y preocupaciones económicas, socioculturales y ambientales en las operaciones y estrategias de negocio (O’Rourke, 2003; Manente *et al.*, 2012; Coles *et al.*, 2013). Además de maximizar los beneficios económicos, las empresas también deberían ser conscientes de sus impactos económicos, ambientales y socioculturales. Siguiendo esta línea argumental, para que la actividad de RSC pueda ser considerada “pro-pobre”, las empresas tendrían que mostrar un compromiso con el alivio de la pobreza en general y, en particular, con las condiciones económicas, socioculturales y ambientales de la población en situación de pobreza.

El análisis comparativo de las investigaciones empíricas previas sobre la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza, que fue mostrado en el epígrafe 1.4, reveló la existencia de una amplia lista de impactos sobre la pobreza que han sido evaluados por estas investigaciones. Como puede observarse en la tabla 1-9, los impactos fueron agrupados en las siguientes categorías: 1) contribución al alivio de la pobreza en general, 2) impactos económicos sobre la pobreza, 3) impactos sobre las condiciones sociales de los pobres, 4) impactos sobre las condiciones ambientales de los pobres. Estos impactos serán contemplados en la medición del compromiso de las empresas turísticas con el alivio de la pobreza en la investigación empírica que será descrita en los próximos capítulos.

En línea con lo anterior, se podría plantear que aquellas empresas que desarrollan una importante actividad de RSC voluntaria (*i.e.*, que participan en iniciativas de responsabilidad social de tipo ético y discrecional) también muestran un elevado compromiso con el desarrollo sostenible y generan beneficios para los pobres. Concretamente, en esta investigación se formula la siguiente hipótesis:

H1: La actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento turístico influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

1.5.2. Antecedentes de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza

Por otra parte, la literatura sobre RSC en general y el sector turístico, en particular, sugiere que la influencia de los diversos grupos de interés sobre una determinada empresa determina las prioridades de éstas en sus iniciativas de RSC, por lo que la actividad de RSC varía en función de las características de las empresas e incluso de las condiciones del entorno en el que estas operan (Ketola, 2006; Welford *et al.*, 2007; Lee, Singal y Kang, 2013). Sin embargo, para Maignan y Ferrell (2001) la investigación sobre RSC ha prestado una escasa atención a los factores que podrían explicar que las empresas realicen una mayor actividad de RSC y exhiban un mayor compromiso con los asuntos sociales, incluido el alivio de la pobreza. Estos autores profundizaron en un estudio previo de Thomas y Simerly (1995) para plantear que la orientación al mercado de una organización afecta positivamente a su actividad de RSC. En el ámbito turístico, Lee *et al.* (2013) también destacan la necesidad de considerar el sector y los segmentos de mercado en los que operan las empresas turísticas (*e.g.*, tipo de alojamiento o segmentos de mercado en función del precio, motivación turística, procedencia geográfica de los clientes), en cualquier intento de evaluar su actividad de RSC, así como la posible asociación entre esta actividad y los resultados del negocio empresarial.

El tamaño, el tipo de propiedad y la posible vinculación a una cadena internacional o nacional podrían constituir las características de las empresas turísticas que mayor atención han recibido en la investigación sobre RSC (*e.g.*, McGehee, Lee, O'Bannon y Perdue, 2009; Bagur-Femenías, Martín y Rocafort, 2015), así como en la literatura sobre empresas turísticas y alivio de la pobreza (*e.g.*, Manyara y Jones, 2007; Scheyvens y Russell, 2012a). Mientras que la mayoría de las grandes cadenas hoteleras internacionales y turoperadores adoptan iniciativas de RSC voluntarias, los pequeños negocios turísticos, que por lo general son empresas de propiedad local, con frecuencia no tienen los recursos necesarios (*e.g.*, conocimiento, habilidades, tiempo o presupuesto) para acometer de manera activa iniciativas de RSC (Manente *et al.*, 2012; Garay y Font, 2013). Sin embargo, siguiendo a McLachlan y Binns (2014), los pequeños negocios podrían participar en iniciativas reactivas de RSC (*e.g.*, a partir de solicitudes de donación o apoyo por parte de los grupos de interés); o bien, en iniciativas proactivas (*e.g.*, mediante la búsqueda de oportunidades para implicarse en proyectos locales).

Por su parte, Garay y Font (2013) destacan que las razones y las barreras de las pequeñas y medianas empresas (pymes) turísticas para acometer iniciativas de RSC difieren de las que tienen las grandes corporaciones turísticas. Así, por ejemplo, estos autores sugieren que las pymes, en comparación con las grandes empresas turísticas, podrían centrar sus esfuerzos en la motivación de los empleados y la implicación en la comunidad.

De manera más específica, McGehee *et al.* (2009) acometieron una investigación exploratoria sobre la actividad de RSC realizada por 421 empresas de alojamiento en Estados Unidos, en la que se evaluó la influencia que sobre algunos indicadores de la RSC (*i.e.*, contribución en forma de donaciones, disponibilidad de documentos que describan la política de donaciones, procesos y principios en las decisiones de donación) tiene una amplia gama de características de estas empresas: número de habitaciones (*i.e.*, tamaño), nivel de precios (*i.e.*, estrategia de precios: precios de lujo, de nivel alto, de nivel medio, económicos, de presupuesto), tipo de propiedad (*i.e.*, alojamiento independiente, miembro de cadena), localización (*i.e.*, urbana, suburbana, aeroportuaria, interestatal, en zona vacacional, en ciudad pequeña), región de EE.UU. (*i.e.*, estado en el que se encuentra el alojamiento). Entre los resultados alcanzados por estos autores destaca la generación de un modelo según el cual las donaciones sociales son mayores entre los alojamientos con más habitaciones, con precios elevados, son miembros de una cadena, se hallan localizados en zonas vacacionales y urbanas, y están ubicados en estados no sureños.

Considerando la argumentación anterior, se plantean hipótesis sobre la posible influencia de las características generales de las empresas de alojamiento turístico sobre su actividad de RSC y su compromiso con el alivio de la pobreza. Para este fin, se han seleccionado las siguientes características de las empresas de alojamiento: el tamaño (*e.g.*, en función del número de empleados o del volumen de facturación), la vinculación a una cadena de establecimientos (*e.g.*, establecimiento hotelero independiente o vinculado a una cadena hotelera), la localización y el ámbito geográfico de las operaciones de la empresa (*e.g.*, país, tipo de zona turística en la que se ubica la empresa, tipo de cadena hotelera en función de ámbito geográfico: internacional, nacional o regional/local) y la propiedad de la empresa (*e.g.* internacional o local).

H2: Las características de los establecimientos de alojamiento turístico influyen en su actividad de RSC.

H2a: El tipo de establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2b: El tamaño del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2c: La vinculación del establecimiento de alojamiento a una cadena influye en su actividad de RSC.

H2d: El tipo de propiedad del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2e: La categoría del establecimiento de alojamiento en función del precio influye en su actividad de RSC.

H2f: La localización del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2g: El tipo de turismo al que se dirige la oferta del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2h: La procedencia geográfica de la clientela del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H3: Las características de los establecimientos de alojamiento turístico influyen en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3a: El tipo de establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3b: El tamaño del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3c: La vinculación del establecimiento de alojamiento a una cadena influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3d: El tipo de propiedad del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3e: La categoría del establecimiento de alojamiento en función del precio influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3f: La localización del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3g: El tipo de turismo al que se dirige la oferta del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3h: La procedencia geográfica de la clientela del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

Con relación a la influencia del entorno sobre la RSC y sobre el compromiso con el alivio de la pobreza, la literatura sugiere que los grupos de interés (*i.e.*, colectivos con algún interés en el funcionamiento de una determinada empresa: propietarios o accionistas, proveedores, clientes, empleados, la comunidad o el medio ambiente natural) determinan las prioridades de responsabilidad social de las empresas (Clarkson, 1995). Dado que la influencia relativa de estos grupos de interés varía entre sectores de actividad (*e.g.*, alojamiento, restauración, turoperación, casinos) y difiere en las distintas unidades estratégicas de negocio en un mismo sector (*e.g.*, hoteles *versus* otras modalidades de alojamiento, hoteles de ciudad *versus* hoteles en zonas vacacionales, hoteles de lujo *versus* hoteles de precios bajos), algunos autores plantean que el sector y el tipo de negocio en el que opera una empresa influye en su actividad de RSC y en su compromiso con el alivio de la pobreza (Ketola, 2006; Welford *et al.*, 2007; Lee, *et al.*, 2013). La investigación empírica que se describirá en los próximos capítulos se centra en el estudio de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza en el sector de alojamiento, motivo por el cual no se plantean hipótesis sobre la influencia sobre esta variable del entorno. No obstante, dado que en el sector de alojamiento hay negocios distintos en función de los tipos de ofertas y clientes, sí se han planteado hipótesis sobre la influencia de los negocios de alojamiento turístico en la actividad de RSC y en el compromiso con el alivio de la pobreza. Esta posible influencia viene recogida en las hipótesis anteriores sobre las características internas de los establecimientos de alojamiento (*i.e.*, tipo de alojamiento en función de si es hotel u otra categoría distinta, su localización, nivel de precios, tipo de turismo y procedencia geográfica de los clientes).

La influencia relativa de los grupos de interés también podría explicar que las empresas que operan en países, regiones y localidades con elevados niveles de pobreza, en comparación con otras ubicadas en países desarrollados, tiendan a prestar una mayor atención a los temas sociales, en general; y, en particular, al alivio de la pobreza y a

la inclusión social (Coles *et al.*, 2013). Así mismo, las particularidades de las empresas turísticas, cuya oferta de alojamiento debe estar integrada con los atractivos y condiciones naturales y culturales, también podría explicar que los propietarios y los directivos de estas empresas, en comparación con las de otros sectores, muestren un elevado compromiso con la mejora de las condiciones sociales y ambientales del destino turístico en el que operan, y que prioricen actividades de RSC encaminadas a estos fines, incluido el alivio de la pobreza (*e.g.*, Lee y Park, 2009). Estos argumentos sugieren una posible influencia del nivel de pobreza de la zona en la que opera un establecimiento de alojamiento turístico sobre su compromiso con el alivio de la pobreza y su actividad de RSC. En consecuencia, se formulan las siguientes hipótesis:

H4: El nivel de pobreza de la zona en la que están ubicados los establecimientos de alojamiento turístico influye en su actividad de RSC.

H5: El nivel de pobreza de la zona en la que están ubicados los establecimientos de alojamiento turístico influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

Otra dimensión del entorno que podría afectar positivamente a los resultados empresariales y la actividad de RSC de una empresa se refiere a la transferencia de conocimiento con sus grupos de interés y con otros organismos de su entorno (*e.g.*, Hsiu-Fen, 2007; Blome, Schoenherr y Eckstein, 2014): creadores de conocimiento externos (*e.g.*, universidades, centros de investigación y desarrollo), representantes de la comunidad local, agencias del gobierno, proveedores, clientes, empleados, competidores, otros tipos de empresas, redes de turismo o comunidades virtuales. El intercambio de conocimiento con organismos externos a la empresa podría contribuir a que ésta mejore la calidad de sus decisiones en todos los ámbitos del negocio, así como de su RSC. En consecuencia, en esta investigación se plantea como hipótesis la influencia positiva que tiene en la actividad de RSC, y en el compromiso con el alivio de la pobreza, la transferencia de conocimiento con el exterior. Concretamente, se formulan las siguientes hipótesis:

H6: La transferencia de conocimiento con otras organizaciones influye en la actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento turístico.

H7: La transferencia de conocimiento con otras organizaciones influye en el compromiso con el alivio de la pobreza de los establecimientos de alojamiento turístico.

La teoría del contrato social sugiere que las empresas deberían responder de manera voluntaria y proactiva a las expectativas cambiantes de la sociedad antes de que éstas se conviertan en imposiciones legales (Eweje, 2007). Dado que ello no ocurre con mucha frecuencia, los gobiernos podrían desarrollar una legislación que imponga a las empresas el cumplimiento de ciertos estándares legales referidos no sólo a su actividad empresarial (*e.g.*, requisitos para iniciar la actividad, pago de impuestos), sino también a la actividad de RSC en general y, en particular, la RSC pro-pobre (Sjöström y Welford, 2009). Por tal motivo, en esta investigación se plantea la posibilidad de que la existencia de legislación nacional que impone ciertos estándares de responsabilidad social a los establecimientos de alojamiento turístico influye en su actividad de RSC y en su compromiso con el alivio de la pobreza. Concretamente, se plantean las siguientes hipótesis:

H8: La regulación nacional relacionada con la RSC de las empresas influye en la actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento turístico.

H9: La regulación nacional relacionada con la RSC de las empresas influye en el compromiso con el alivio de la pobreza de los establecimientos de alojamiento turístico.

1.5.3. Beneficios de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza

La influencia de actividad RSC sobre los resultados financieros corporativos ha sido ampliamente analizada en la literatura sobre RSC en general, encontrándose resultados muy variados que no permiten concluir sobre la misma. Concretamente, se han generado evidencias muy variadas (Lee y Park, 2009; Inoue y Lee, 2011; Garay y Font, 2013; Lee *et al.*, 2013): 1) una influencia positiva, 2) una influencia negativa, 3) una influencia curvilínea, 4) ninguna influencia, 5) influencias con diferentes relaciones causales.

Son varios los factores metodológicos que podrían explicar la disparidad de resultados (Barnett y Salomon, 2006; Godfrey y Hatch, 2007; Garay y Font, 2013;): 1) la selección de muestras con empresas de sectores diferentes; 2) el carácter transversal, en vez de longitudinal, de las investigaciones; 3) la utilización de diferentes medidas de resultados financieros; y 4) la consideración de diferentes dimensiones de la RSC (*e.g.*, las relaciones con la comunidad, el medio ambiente y los empleados) que podrían implicar efectos distintos sobre los resultados financieros de una empresa. En el ámbito

del turismo, Inoue y Lee (2011) apuntan que es necesario evaluar la influencia de dimensiones específicas de la RSC en un mismo sector (*e.g.*, contribución a la mejora del bienestar de la comunidad, al alivio de la pobreza o a las condiciones de trabajo). En esta investigación se presta una atención especial al compromiso de las empresas de alojamiento turístico con el alivio de la pobreza en ciertos países africanos.

Los estudios que sugieren una influencia negativa de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados financieros de las empresas, se fundamentan en la argumentación de Friedman (1970), según la cual la única responsabilidad de una empresa es contribuir a la maximización del bienestar de los accionistas y, por ende, cualquier actividad de responsabilidad social, que es función de la sociedad en general, afecta negativamente a la óptima asignación de recursos de la empresa.

Por el contrario, la mayoría de las investigaciones empíricas han generado resultados que sugieren la influencia positiva de la actividad de RSC sobre los resultados financieros de una empresa (Garay y Font, 2013; Bagur-Femenías *et al.*, 2015). La asociación positiva también es sugerida por algunas revisiones de la investigación empírica sobre RSC y resultados financieros (Orlitzky, Schmidt y Rynes, 2003; Wu, 2006; Godfrey y Hatch, 2007). De manera similar, la literatura sobre turismo y empresas turísticas propone una asociación positiva entre la actividad de RSC y los resultados financieros de las empresas turísticas (Garay y Font, 2013).

La actividad de RSC en general y, en particular, el compromiso con el alivio de la pobreza, podría influir positivamente en los resultados o beneficios de la actividad empresarial mediante la generación de beneficios específicos relacionados con los siguientes aspectos (Eweje, 2007; Inoue y Lee, 2011; Garay y Font, 2013; Lee *et al.*, 2013): imagen y reputación de la empresa, satisfacción de los clientes, atractivo como lugar para trabajar (*i.e.*, atractivo como empleador), compromiso de los empleados con la organización, reducción de costes (*e.g.*, en términos de mejora de la productividad de los empleados o condiciones fiscales ventajosas) o aumento de las ventas (*e.g.*, por una mayor aceptación de sus productos por parte del mercado). Los pobres, al igual que otros colectivos minoritarios y desfavorecidos, incluso son percibidos como un mercado potencial para las corporaciones multinacionales (Prahalad y Hart, 2002; Kirchgeorg y Winn, 2006).

En lo que se refiere al sector de alojamiento turístico, Lee y Park (2009), en una investigación empírica realizada con una muestra de 40 hoteles, observaron que la actividad de RSC influye de manera directa y positiva sobre los resultados financieros de los hoteles. De manera similar, Bagur-Femenías *et al.* (2015), en un estudio efectuado entre 370 hoteles en Madrid, confirmaron dos hipótesis sobre la influencia de la RSC sobre los resultados empresariales: 1) la adopción de políticas de RSC tiene un efecto directo y positivo sobre la competitividad del hotel, y 2) la competitividad del hotel influye de manera directa y positiva sobre los resultados financieros del hotel.

Los efectos positivos de la RSC sobre los resultados financieros sugieren que las empresas turísticas podrían adoptar iniciativas de RSC no sólo para incrementar su contribución al alivio de la pobreza, sino también para desarrollar una fuente de ventaja competitiva para su negocio. La presencia mayoritaria de evidencias y argumentos a favor de una asociación positiva entre la RSC, el compromiso con el alivio de la pobreza y los resultados financieros de las empresas en general y, en particular, de las empresas turísticas y de alojamiento, motiva que en esta investigación se planteen las siguientes hipótesis:

H10: La actividad de RSC influye en los resultados de la actividad empresarial de los establecimientos de alojamiento turístico.

H11: El compromiso con el alivio de la pobreza influye en los resultados de la actividad empresarial de los establecimientos de alojamiento turístico.

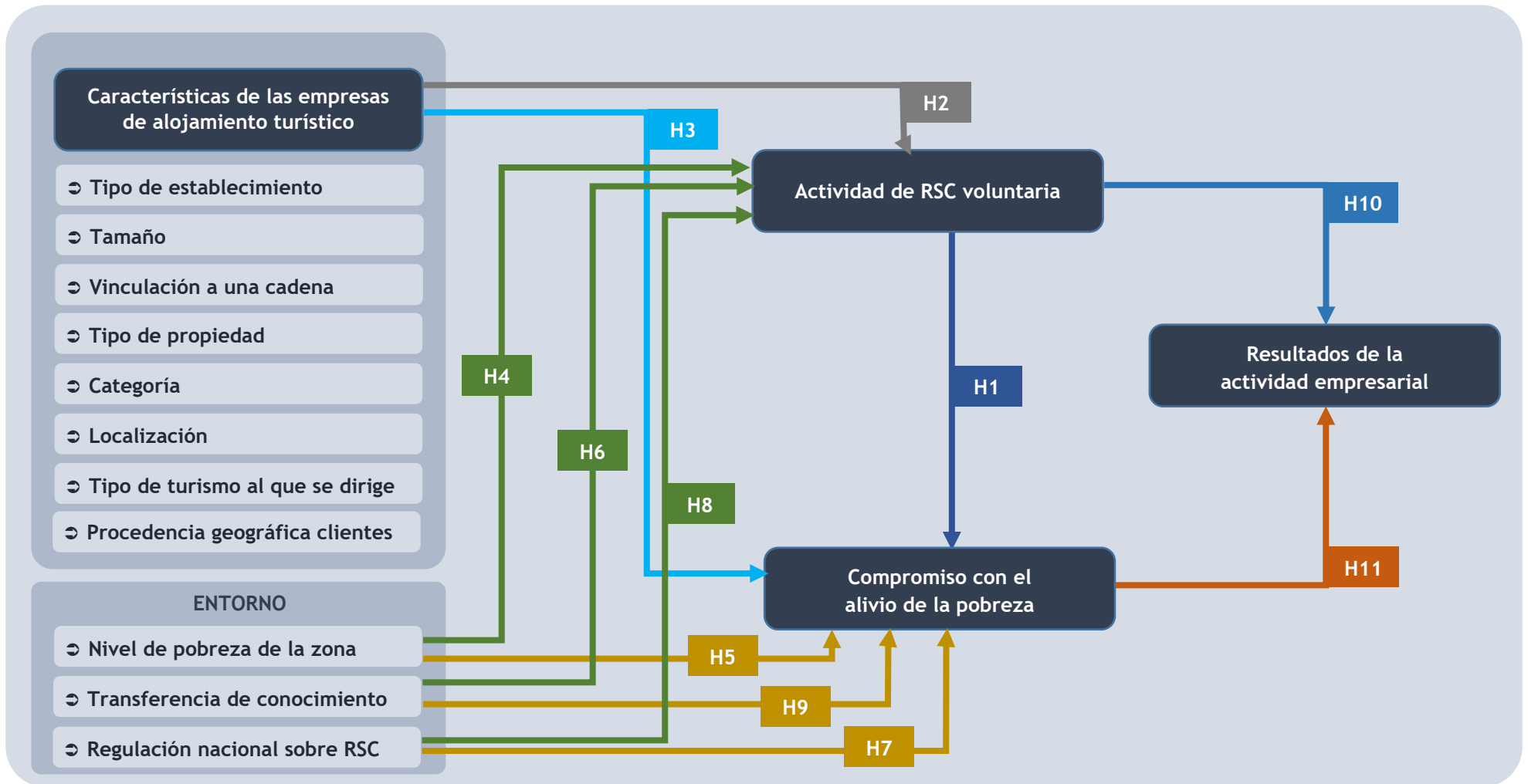
1.5.4. Propuesta de un modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza

La integración de los resultados de la revisión teórica sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza, así como de las hipótesis planteadas previamente, permite proponer un modelo teórico que viene representado gráficamente en la figura 1-3. Como puede observarse en dicha figura, el modelo teórico está conformado por tres secciones claramente diferenciadas. En la sección central de la figura se exhibe una posible asociación entre los dos constructos principales del modelo teórico (*i.e.*, la hipótesis H1): la RSC y la contribución al alivio de la pobreza. Así mismo, se menciona un conjunto de dimensiones que podrían ser utilizadas para medir ambos constructos.

Por su parte, en la sección izquierda de la figura se reflejan los posibles antecedentes de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza. Los antecedentes son agrupados en dos constructos básicos. En el primero de ellos se reflejan las características internas de la empresa de alojamiento (*i.e.*, las hipótesis H2 y H3), mientras que en el segundo se indican las condiciones del entorno que podrían afectar a los dos constructos centrales (*i.e.*, las hipótesis H4 a H9): el nivel de pobreza de la zona en la que está ubicada la empresa de alojamiento, la regulación nacional que afecta a la RSC y la transferencia de conocimiento con otras organizaciones del entorno.

Por último, la posible influencia de la RSC en general y, en particular, del compromiso con el alivio de la pobreza, sobre los resultados financieros y no financieros de la actividad empresarial (*i.e.*, las hipótesis H10 y H11) es exhibida en la sección derecha de la figura.

Figura 1-3: Modelo teórico propuesto sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza.



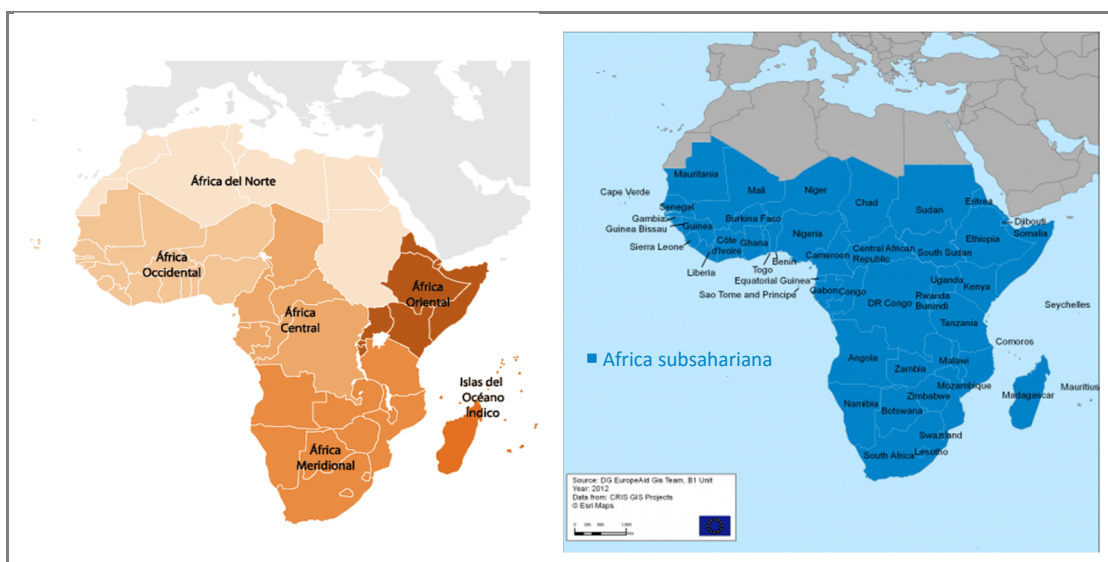
FUENTE: Elaboración propia.

CAPÍTULO 2. DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación toma como ámbito geográfico de referencia el continente de África y, concretamente, la región que en numerosas publicaciones se denomina África subsahariana (e.g., Banco Mundial, 1978, 2015a; Goldstein, 2002; Handley, Higgins, Sharma, Bird y Cammack, 2009; Schaffnit-Chatterjee, 2013; FMI, 2015). También conocida como “África negra”, esta región queda conformada por los países del continente africano que no limitan con el mar Mediterráneo y que se ubican al sur del desierto del Sáhara (véase figura 2-1).

Figura 2-1: Mapa de África, con agrupación de los países en función de su posición geográfica y pertenencia a África subsahariana.



Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente -PNUMA- (2002) y Comisión Europea, Dirección General de Cooperación Internacional y Desarrollo EuropeAid, Grupo de Sistemas de Información Geográfica (2012).

Si bien autores como el historiador nigeriano Herbert Ekwe-Ekwe (2007) discuten la idoneidad de esta nomenclatura, al excluir de dicha región sólo a los cinco países árabes del norte de África (Argelia, Egipto, Libia, Marruecos y Túnez) e incluir países significativamente alejados del desierto sahariano (e.g., Sudáfrica y Madagascar), lo cierto es que gran parte de los estudios e informes sobre el desarrollo socioeconómico del continente africano publicados por organismos multilaterales (e.g., FMI, Banco Mundial, Comisión Europea/EuropeAid, etc.) utilizan esta clasificación. Otros organismos, tales como la UNCTAD (2014c), el Banco Africano de Desarrollo -BAfD- (1998, 2014a), el PNUD, (2014), la Comisión Económica de las Naciones Unidas para África -UNECA, por siglas en inglés- (2011) o el Programa de las Naciones Unidas para

el Medio Ambiente (PNUMA, 2002), clasifican al conjunto de países africanos según su posición geográfica respecto a los cuatro puntos cardinales, distinguiéndose seis grandes grupos o regiones (véase figura 2-1): África del Norte, África occidental, África oriental, África central, África meridional (o austral) y las islas del Océano Índico.

Combinando ambas nomenclaturas puede establecerse que África subsahariana se subdivide en cinco subregiones que abarcan un total de 50 países, según queda recogido en la tabla 2-1.

Tabla 2-1: Países de África subsahariana.

Sub-Región	Países
África occidental	Benín, Burkina Faso, Cabo Verde, Costa de Marfil, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Liberia, Mali, Mauritania, Níger, Nigeria, Senegal, Sierra Leona, Togo.
África oriental	Burundi, Eritrea, Etiopía, Kenia, Ruanda, Somalia, Sudán, Sudán del Sur, Tanzania, Uganda, Yibuti.
África central	Camerún, Chad, Congo (Rep.), Congo (Rep. Dem.), Gabón, Guinea Ecuatorial, República Centroafricana, y Santo Tomé y Príncipe.
África meridional	Angola, Botsuana, Lesoto, Malawi, Mozambique, Namibia, Suazilandia, Sudáfrica, Zambia, Zimbabue.
Islas del Océano Índico	Comoras, Madagascar, Mauricio, Reunión, Seychelles.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la clasificación de regiones africanas del PNUMA (2002).

Además, esta división geográfica es la que más se asemeja a la actual realidad político-económica del continente africano, donde se distinguen agrupaciones regionales como la Comunidad Económica de Estados de África Occidental -ECOWAS o CEDEAO por sus siglas en inglés y francés-, la Comunidad Africana Oriental -EAC, por sus siglas en inglés-, la Comunidad Económica de los Estados de África Central -ECCAS, por sus siglas en inglés-, la Comunidad para el Desarrollo del África Austral -SADC, por sus siglas en inglés- o la Unión del Magreb Árabe -UMA-.

En los siguientes apartados se presentan los principales indicadores en materia de pobreza y desarrollo turístico del continente africano, con especial incidencia en los relacionados con la región de África subsahariana, con la intención de describir con cierto detalle el contexto en el cual se enmarca la presente investigación.

2.1.1. La pobreza en África subsahariana

La literatura académica y profesional sobre la problemática de la pobreza en África es ciertamente profusa, lo cual denota el creciente interés que ha generado este ámbito de estudio a lo largo de las últimas décadas, confirmando lo ya expuesto en el capítulo 1 (véase epígrafe 1.2.1). La continua proliferación de estadísticas, estudios e informes en los que se analiza este tópico de investigación provoca que, en algunas ocasiones, existan datos demasiado generales, ambiguos o incluso contradictorios, especialmente en lo que respecta a regiones en desarrollo como África subsahariana (Morton, 2013; Kingombe, 2014; Kiregyera, 2015). Este hecho probablemente se fundamenta en la complejidad que conlleva medir un concepto multidimensional como la pobreza, máxime cuando se pretende analizar de manera comparativa a una extensa amalgama de países no necesariamente homogéneos entre sí (Handley *et al.*, 2009; BAfD, 2014b; Kingombe, 2014). Sin embargo, en lo que sí coincide la práctica totalidad de las estadísticas publicadas por los principales organismos multilaterales de desarrollo es en señalar a África Subsahariana como la región del mundo con mayores índices de pobreza y, en consecuencia, menores niveles de desarrollo (BAfD, OECD y PNUD, 2014; UNCTAD, 2014c; Banco Mundial, 2015a; FMI, 2015; Oxfam, 2015).

Siguiendo a Kingombe (2014) y Oya y Sender (2014), puede afirmarse que en la última década coexisten dos corrientes de opinión respecto a la adecuada interpretación de los datos sobre el desarrollo social y económico de África. Por una parte, existe una perspectiva “pesimista”, mediante la cual se hace especial hincapié en la situación dramática que generan los escasos avances para reducir la pobreza en el continente africano, llegando a acuñar el término de “tragedia africana” para describir de forma generalizada esta situación (Leys, 1994; Smith, 2006) y, por otra parte, una postura “optimista”, conocida en términos anglosajones como “*Africa rising*” (“África creciente”), que aboga por ahondar el análisis en las oportunidades multiplicadoras que genera la positiva evolución registrada por algunos países africanos en sus variables socioeconómicas (Mahajan, 2008; Pillay, 2015; Saville y White, 2015).

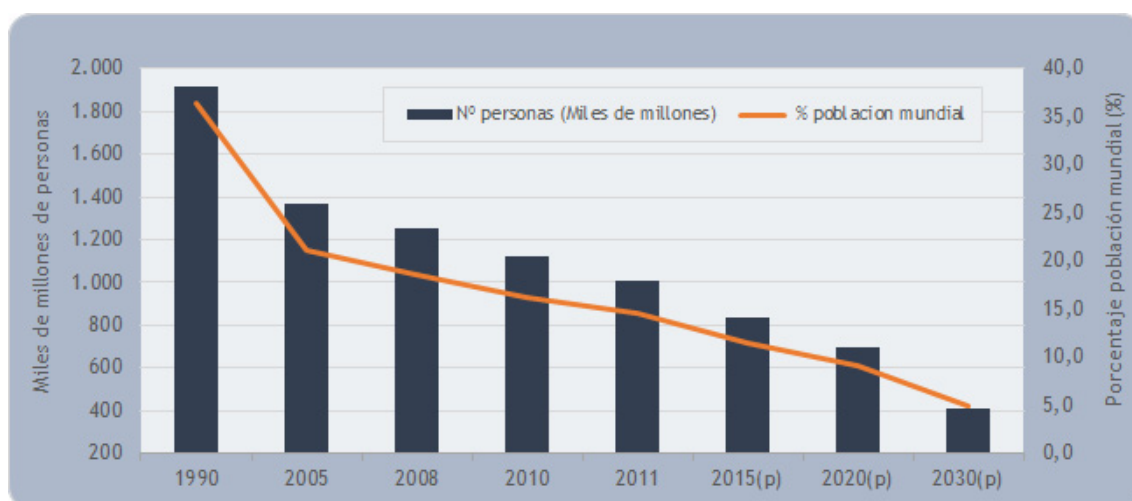
Tal y como se expone en el presente epígrafe, el análisis de las principales estadísticas ofrecidas por los organismos multilaterales de desarrollo y otras entidades internacionales ofrece argumentos a favor de ambos posicionamientos, por lo que no deben considerarse necesariamente excluyentes. De esta forma, los principales datos que, desde ambos planteamientos, describen la actual realidad socioeconómica de África subsahariana pueden resumirse en los siguientes puntos: (1) la pobreza extrema

ha descendido de manera rápida y constante en todo el mundo, pero en menor medida en África subsahariana; (2) los países de esta región acaparan las estadísticas sobre pobreza y desigualdad de ingresos; y (3) los indicadores sobre desarrollo humano de África subsahariana siguen siendo los más bajos a nivel mundial. Seguidamente se analiza con detalle cada uno de estos puntos.

- *La pobreza extrema ha descendido de manera rápida y constante en todo el mundo, pero en menor medida en África subsahariana.*

La pobreza extrema a nivel mundial se ha reducido a la mitad en apenas veinte años, cumpliéndose así el primero de los Objetivos de Desarrollo del Milenio -ODM- (Naciones Unidas, 2014; PNUD, 2014; Banco Mundial, 2015a). De esta forma, el número de personas que vive con menos de 1,25 dólares al día ha pasado de significar el 36,4% de la población mundial del año 1990 al 14,5% en 2011 (véase figura 2-2).

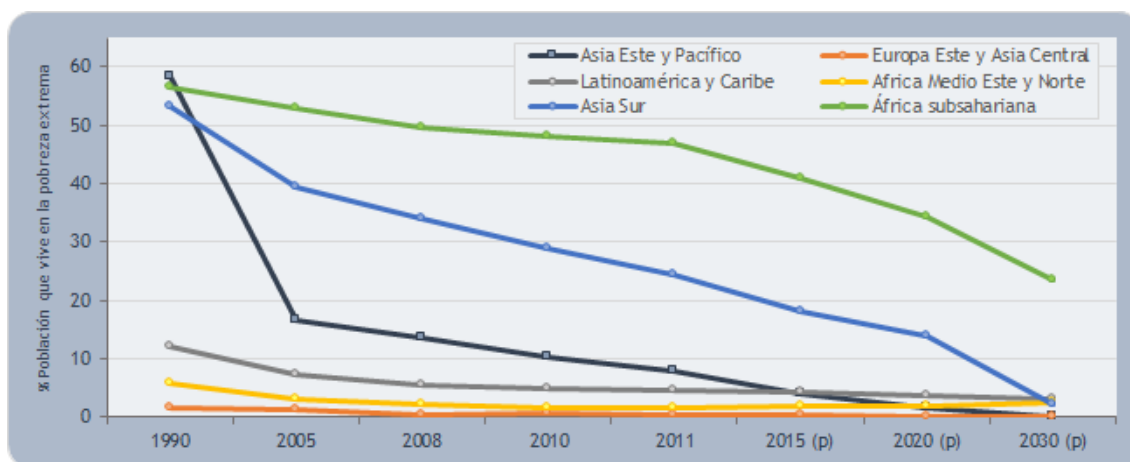
Figura 2-2: Evolución de la pobreza extrema a nivel mundial
[En miles de millones de personas y porcentaje de población]



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Banco Mundial (2015a).

Sin embargo, este descenso de la pobreza a nivel mundial es ciertamente desigual a tenor del desglose de las estimaciones según región geográfica (véanse figura 2-3, tabla 1-1 y epígrafe 1.1.1). Mientras que sólo las regiones relativamente más prósperas (Asia oriental y Pacífico, Europa y Asia central, Latinoamérica y Caribe, Oriente Medio y África del Norte) han logrado cumplir el primer ODM, los datos mundiales sobre pobreza siguen encabezados por África subsahariana y Asia del Sur, regiones que suman alrededor del 80% de los pobres del mundo estimados en 2011 (Naciones Unidas, 2014; Banco Mundial, 2015a).

Figura 2-3: Evolución de la tasa de pobreza extrema según regiones. 1990-2030
[En % de población que vive con menos de 1,25 \$/día (2005 PPA⁽²⁾)]



Nota (1): Proyecciones (p).

Nota (2): Paridad del poder adquisitivo (*purchasing power parity*) en valores de 2005.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del Banco Mundial (2015a).

Si bien la tasa de pobreza extrema, medida en términos relativos, ha descendido de forma más lenta en África Subsahariana en el periodo 1990-2011, pasando del 56,6% al 46,8%, los datos absolutos señalan un significativo aumento de la pobreza en esta región, al superar su crecimiento demográfico la tasa de reducción de la pobreza (Banco Mundial, 2013b, 2015b). De esta forma, el número de personas extremadamente pobres ha pasado de los 287 millones estimados en 1990 hasta la cifra de 415 millones de 2011, lo que supone cerca de la mitad de la población de África subsahariana. Por su parte, Asia del Sur registra el segundo mayor número de pobres después de África subsahariana, con un total de 399 millones de pobres en 2011, frente a los 603 millones en 2002. En consecuencia, es muy probable que la región de África subsahariana no cumpla el primer ODM en 2015 y no consiga así reducir a la mitad su tasa de pobreza extrema, al contrario de lo proyectado en el caso de Asia del Sur (Naciones Unidas, 2014; Banco Mundial, 2015b).

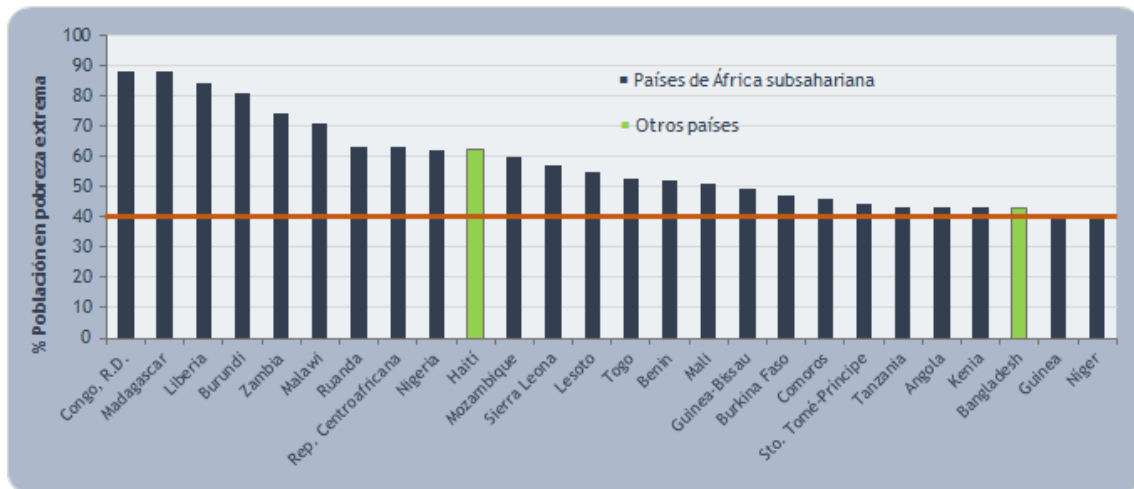
Además, en torno al 60% de los pobres extremos del mundo se concentran en sólo cinco países: Bangladesh, China, República Democrática del Congo, India y Nigeria. Considerando otros cinco países (Etiopía, Indonesia, Pakistán, Madagascar y Tanzania), se abarca en conjunto algo más del 70% de los pobres extremos del mundo (Banco Mundial, 2015a). Como también se observa, la mitad de los diez países mencionados se localizan en África subsahariana.

Según reconoce el propio Banco Mundial (2015a, 2015b), el análisis de las cifras sobre la evolución de la pobreza debe realizarse con cautela. En los países en desarrollo los datos censales a menudo no están disponibles o están obsoletos, circunstancia que impide reducir la dependencia de la modelización y la estimación para la determinación de los niveles de población y, por tanto, del índice de pobreza (Naciones Unidas, 2014; Banco Mundial, 2015b). Por ello, al margen de factores económicos y sociales, en el análisis de las causas que podrían explicar el notable descenso de la pobreza registrado a nivel mundial en 2011 debe considerarse la revisión que en 2008 realizó el Banco Mundial en el cálculo de sus estimaciones, ya que a principios de los noventa las muestras utilizadas sobre hogares (fuente de información de la que se nutren dichas estimaciones) no tenían el mismo tamaño que las realizadas décadas después, especialmente en el caso de las regiones en desarrollo (Banco Mundial, 2015b). Uno de los efectos de contar con muestras más amplias ha sido precisamente la posibilidad de recalcular los índices de pobreza, que en algunos casos resultó ser mucho más bajo de lo estimado anteriormente. A modo de ejemplo, según el Banco Mundial (2015a), el recuento de la pobreza de India se redujo 10 puntos porcentuales en dos años, a partir de la Encuesta Nacional por Muestreo de 2009/10 y 2011/12.

- *Los países de África subsahariana acaparan las estadísticas sobre pobreza y desigualdad de ingresos.*

Estimaciones del Banco Mundial (2015a) señalan que la línea de pobreza extrema (1,25 dólares al día) representa el promedio de las líneas de pobreza nacionales de los 15 países en desarrollo más pobres del mundo. Además, en 26 países del planeta el número de personas que vive en la pobreza extrema es igual o superior al 40% de la población, con lo que estos países acaparan una cuarta parte de las personas extremadamente pobres a nivel mundial. Todos estos países, exceptuando Haití y Bangladesh, se encuentran en África subsahariana, y todos, salvo Bangladesh, República Democrática del Congo, Nigeria y Tanzania, tienen una población inferior a 30 millones de personas (véase figura 2-4).

Figura 2-4: Países con más del 40% de la población en situación de pobreza extrema



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Mundial (2015a).

Entre las razones del lento descenso de la tasa (relativa) de pobreza que presenta África subsahariana en comparación con otras regiones mundiales, se encuentra el elevado y constante ritmo de crecimiento poblacional (en torno al 2,7% anual), lo que minora los efectos del crecimiento del PIB cuando se expresa en términos per cápita (mientras que el PIB aumentó en esta región un 4,6% en el periodo 1999-2010, el PIB per cápita lo hizo en un 1,9%) (Banco Mundial, 2013b). Además, a este lento descenso de la tasa de pobreza en África subsahariana se añade la alta y creciente desigualdad de ingresos en muchos de sus países a pesar de su crecimiento económico (Kanbur, 2010; Ravallion, 2012; Chen y Ravallion, 2013; Lakner y Milanovic, 2013; Banco Mundial, 2015a).

Una medida de la desigualdad usada recientemente en la literatura es el Índice Gini, que se basa en una escala que oscila entre 0, en el caso hipotético de un país con una distribución del ingreso totalmente plano, de forma que cada persona recibe el mismo ingreso, y 100, cuando se trata de un país con una distribución completamente desigual, es decir, que una persona tiene todos los ingresos y el resto nada (e.g., Lakner y Milanovic, 2013). En base a estimaciones realizadas mediante el índice de Gini, algunos estudios aseveran que la desigualdad en la distribución del ingreso mundial presenta una tendencia decreciente en el periodo 1998-2008, mientras que en África subsahariana, que registra los mayores coeficientes junto con Latinoamérica, el índice de Gini ha aumentado cinco puntos hasta situarse en el 56,5%, al mismo tiempo que su PIB per cápita, excluyendo a Sudáfrica y Seychelles, ha descendido de 608 a 556 dólares USA en el periodo analizado (Lakner y Milanovic, 2013; Kingombe, 2014).

Además, seis países de África (Sudáfrica, Namibia, Botsuana, Zambia, República Centroafricana y Lesoto) se encuentran entre los diez países con mayor nivel de desigualdad a nivel mundial, al revelar sus respectivos coeficientes Gini que el 10% más rico de la población concentra casi la mitad de los ingresos totales combinados, mientras que el 10% más pobre apenas acapara el uno por ciento (Oxfam, 2015).

- *Los indicadores sobre desarrollo humano de África subsahariana siguen siendo los más bajos a nivel mundial.*

Tal y como se ha planteado en el capítulo teórico, la pobreza es un concepto multidimensional que no puede ni debe medirse exclusivamente en términos de ingresos económicos (Spenceley y Goodwin, 2007; Lepper y Goebel, 2010; PNUD, 2014), lo que implica el análisis de otras variables para intentar completar la descripción del contexto de la presente investigación.

En este sentido, el Informe de Desarrollo Humano 2014 publicado por el PNUD (2015), señala que más de 2.200 millones de personas siguen siendo vulnerables a la pobreza multidimensional, al vivir con dos o más privaciones de las 10 que miden las tres dimensiones con las que se calcula el Índice de Desarrollo Humano -IDH-: vida larga y saludable, educación y nivel de vida digno. Pese a la ligera mejoría experimentada por el IDH de África subsahariana, al pasar de 0,499 a 0,502 puntos entre 2012 y 2013, esta región sigue presentando los valores más bajos de IDH (0,502) a nivel mundial, seguida de Asia meridional (0,588), mientras que los más altos son registrados por América Latina y el Caribe (0,740) y Europa y Asia central (0,738) (PNUD, 2014). De manera específica, 35 de los 43 países que registran a nivel mundial un IDH bajo (inferior a 0,75 puntos) se localizan en África subsahariana, siendo Níger el país con menor IDH de todo el mundo (0,341). Según se resume en la tabla 2-2, sólo dos países de esta región obtienen un índice alto (superior a 0,7 puntos), quedando el resto con valores centrales del IDH (entre 0,55 y 0,7 puntos).

Tabla 2-2: Clasificación de los países de África subsahariana según el IDH (2013)

Índice de Desarrollo Humano [IDH] ⁽¹⁾ ⁽²⁾				
Alto (superior a 0,7)	Medio (entre 0,55 y 0,7)	Bajo (inferior a 0,55)		
Mauricio [0,771] ↗2	Botsuana [0,683] ↘1	Kenia [0,535] ○	Senegal [0,485] ↘3	Guinea-Bissau [0,396] ○
Seychelles [0,756] ↘1	Gabón [0,674] ↘1	Suazilandia [0,530] ○	Uganda [0,484] ○	Mozambique [0,393] ↗1
	Sudáfrica [0,658] ↗1	Angola [0,526] ○	Benín [0,476] ○	Guinea [0,392] ↘1
	Cabo Verde [0,636] ↘2	Ruanda [0,506] ○	Sudán [0,473] ○	Burundi [0,389] ○
	Namibia [0,624] ○	Camerún [0,504] ○	Togo [0,473] ↗1	Burkina Faso [0,388] ○
	Ghana [0,573] ○	Nigeria [0,504] ↗1	Yibuti [0,467] ○	Eritrea [0,381] ○
	Congo (R) [0,564] ○	Madagascar [0,498] ○	Costa de Marfil [0,452] ○	Sierra Leona [0,374] ↗1
	Zambia [0,561] ↗2	Zimbabue [0,492] ↗4	Gambia [0,441] ○	Chad [0,372] ↘1
	Sto. Tomé y Príncipe [0,558] ↘1	Comoras [0,488] ↘1	Etiopía [0,435] ○	Rep. Centroafricana [0,341] ○
	Guinea Ecuatorial [0,556] ↘3	Tanzania [0,488] ↗1	Malawi [0,414] ○	Congo (RD) [0,338] ↗1
		Mauritania [0,487] ↘2	Liberia [0,412] ○	Níger [0,337] ↘1
		Lesoto [0,486] ↗1	Mali [0,407] ○	

Nota (1): Datos no disponibles sobre los siguientes países: Reunión, Somalia y Sudán del Sur.

Nota (2): Junto al valor del IDH, se incluye el número de puestos que avanza (↗) o disminuye (↘) cada país en la clasificación mundial del IDH respecto a los valores del año anterior, 2012.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del PNUD (2014).

Del informe IDH 2014 también se extraen otros indicadores sobre desarrollo en torno a los cuales se podría evaluar la pobreza no económica en los países que conforman África subsahariana. Del análisis de estos indicadores, se concluye lo siguiente:

- África subsahariana posee la tasa de desigualdad más alta a nivel mundial en el ámbito de la salud y sigue siendo foco endémico de la malaria, del VIH y, más recientemente, del ébola.
- La tasa de mortalidad materna es de 474 por 100.000 niños nacidos vivos en África subsahariana, donde además hay 110 nacimientos por 1.000 adolescentes de edades comprendidas entre los 15 y los 19 años. Esta región contribuye, además, en un 50% a los registros a nivel mundial en cuanto a mortalidad infantil.
- Las regiones con mayor proporción de niños menores de 5 años en la población total son África subsahariana (16,2%), los Estados Árabes (12%) y Asia Meridional (10,5%), siendo África subsahariana la única región en la que no se ha reducido sustancialmente la proporción de niños menores de 5 años desde 1970.
- La tasa de población afectada por la desnutrición ha aumentado significativamente en África subsahariana, cifrándose en una de cada cuatro personas.
- El porcentaje de trabajadores en situación de empleo vulnerable, con trabajos inseguros y mal pagados, se cifra en un 77,2% del empleo total en África subsahariana. Además, el 40,1% de los trabajadores de esta región sigue viviendo en hogares en los que se gana menos de 1,25 USD al día por persona.

- África subsahariana, los Estados Árabes y el Sudeste asiático, son las regiones donde tiene lugar la mayor parte de los conflictos armados a nivel mundial, en número mucho mayor al registrado en la década de los 40.

En este contexto, Naciones Unidas, con la aprobación de los ODS, pretende acabar con la pobreza extrema a nivel mundial en el año 2030, lo que no sólo implica que el crecimiento económico sea elevado, especialmente en regiones en desarrollo como África subsahariana, sino también que su evolución vaya de la mano de medidas que fomenten la inclusión y garanticen la sostenibilidad (Kanbur 2010; Ravallion 2012; Lakner y Milanovic 2013; Banco Mundial, 2015a).

2.1.2. La economía y el turismo en África subsahariana

En un contexto mundial aún marcado por los efectos de la crisis económica, financiera y fiscal, África subsahariana se sitúa entre las regiones con mayor tasa de crecimiento económico de la última década (Banco Mundial, 2015a; FMI, 2015), con un aumento medio de su PIB real por encima del 5% anual frente al 3,5% registrado a nivel mundial o el 1,2% de las economías avanzadas (véase tabla 2-3). La demanda mundial de recursos naturales (principalmente, minería y petróleo), el aumento de las exportaciones de materias primas (la agricultura representa el 49% de la fuerza laboral de la región) y el turismo, junto con las mejoras en el marco regulatorio y la estabilidad macroeconómica de la región, se identifican como los factores clave que explican este notable crecimiento (Banco Mundial, 2013b; Kingombe, 2014; Oxfam, 2015). Además, entre 2008 y 2013, el gasto total de los consumidores en África subsahariana creció un 17,6% en términos reales, superando la tasa de crecimiento promedio mundial del 11,3% (FMI, 2015).

Sin embargo, el crecimiento económico de África subsahariana es desigual, con países ricos en recursos naturales que presentan ritmos de crecimiento más rápidos e ingresos relativamente más elevados que el resto. La fuerte dependencia de las exportaciones también hace que la región sea vulnerable a las fluctuaciones en los precios de las materias primas (FMI, 2015). Además, el PIB per cápita de África subsahariana continúa siendo el más bajo de entre todas las regiones mundiales, al establecerse en 3.152 USD, seguido por Asia del Sur (5.195 USD), Latinoamérica y El Caribe (10.499 USD), Europa y Asia central (12.415 USD), Asia del Este y Pacífico (13.767 USD) y Estados Árabes (15.817 USD), según datos del PNUD (2014).

Tabla 2-3: Crecimiento del PIB real a nivel mundial según regiones, 2004-2016.

Región	2004-08	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (1)	2016 (1)	Media anual 2004-14
Total Mundial	4,9	0,0	5,4	4,2	3,4	3,4	3,4	3,5	3,8	3,5
Economías avanzadas	2,4	-3,4	3,1	1,7	1,2	1,4	1,8	2,4	2,4	1,2
· Zona Euro	2,1	-4,5	2,0	1,6	-0,8	-0,5	0,9	1,5	1,7	0,1
· Principales economías avanzadas (G7)	2,0	-3,8	2,9	1,6	1,4	1,5	1,7	2,3	2,3	1,0
· Otras economías avanzadas	4,3	-1,1	5,8	3,3	2,1	2,2	2,8	2,8	3,1	2,8
Economías de mercados emergentes/en desarrollo	7,6	3,1	7,4	6,2	5,2	5,0	4,6	4,3	4,7	5,6
· Comunidad de Estados Independientes	7,6	-6,3	4,6	4,8	3,4	2,2	1,0	-2,6	0,3	2,5
· Asia emergente y en desarrollo (Incluida China)	9,3	7,5	9,6	7,7	6,8	7,0	6,8	6,6	6,4	7,8
· Europa emergente y en desarrollo	5,6	-3,0	4,8	5,4	1,3	2,9	2,8	2,9	3,2	2,8
· Latinoamérica y el Caribe	5,2	-1,3	6,1	4,9	3,1	2,9	1,3	0,9	2,0	3,2
· Oriente Medio y África del Norte	6,6	2,3	5,1	4,5	4,9	2,3	2,4	2,7	3,7	4,0
· África subsahariana (AS)	6,8	4,0	6,7	5,0	4,2	5,2	5,0	4,5	5,1	5,3
-Países de AS ricos en recursos naturales ⁽²⁾	6,9	3,8	6,7	4,8	4,2	4,7	4,5	3,9	4,4	5,1
-Países de AS emergentes y pre-emergentes ⁽³⁾	6,6	4,8	7,1	5,1	4,3	4,9	5,0	4,6	4,9	5,4

Nota (1): 2015 y 2016, en base a proyecciones (p) del FMI.

Nota (2): Incluye a Angola, Botsuana, Burkina Faso, Camerún, Chad, Congo (Rep. Dem.), Congo (Rep.), Gabón, Ghana, Guinea, Guinea Ecuatorial, Liberia, Mali, Namibia, Níger, Nigeria, Rep. Centroafricana, Sierra Leona, Sudáfrica, Tanzania, Zambia, y Zimbabue.

Nota (3): Incluye a Costa de Marfil, Etiopía, Ghana, Kenia, Mauricio, Nigeria, Ruanda, Senegal, Sudáfrica, Tanzania, Uganda y Zambia.

FUENTE: Elaboración propia, a partir de datos del FMI (2015).

El turismo es una de las industrias clave que está contribuyendo al despegue económico del continente africano (BAfD, OECD y PNUD, 2014; World Travel Tourism & Council -WTTC-, 2015). La OMT (2014) proyecta que la entrada de turistas internacionales en el conjunto de África aumente a un ritmo medio anual de entre el 2% y el 3%, lo que supondría pasar de los 53 millones de turistas registrados en 2012 a más de 134 millones en el año 2030. En lo que respecta a África subsahariana, la región ha pasado de recibir 6,7 millones de turistas internacionales en 1990 a más de 33,8 millones en 2012, lo que supone un significativo aumento del 82,1% en apenas dos décadas (WTTC, 2013). Los ingresos generados por el turismo en esta región durante el año 2012 rebasaron los 36.000 millones de dólares USA, fijándose su contribución directa en el 2,8% del PIB regional y su contribución total (directa, indirecta e inducida) en el 7,3% (WTTC, 2013).

Para cada país de África subsahariana, en la tabla 2.4 se muestran los indicadores clave del turismo: contribución directa al PIB, contribución directa al empleo y llegada de turistas internacionales. Los países donde el turismo contribuye en más del 10% al PIB o al empleo total son: Seychelles, Cabo Verde, Mauricio, Gambia, Namibia, Madagascar, Tanzania, Kenia, Etiopía, Senegal, Lesoto, Zimbabue y Sudáfrica (WTTC Data Gateway, 2015); mientras que los diez principales destinos de la región en

términos de recepción de turistas son Sudáfrica, Botsuana, Mozambique, Kenia y Zimbabue, Uganda, Suazilandia, Tanzania, Namibia y Senegal (OMT, 2014).

Tabla 2-4: Indicadores clave del sector turístico de África Subsahariana.

País	Contribución directa	Contribución directa	Llegada turistas internacionales	
	al PIB [% PIB, 2014]	al empleo [% Empleo total, 2014]	[Miles turistas]	[Año]
Angola	3,8	3,4	528	2012
Benín	6,6	5,8	232	2012
Botsuana	8,1	9,5	2.145	2010
Burkina Faso	3,2	2,7	238	2011
Burundi	4,4	3,8	142	2010
Cabo Verde	46,9	41,9	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>
Camerún	5,1	4,4	817	2012
Chad	4,6	3,9	71	2010
Comoras	6,5	5,6	19	2011
Congo (Rep.)	4,0	3,8	256	2012
Congo (Rep. Dem.)	1,9	1,6	186	2011
Costa de Marfil	4,4	3,9	289	2012
Etiopía	11,7	10,1	596	2012
Gabón	2,7	2,4	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>
Gambia	18,9	16,4	157	2012
Ghana	5,9	5,2	931	2010
Guinea	4,3	3,7	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>
Kenia	11,9	10,4	1.823	2011
Lesoto	10,3	8,9	422	2012
Madagascar	15,6	13,1	256	2012
Malawi	9,1	7,9	767	2011
Mali	9,4	6,7	134	2012
Mauricio	28,5	27,0	965	2012
Mozambique	7,1	6,6	2.113	2012
Namibia	16,5	21,3	1.027	2011
Níger	3,8	3,3	82	2011
Nigeria	3,1	2,7	715	2011
Rep. Centroafricana	4,6	4,0	54	2010
Reunión	7,5	7,7	447	2012
Ruanda	7,3	6,3	815	2012
Senegal	11,2	9,8	1.001	2011
Seychelles	58,2	58,6	208	2012
Sierra Leona	6,7	5,8	60	2012
Sto. Tomé y Príncipe	8,8	8,2	12	2012
Suazilandia	5,4	4,9	1.093	2012
Sudáfrica	9,6	10,3	9.188	2012
Sudán	3,3	3,0	536	2011
Tanzania	12,4	10,7	1.043	2012
Togo	6,6	5,7	235	2012
Uganda	8,4	7,3	1.197	2012
Zambia	5,7	4,1	859	2012
Zimbabue	10,2	7,0	1.794	2012

n.d. = no disponible

(1) Países no incluidos: Yibuti, Eritrea, Guinea Ecuatorial, Guinea-Bissau, Liberia, Somalia, Sudán del Sur.

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas de WWTC Data Gateway (2015) y OMT (2014).

En una investigación realizada para el Banco Mundial, Twining-Ward (2009) identificó a Francia, Reino Unido, Estados Unidos, Alemania y Portugal como los cinco principales mercados emisores de turistas internacionales a África subsahariana. Por su parte, Christie, Fernandes, Messerli y Twining-Ward (2013) estiman que para el año 2021, el 75% de los viajeros en África subsahariana procederán del propio continente africano. En su estudio, publicado también por el Banco Mundial, estos autores consideran que el potencial de crecimiento del turismo en África subsahariana es significativo, puesto que la región cuenta con una amplia oferta de activos turísticos, entre los que destacan una abundante fauna silvestre, extensas playas, la diversidad y amplitud de sus atractivos naturales y culturales, y las oportunidades de aventura. En zonas de bajo desarrollo turístico las oportunidades de expansión se centran en productos como el safari, la playa, los negocios y el turismo de la diáspora (visitas de población local emigrante), mientras que también existe un gran potencial en toda la región para ofertar productos cuya demanda es creciente, tales como el turismo de naturaleza/aventura, el turismo cultural y los viajes con fines de bienestar, salud y jubilación (Christie *et al.*, 2013).

2.1.3. La oferta de alojamiento turístico en África subsahariana

La complejidad para realizar un análisis detallado del tamaño y las características de la oferta de alojamiento turístico en África subsahariana es manifiesta, no sólo por la amplitud del ámbito geográfico seleccionado (un total de 50 países), sino también por la inexistencia de un censo oficial detallado sobre los establecimientos que operan actualmente en el conjunto de países que conforman esta región africana. Por lo general, los datos estadísticos oficiales suelen ser obsoletos y poco homogéneos entre los diferentes países que conforman esta región (Morton, 2013; Kingombe, 2014; Banco Mundial, 2015b), lo que se añade a la dificultad que supone comparar países con diferentes grados de desarrollo turístico y, por tanto, con notables diferencias respecto a las dimensiones de su oferta de alojamiento turístico.

Atendiendo a las estadísticas publicadas por la OMT (2014), en el conjunto de países de África subsahariana son numerosos los casos/países de los que no se disponen de datos sobre el número de hoteles y otros establecimientos similares, o sobre el número de habitaciones en estos establecimientos, o bien los datos disponibles no están actualizados (véase tabla 2-5). No obstante, según esta fuente, los países de África subsahariana con mayor capacidad de alojamiento turístico son los siguientes: Nigeria, Sudáfrica, Camerún, Madagascar, Ghana y Mozambique, en número de

establecimientos hoteleros y similares; y Sudáfrica, Camerún, Ghana, Kenia, Costa de Marfil, Mozambique, Madagascar, y Senegal, en número de habitaciones.

Tabla 2-5: Capacidad de alojamiento turístico de los destinos de África subsahariana

País ⁽¹⁾	Nº Establecimientos ⁽²⁾		Nº Habitaciones	
	Unidades	Año	Unidades	Año
Angola	161	2012	14.621	2012
Benín	891	2012	12.155	2012
Botsuana	428	2012	7.131	2012
Burkina Faso	321	2010	6.576	2010
Burundi	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Cabo Verde	207	2012	8.522	2012
Camerún	2.410	2009	34.183	2009
Chad	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Comoras	51	2011	311	2012
Congo (Rep. Dem.)	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Congo (Rep.)	987	2012	12.427	2012
Costa de Marfil	<i>n.d.</i>	-	23.141	2012
Etiopía	595	2012	19.998	2012
Gabón	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Gambia	33	2009	4.793	2009
Ghana	1.797	2010	28.058	2010
Guinea	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Kenia	<i>n.d.</i>	-	27.918	2010
Lesoto	145	2012	3.018	2012
Madagascar	2.010	2012	20.520	2012
Malawi	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Mali	675	2012	17.791	2012
Mauricio	117	2012	12.527	2012
Mozambique	1.208	2011	22.145	2012
Namibia	278	2011	4.734	2012
Níger	94	2010	2.119	2010
Nigeria	14.008	2012	<i>n.d.</i>	-
Rep. Centroafricana	60	2010	989	2012
Reunión	153	2011	2.120	2012
Ruanda	379	2012	6.470	2012
Senegal	815	2011	20.000	2012
Seychelles	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Sierra Leone	108	2012	1.758	2012
Sto. Tomé y Príncipe	23	2009	479	2012
Suazilandia	139	2012	1.487	2012
Sudáfrica	2.657	2012	70.900	2012
Sudán	220	2011	5.157	2010
Tanzania	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Togo	501	2012	7.576	2012
Uganda	<i>n.d.</i>	-	<i>n.d.</i>	-
Zambia	<i>n.d.</i>	-	5.979	2008
Zimbabue	121	2011	6.427	2012

Nota (1): No incluidos: Yibuti, Eritrea, Guinea Ecuatorial, Guinea-Bissau, Liberia, Somalia, Sudán del Sur.

Nota (2): Establecimientos hoteleros y similares (moteles, casas de huéspedes, chalets/cabañas, B&B, etc.).

Nota: *n.d.* = datos no disponibles.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de la OMT (2014).

Por su parte, Christie *et al.* (2013) elaboraron un ranking con los seis destinos de África subsahariana con mayor capacidad de alojamiento turístico, atendiendo al número de habitaciones hoteleras totales e internacionales, donde también destaca sobremanera Sudáfrica, seguida de Tanzania, Kenia, Camerún, Ghana y Malawi (véase tabla 2.6). Sin embargo, atendiendo a esta misma fuente, la mayor tasa media de ocupación la presenta Kenia (92% en 2007), y la menor la registra Camerún, con tan solo el 17%, según datos de 2006 y 2007. Además, en dicho estudio se concluye que la oferta alojativa de un total de 40 países de África subsahariana se estima en torno a 390.000 habitaciones hoteleras, acaparadas en gran parte por las categorías de casas de huéspedes y *lodges* (Christie *et al.*, 2013).

Tabla 2-6: Principales destinos de África subsahariana según número de habitaciones hoteleras

País	Número de habitaciones hoteleras		Ocupación media (%)	Año con datos más recientes
	Total	Internacionales		
Sudáfrica	61.417	9.850	57	2007
Tanzania	31.365	1.588	43	2005
Kenia	24.354	2.284	92	2007
Camerún	24.803	673	17	2006 y 2007
Ghana	24.410	902	75	2005 y 2008
Malawi	20.871	120	61	2004 y 2006

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Christie *et al.* (2013).

Con la intención de generar un listado con los principales grupos de alojamiento turístico en África subsahariana, se procedió a la integración de listados obtenidos mediante tres fuentes (BAfD, *New York University Africa House -NYU-* y *Africa Travel Association -ATA-*, 2014; Banco Mundial, 2010; Rogerson, 2014), así como a la necesaria depuración de los datos duplicados y actualización de la información obsoleta, a partir del análisis de las páginas webs de los grupos de alojamiento en esta región africana. El resultado se corresponde con un listado de 52 grupos hoteleros en África subsahariana (36 de ámbito global *-i.e., operan en África y otros continentes-* y 16 regionales *-i.e., operan en varios países de África subsahariana-*), con un total de 803 establecimientos de alojamiento turístico (445 propiedades de grupos globales y 358 propiedades de grupos regionales), cuya relación detallada se expone en el anexo I.

La distribución por países, mostrada en la tabla 2-7, revela que el país de África subsahariana con mayor número de establecimientos en propiedad de cadenas hoteleras globales/mundiales y regionales es Sudáfrica, con un total de 377 establecimientos pertenecientes a 26 grupos hoteleros. Le siguen en esta clasificación

Tanzania (85 establecimientos, 22 cadenas), Kenia (76, 21), Mauricio (33, 13), Nigeria (29, 11), Zambia (28, 10) y Botsuana (21, 7).

Tabla 2-7: Grupos hoteleros globales y regionales en África subsahariana según país.

País	Compañías globales		Compañías regionales		Total	
	Nº cadenas	Nº propiedades	Nº cadenas	Nº propiedades	Nº cadenas	Nº propiedades
Angola	1	1	0	0	1	1
Benín	2	3	0	0	2	3
Botsuana	3	14	4	7	7	21
Burkina Faso	1	1	1	1	2	2
Cabo Verde	5	12	0	0	5	12
Camerún	2	2	0	0	2	2
Chad	3	4	0	0	3	4
Congo, Rep. Dem.	2	2	1	1	3	3
Costa de Marfil	5	5	0	0	5	5
Etiopía	3	3	0	0	3	3
Gabón	3	5	0	0	3	5
Gambia	1	1	1	1	2	2
Ghana	8	12	0	0	8	12
Guinea Ecuatorial	2	5	0	0	2	5
Kenia	10	27	11	49	21	76
Lesoto	0	0	2	2	2	2
Madagascar	3	3	0	0	3	3
Malawi	1	1	1	1	2	2
Maldivas	0	0	1	2	1	2
Mali	1	1	0	0	1	1
Mauricio	12	25	1	8	13	33
Mozambique	2	3	4	4	6	7
Namibia	4	14	1	1	5	15
Nigeria	9	27	2	2	11	29
República Centroafricana	0	0	1	1	1	1
Reunión	3	3	0	0	3	3
Ruanda	2	4	3	4	5	8
Senegal	4	6	0	0	4	6
Seychelles	8	11	2	3	10	14
Sierra Leona	1	1	0	0	1	1
Suazilandia	0	0	2	2	2	2
Sudáfrica	20	172	6	205	26	377
Tanzania	12	32	10	53	22	85
Togo	1	1	0	0	1	1
Uganda	4	9	2	3	6	12
Yibuti	2	2	0	0	2	2
Zambia	7	22	3	6	10	28
Zimbabue	3	11	1	2	4	13
Total	150	445	60	358	210	803

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión de los datos del BAfD, NYU y ATA (2014), Banco Mundial (2010), Rogerson (2014), y páginas web de los grupos hoteleros analizados (datos a 1 de junio de 2015).

2.2. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO Y UNIDAD DE ANÁLISIS

El presente apartado tiene como finalidad exponer las principales consideraciones que se han tenido en cuenta para la delimitación de la población objeto de estudio y la identificación de la correspondiente unidad de análisis. De manera específica, la población de referencia de esta investigación está integrada por los establecimientos de alojamiento turístico ubicados en cinco países de África subsahariana, por ser ésta una de las regiones con mayor tasa de pobreza a nivel mundial, a la vez que presenta un creciente desarrollo turístico, según lo ya descrito en apartados anteriores. Como unidad de análisis se han considerado el director general, el directivo responsable de la actividad de RSC, cuando esta figura exista, o bien cualquier otro miembro del equipo directivo de dichos establecimientos. Son dos los motivos básicos para la elección de los directivos como unidad de análisis (Galbreath, 2010; Wang, Z., Wang, N. y Liang, 2014): 1) su amplio dominio sobre el conjunto de operaciones que realiza la empresa y el éxito de las mismas, y 2) su conocimiento de las decisiones estratégicas de la empresa, entre las que se incluye la elección de iniciativas de RSC.

Los cinco países de África subsahariana seleccionados para la realización de esta investigación empírica son los siguientes: Cabo Verde, Kenia, Mauricio, Sudáfrica y Tanzania. Son cuatro los criterios que fueron considerados en la selección de estos países. En primer lugar, se trata de países que cuentan con estadísticas o directorios oficiales que permiten estimar el tamaño poblacional. En segundo lugar, siguiendo la clasificación realizada para el Banco Mundial por Christie *et al.* (2013), se trata de cinco países cuyo nivel de desarrollo turístico se encuentra en una fase de consolidación (*i.e.*, con el objetivo de consolidar, mantener y profundizar en el éxito) (véase tabla 2-8). En tercer lugar, se trata de cinco países que, atendiendo igualmente a la clasificación de Christie *et al.* (2013), poseen niveles de renta, en términos PIB *per cápita*, muy variadas: mientras que Sudáfrica y Mauricio tienen niveles de renta media-alta, Kenia y Tanzania se caracterizan por tener una renta baja y Cabo Verde una media-baja. En cuarto lugar, estos cinco países cubren zonas geográficas distintas de África subsahariana: Cabo Verde está en la subregión occidental, Sudáfrica y Mauricio en el sur, y Kenia y Tanzania en el este (véase tabla 2-1).

Tabla 2-8: Países de África subsahariana según nivel de desarrollo turístico y renta, 2013

Nivel de desarrollo turístico	Nivel de Renta (clasificación según PIB per cápita)		
	Renta Baja	Renta Media-Baja	Renta Media Alta
Pre-emergente	Rep. Centroafricana, Chad, Comoras, Congo (RD), Eritrea, Guinea, Guinea-Bissau, Liberia, Níger, Somalia, Togo	Congo (R), Ecuatorial Guinea, Sudan	N/A
Potencial/Iniciación	Benín, Burundi, Etiopía, Madagascar, Mali, Mauritania, Sto. Tomé y Príncipe, Sierra Leona	Angola, Camerún, Costa de Marfil, Lesoto, Nigeria, Suazilandia	Gabón
Emergente/Ampliación	Burkina Faso, Gambia, Malawi, Mozambique, Ruanda, Senegal, Uganda, Zambia, Zimbabue	N/A	Seychelles
Consolidar/Mantener y profundizar el éxito	Kenia, Tanzania	Cabo Verde , Ghana	Botsuana, Mauricio , Namibia, Sudáfrica

Nota: N/A = No aplicable.

FUENTE: Elaboración propia, a partir de datos de Christie *et al.* (2013).

Las fuentes de información secundarias para la determinación del tamaño poblacional de la presente investigación se corresponden con publicaciones y bases de datos oficiales sobre los alojamientos turísticos existentes en cada uno de los cinco países objeto de estudio, así como otras fuentes adicionales a las que se tuvo que acudir para obtener la información de contacto (dirección de correo electrónico, página web, teléfono, fax).

En el caso de Cabo Verde, el Instituto Nacional de Estadística (2015) cifra en 229 los establecimientos de alojamiento turístico instalados en este país, agrupándolos en las siguientes categorías: hoteles (54), pensiones (70), posadas (8), aparta-hoteles (21), complejos turísticos (7) y residencias (69). La inexistencia de un directorio oficial detallado con los datos de contacto de estos establecimientos ha motivado la utilización de los datos disponibles en dos fuentes de información secundarias: 1) la *Guía Turística de Cabo Verde* (www.guiadecaboverde.cv) y 2) el portal *Páginas Amarillas* de Cabo Verde (www.paginasamarelas.cv), ambas publicadas por Directel, empresa responsable de la elaboración y publicación de las listas telefónicas de Cabo Verde. Combinando la información de ambas fuentes se ha logrado identificar a 201 establecimientos, sin distinción entre categorías o tipologías, si bien sólo 168 de ellos disponían de datos de contacto actualizados (teléfono, correo electrónico y web).

Por su parte, los datos oficiales más recientes sobre la planta alojativa de Kenia son los recogidos en la Estrategia Nacional del Turismo 2013-2018 (Gobierno de Kenia, 2013), donde se señala que en este país operan en torno a 174 hoteles, sin aportar cifras sobre el número de establecimientos no hoteleros. A través de la información recogida en el directorio on-line de la agencia turística nacional de Kenia (www.magicalkenya.com), formada por un total de 931 establecimientos alojativos, si bien como consecuencia del notable número de referencias duplicadas y obsoletas finalmente se seleccionaron los datos de contacto de 813 establecimientos, clasificados entre las siguientes categorías: hoteles vacacionales o resorts (252), hoteles de ciudad (95), campamentos (169), *lodges* (117), casas de huéspedes (87), villas o apartamentos (81), hogares o *home stays* (9), moteles (2) y hostales (1).

Según la agencia nacional de estadísticas de Mauricio, en 2014 se contabilizaban 112 licencias hoteleras operativas en este país, de las que el 47% se correspondían a hoteles de playa consolidados con más de 80 habitaciones (Statistics Mauritius, 2015). Para recabar los datos de contacto de estos establecimientos se acudió a la web de la Asociación de Hoteleros y Restaurantes de Mauricio (www.mauritiustourism.org), pudiéndose identificar los datos de 84 establecimientos, todos ellos clasificados como hoteles. Se entiende, pues, que el total de establecimientos alojativos (hoteleros y no hoteleros) en este país supera dicha cifra, si bien no se ha constatado la existencia de datos oficiales al respecto.

A su vez, los datos del servicio de estadísticas de Sudáfrica (Statistics South Africa, 2015) indican que en el año 2013 se contabiliza en este país un total de 9.683 establecimientos alojativos, de los cuales 2.651 son hoteles y similares y 7.032 servicios de alojamiento no hoteleros. Para obtener los datos de contacto de estos establecimientos se ha consultado la información publicada en la web del *Tourism Grading Council of South Africa* (www.tourismgrading.co.za), el organismo oficial sudafricano con capacidad para autorizar la apertura de establecimientos de alojamientos turísticos y fijar las categorías de los mismos en función del número de estrellas. En dicha página web se incluye un directorio con 5.508 establecimientos de alojamiento turístico clasificados por este organismo, del cual se ha seleccionado para la presente investigación la información de contacto de 1.202 establecimientos, distribuidos entre las siguientes categorías: hoteles (644), *lodges* (202), *bed & breakfasts* (16), casas de huéspedes de cinco estrellas (111), *game lodges* (66) y casas rurales o *country houses* (163).

Con relación a Tanzania, la Agencia Nacional de Estadística (2014) indica que en el año 2009 operaba en este país un total de 529 establecimientos hoteleros, sin especificar las categorías englobadas en esta nomenclatura. Para la identificación de los datos de contacto de los establecimientos de alojamiento turístico en este país se consultó el directorio incluido en la web de la Asociación Hotelera de Tanzania (<http://hat-tz.org>), pudiéndose recabar los datos de contacto de un total de 187 establecimientos, sin distinción entre categorías o tipologías.

Además de fuentes nacionales de información referentes a los cinco países seleccionados, se utilizó información publicada en páginas webs de organismos especializados en tipos de turismo alternativos (e.g., ecoturismo, TBC, turismo responsable): 1) la asociación *Fair Trade Tourism*, cuya web (www.fairtrade.travel) incluye un directorio de 80 establecimientos de alojamiento de turismo justo que están ubicados en países del sur de África, entre otros, Sudáfrica y Tanzania; y 2) la *Ecotourism Kenya*, organización que publica en su página web (www.ecotourismkenya.org) información sobre 68 establecimientos de alojamiento de ecoturismo y turismo responsable en Kenia. Con relación a Cabo Verde y Mauricio, no se identificaron directorios de empresas de turismo alternativo.

Finalmente, tomando como referencia el análisis realizado en el presente estudio para identificar las cadenas hoteleras globales y regionales que operan en África Subsahariana (véase apartado 2.1.3), también se ha recopilado la información de contacto de los 803 establecimientos pertenecientes a las 52 cadenas hoteleras identificadas en 38 países de esta región. A partir de la información aportada por las propias cadenas en sus respectivas páginas web, se han obtenido los datos necesarios para ser contactadas e invitadas a colaborar en la presente investigación empírica (e.g., correo electrónico de la cadena y del establecimiento, teléfono).

El análisis detallado de todas las fuentes de información secundarias citadas, la integración de los datos proporcionados por las mismas y la depuración de los datos disponibles en dichas fuentes (e.g., corrección de errores en direcciones web o correos electrónicos), condujo al investigador a elaborar una base de datos propia que incluye los datos básicos y de contacto de un total de 2.479 establecimientos de alojamiento turístico en los cinco países de África subsahariana seleccionados: Cabo Verde, Kenia, Mauricio, Sudáfrica y Tanzania, incluyéndose una muestra de establecimientos en otros

países de la región derivada del análisis sobre cadenas hoteleras. En la tabla 2-9, se muestra la distribución de los establecimientos de alojamiento turístico que conforman la muestra seleccionada, por país y categoría.

A modo de resumen, en la figura 2-5 se expone un esquema del proceso adoptado para la elaboración de la base de datos generales y de contacto de los establecimientos de alojamiento turístico de África subsahariana seleccionados.

Por último, en la tabla 2-10 se exponen de manera esquematizada las principales características del trabajo de campo realizado mediante la presente investigación.

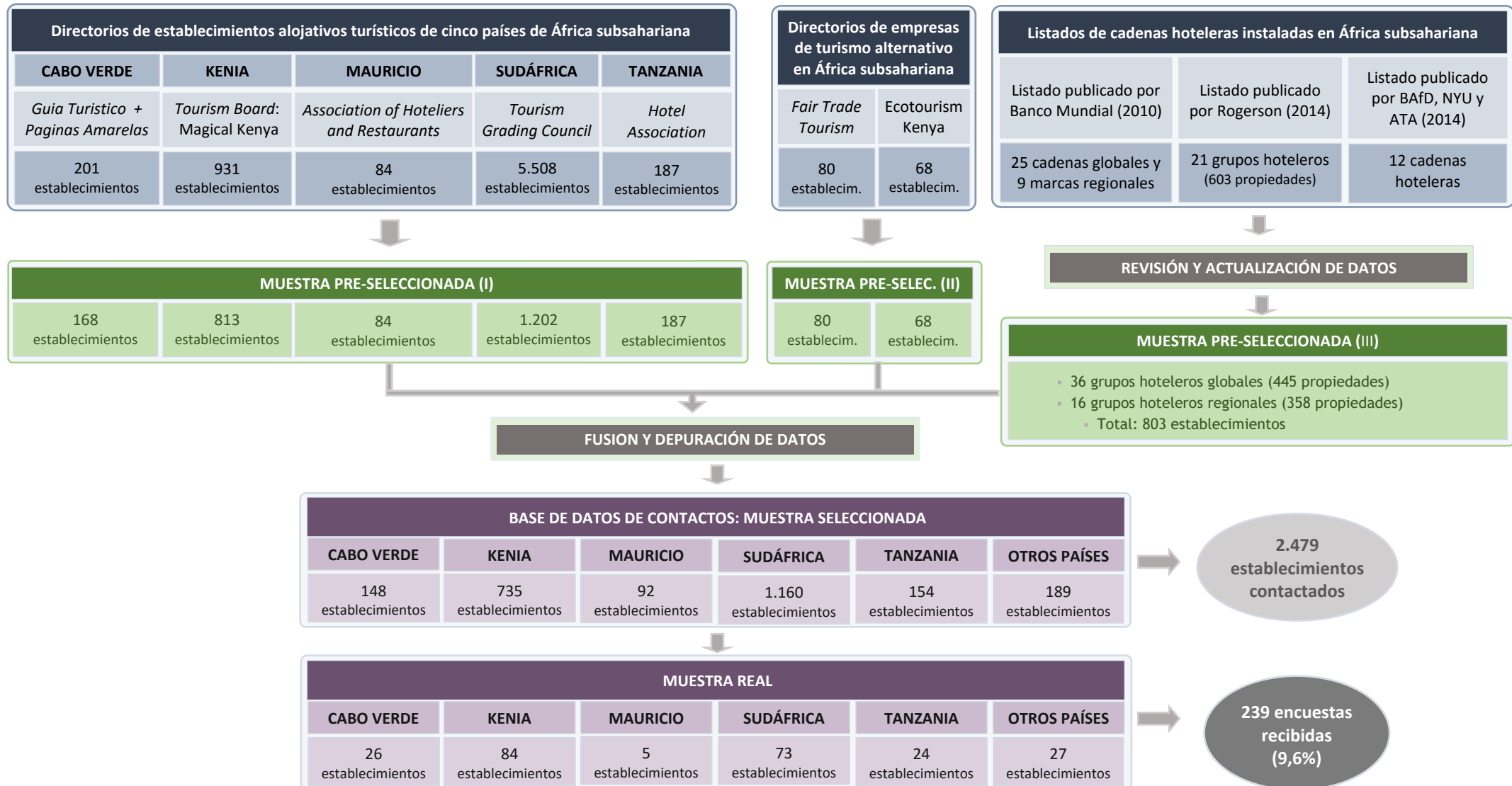
Tabla 2-9: Establecimientos de alojamiento turístico seleccionados para la investigación empírica.

País	Muestra pre-seleccionada			Muestra seleccionada	
	Fuente	Categoría	Nº Est.	Nº Est. ⁽¹⁾	
Cabo Verde	<i>Guía Turístico + Páginas Amarelas</i>	<i>Sin determinar</i>	168	148	
	Listado de cadenas hoteleras	Hoteles y similares	12	0	
	Total Cabo Verde:			180	148
Kenia	<i>Kenya Tourism Board: Magical Kenya</i>	Hoteles vacacionales o resorts	252	220	
		Hoteles de ciudad	95	87	
		Campamentos	169	151	
		<i>Lodges</i>	117	105	
		Casas de huéspedes	87	62	
		Villas o apartamentos	81	65	
		Hogares (<i>home stays</i>)	9	7	
		Moteles	2	2	
	Hostales	1	0		
	<i>Ecotourism Kenya</i>	Empresas TBC/Ecoturismo	68	9	
Listado de cadenas hoteleras	Hoteles y similares	42	27		
Total Kenia:			923	735	
Mauricio	<i>Association of Hoteliers and Restaurants</i>	Hoteles	84	77	
	Listado de cadenas hoteleras	Hoteles y similares	15	15	
	Total Mauricio:			99	92
Sudáfrica	<i>Tourism Grading Council</i>	Hoteles	644	490	
		<i>Lodges</i>	202	191	
		<i>Bed & breakfasts</i>	16	15	
		Casas de huéspedes (5*)	111	98	
		Game lodges	66	54	
	Casas rurales	163	150		
	<i>Fair Trade Tourism</i>	Empresas TBC/Ecoturismo	73	37	
Listado de cadenas hoteleras	Hoteles y similares	378	125		
Total Sudáfrica:			1.653	1.160	
Tanzania	<i>Hotel Association</i>	Hoteles	187	138	
	<i>Fair Trade Tourism</i>	Empresas TBC/Ecoturismo	6	2	
	Listado de cadenas hoteleras	Hoteles y similares	85	14	
Total Tanzania:			278	154	
Otros países de África subsahariana	Listado de cadenas hoteleras	Hoteles y similares	219	189	
	<i>Fair Trade Tourism</i>	Empresas TBC/Ecoturismo	1	1	
Total "Otros países":			220	190	
Nº Total Establecimientos de Alojamiento Turístico			3.353	2.479	

Nota (1): La muestra seleccionada resulta de eliminar las referencias duplicadas y erróneas de la pre-seleccionada.

Fuente. Elaboración propia a partir de: *Guía Turístico y Páginas Amarelas* (Cabo Verde), *Kenya Tourism Board*, *Ecotourism Kenya*, *Association of Hoteliers and Restaurants* (Mauricio), *Tourism Grading Council* (Sudáfrica), *Hotel Association* (Tanzania), *Fair Trade Tourism*, Banco Mundial (2010), Rogerson (2014) y BAfD, NYU y ATA (2014).

Figura 2-5: Proceso de selección de la muestra de establecimientos alojativos turísticos de África subsahariana.



Fuente. Elaboración propia a partir de: *Guia Turístico y Paginas Amarelas* (Cabo Verde), *Kenya Tourism Board*, *Ecotourism Kenya*, *Association of Hoteliers and Restaurants* (Mauricio), *Tourism Grading Council* (Sudáfrica), *Hotel Association* (Tanzania), *Fair Trade Tourism*, Banco Mundial (2010), Rogerson (2014) y BAfD, NYU y ATA (2014).

Tabla 2-10: Ficha técnica de la investigación.

Procedimiento metodológico	Encuesta
Delimitación del universo	Directores generales y directivos de empresas de alojamiento turístico
Ámbito geográfico	África subsahariana: Cabo Verde, Kenia, Mauricio, Sudáfrica, Tanzania y otros países
Población	Establecimientos de alojamiento turístico en Cabo Verde, Kenia, Mauricio, Sudáfrica, Tanzania y otros países de la región [Tamaño estimado: 3.353]
Tamaño de la muestra seleccionada	2.479 establecimientos de alojamiento turístico con datos de contacto disponibles: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cabo Verde: 148 ▪ Kenia: 735 ▪ Mauricio: 92 ▪ Sudáfrica: 1.160 ▪ Tanzania: 154 ▪ Otros países: 189
Método de recogida de la información	Cuestionario <i>on-line</i> autoadministrado
Procedimiento de muestreo	Estratégico o por conveniencia
Tamaño de la muestra real y Tasa de respuesta (en %)	<ul style="list-style-type: none"> - Cabo Verde: 26 (17,6%) - Kenia: 84 (11.4%) - Mauricio: 5 (5,4%) - Sudáfrica: 73 (6,3%) - Tanzania: 24 (15,6%) - Otros países: 27 (14,2%) <p style="text-align: right;">Total: 239 (9,6%)</p>
Nivel de confianza	95%, $Z=1,96$, $p=q=50\%$
Error muestral	6,11%, para una población finita (estimada)
Fecha del pretest	Del 1 al 14 de julio de 2015
Fecha del trabajo de campo	Del 15 julio al 15 de octubre de 2015

Fuente: Elaboración propia.

2.3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Con el desarrollo del primer capítulo se ha intentado alcanzar los dos objetivos teóricos de la presente investigación, consistentes en lo siguiente: 1) revisar la investigación empírica sobre la contribución del turismo y de las empresas turísticas al alivio de la pobreza, con la intención de analizar y comparar las evidencias disponibles, describir la metodología de investigación que se ha aplicado y proponer recomendaciones para futuras investigaciones empíricas; y 2) proponer un modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC de las empresas turísticas y de su compromiso con el alivio de la pobreza, mediante la aplicación de un enfoque de desarrollo sostenible basado en la RSC y la consideración de los resultados de la revisión de la investigación empírica sobre turismo y alivio de la pobreza.

En el modelo teórico, que viene descrito en el epígrafe 1.5 (véase figura 1-3) se recoge un conjunto de posibles asociaciones teóricas que son agrupadas en tres grandes bloques de hipótesis. En un primer bloque se plantea una hipótesis que sugiere la existencia de una influencia positiva de la actividad de RSC voluntaria de una empresa turística sobre su compromiso con el alivio de la pobreza. El segundo bloque de hipótesis se refiere a la influencia que tiene sobre la actividad de RSC voluntaria y sobre el compromiso con el alivio de la pobreza una amplia gama de (a) características internas de la empresa turística: tipo de establecimiento de alojamiento, tamaño, vinculación a una cadena, tipo de propiedad, categoría en función del precio, localización, tipo de turismo al que se dirige la oferta y procedencia geográfica de la clientela del establecimiento de alojamiento; y (b) condiciones del entorno: nivel de pobreza de la zona en la que están ubicados los establecimientos de alojamiento turístico, transferencia de conocimiento con otras organizaciones, regulación nacional relacionada con la RSC de las empresas. El tercer bloque se destina a plantear dos hipótesis generales relativas a que tanto la RSC voluntaria como el compromiso con el alivio de la pobreza influyen positivamente en los resultados empresariales de las empresas de alojamiento.

En aras de contrastar la aplicabilidad del modelo planteado al sector de alojamiento turístico se establece como objetivo empírico de esta investigación el siguiente: testar el modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC de las empresas turísticas y de su compromiso con el alivio de la pobreza entre establecimientos de

alojamiento turístico ubicados en países africanos. A continuación, se detallan las hipótesis que se pretenden evaluar en la investigación empírica que se describe en este capítulo y en el siguiente, sobre resultados.

H1: La actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento turístico influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H2: Las características de los establecimientos de alojamiento turístico influyen en su actividad de RSC.

H2a: El tipo de establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2b: El tamaño del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2c: La vinculación del establecimiento de alojamiento a una cadena influye en su actividad de RSC.

H2d: El tipo de propiedad del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2e: La categoría del establecimiento de alojamiento en función del precio influye en su actividad de RSC.

H2f: La localización del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2g: El tipo de turismo al que se dirige la oferta del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H2h: La procedencia geográfica de la clientela del establecimiento de alojamiento influye en su actividad de RSC.

H3: Las características de los establecimientos de alojamiento turístico influyen en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3a: El tipo de establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3b: El tamaño del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

H3c: La vinculación del establecimiento de alojamiento a una cadena influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.

- H3d: El tipo de propiedad del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.*
- H3e: La categoría del establecimiento de alojamiento en función del precio influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.*
- H3f: La localización del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.*
- H3g: El tipo de turismo al que se dirige la oferta del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.*
- H3h: La procedencia geográfica de la clientela del establecimiento de alojamiento influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.*
- H4: El nivel de pobreza de la zona en la que están ubicados los establecimientos de alojamiento turístico influye en su actividad de RSC.*
- H5: El nivel de pobreza de la zona en la que están ubicados los establecimientos de alojamiento turístico influye en su compromiso con el alivio de la pobreza.*
- H6: La transferencia de conocimiento con otras organizaciones influye en la actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento turístico.*
- H7: La transferencia de conocimiento con otras organizaciones influye en el compromiso con el alivio de la pobreza de los establecimientos de alojamiento turístico.*
- H8: La regulación nacional relacionada con la RSC de las empresas influye en la actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento turístico.*
- H9: La regulación nacional relacionada con la RSC de las empresas influye en el compromiso con el alivio de la pobreza de los establecimientos de alojamiento turístico.*
- H10: La actividad de RSC influye en los resultados de la actividad empresarial de los establecimientos de alojamiento turístico.*
- H11: El compromiso con el alivio de la pobreza influye en los resultados de la actividad empresarial de los establecimientos de alojamiento turístico.*

2.4. PROCESO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. Selección de los ítems y escalas

El procedimiento metodológico elegido como el más idóneo en la presente investigación se corresponde con la utilización de una encuesta personal autoadministrada y estructurada. Se trata, por tanto, de una investigación cuyos resultados dependen plenamente de información de naturaleza primaria. En la elaboración del cuestionario se adoptó un proceso integrado por tres etapas, que sugiere la validez del cuestionario como herramienta de investigación en lo relativo a su contenido. De manera específica, se adoptaron las siguientes etapas:

1. *Revisión exhaustiva de la literatura.* En este primer paso del proceso de elaboración del cuestionario se llevó a cabo una profunda revisión de la literatura sobre la RSC, la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza y la gestión del conocimiento, con el fin de identificar posibles escalas e ítems que habiendo sido utilizados por otros autores pudieran ser utilizados en esta investigación para alcanzar los objetivos planteados.
2. *Revisión académica del cuestionario.* Como consecuencia de la etapa anterior, se llevó a cabo el diseño del cuestionario durante los meses de abril, mayo y junio de 2015. Esta tarea se convirtió en compleja dado que no se pudo obtener todas las escalas necesarias a partir del análisis de la literatura. De manera específica, no se pudo obtener todas las escalas necesarias en las que fundamentar el proceso empírico del estudio. En este sentido, mientras unas escalas fueron adaptadas al contexto de nuestra investigación (e.g., las dimensiones de discrecionalidad y ética de la RSC, los resultados financieros, el reparto de conocimiento con otras organizaciones), otras fueron creadas sobre la base de la literatura correspondiente (e.g., los propósitos de la RSC, el impacto sobre el alivio de la pobreza en términos económicos, el impacto sobre el alivio de la pobreza en términos sociales y ambientales). El cuestionario fue revisado por varios profesores del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, al objeto de verificar académicamente su calidad metodológica.
3. *Revisión del cuestionario por parte de expertos.* Durante el mes de junio de 2015 se realizó la revisión por parte de otros expertos del pretest del cuestionario mencionado en el punto anterior. De forma específica, el cuestionario fue revisado

por ocho miembros de la UNCTAD, entre los que se encontraban el Director de la División de África y otros siete miembros de varias divisiones de esta agencia de Naciones Unidas, todos ellos con experiencia en proyectos internacionales orientados al estudio de la contribución del turismo y de las empresas turísticas al alivio de la pobreza.

Una vez recibida la aceptación de la colaboración de la UNCTAD en esta investigación empírica, se procedió a solicitar la participación de un grupo de ocho miembros de esta agencia de Naciones Unidas en la revisión del primer borrador de cuestionario. Para la revisión del cuestionario, los miembros de la UNCTAD recibieron un correo electrónico con información detallada referente a los objetivos del cuestionario y su estructura, así como sobre los tipos de revisiones a realizar: claridad de las preguntas y posibles respuestas, posibles mejoras en el contenido de las preguntas (*i.e.*, escalas e ítems), inclusión de preguntas e ítems de interés para esta agencia, amplitud del cuestionario, duración requerida para su cumplimentación, posibles dificultades para la colaboración de los directores de empresas de alojamiento en África, y otros comentarios que considerasen relevantes.

El Director de la División de África de la UNCTAD mantuvo una reunión con los restantes miembros de la agencia que participaron en la revisión del cuestionario. Fruto de dicha reunión surgieron comentarios globales sobre el mismo, así como mejoras muy concretas en la redacción de preguntas y posibles respuestas, e incluso la inclusión de algunos ítems y la eliminación de otros. Estas propuestas fueron consideradas en la elaboración de una segunda versión del cuestionario.

4. *Pretest del cuestionario.* Durante el mes de julio de 2015 se realizó el pretest de la segunda versión del cuestionario, descrito en el punto anterior. Concretamente, se procedió a enviar a diez empresas de alojamiento en África un correo electrónico con un vínculo a la página web en la que se encontraba disponible el cuestionario, solicitándoles su colaboración en la investigación mediante la cumplimentación del cuestionario y la realización de comentarios sobre posibles mejoras en el mismo. Tres de estas empresas colaboraron finalmente en la investigación mediante la cumplimentación del cuestionario sin que hicieran comentarios que implicasen cambios adicionales en éste, por lo que la versión final del cuestionario coincidió

con la versión del cuestionario revisado a partir de las indicaciones de los miembros de la UNCTAD.

La versión definitiva del cuestionario se estructuró en cinco grandes bloques. En el primero de ellos se pretendía recoger información sobre los datos de clasificación del establecimiento de alojamiento turístico, así como del directivo que cumplimenta el cuestionario. En el segundo bloque del cuestionario se preguntaba sobre la actividad de RSC de la empresa de alojamiento: 1) las dimensiones de la RSC voluntaria (*i.e.*, responsabilidad ética y responsabilidad discrecional); 2) los propósitos de la RSC; y 3) la organización y la proactividad de la RSC (*i.e.*, presencia en la estructura organizativa y existencia de un plan de acción). Por su parte, el tercer bloque hacía referencia al entorno que afecta a la actividad de RSC: 1) la imposición de actividades de RSC por parte de la legislación nacional y 2) la transmisión de conocimiento entre la empresa de alojamiento y otras organizaciones de la comunidad local. El cuarto bloque se centró en la medición del compromiso de la empresa de alojamiento con el alivio de la pobreza en general, así como de la pobreza económica y de la pobreza no económica (*i.e.*, el compromiso con las condiciones sociales y ambientales de los pobres). El quinto y último bloque del cuestionario hizo referencia a los resultados de la actividad empresarial del alojamiento turístico.

A continuación, se comentará de forma pormenorizada la medida de cada una de las variables incluidas en la formulación de hipótesis. La mayoría de las escalas utilizadas se corresponden con escalas tipo Likert multi-ítem de 7 puntos, que oscilaban entre “fuertemente en desacuerdo” y “fuertemente de acuerdo”.

Datos de clasificación del establecimiento alojativo

Tal y como se comentó anteriormente, el primer bloque del cuestionario comenzaba con los datos de clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico participantes en la investigación. Con él se pretendía obtener información sobre un amplio grupo de características de los establecimientos de alojamiento que podrían explicar su actividad relacionada con la RSC y su contribución al alivio de la pobreza:

1. Tipo de alojamiento (*i.e.*, hotel y otras categorías no hoteleras).
2. Vinculación a una cadena hotelera extranjera o nacional/local.
3. Tipo de vinculación (*i.e.*, propiedad total o parcial, franquicia, contrato de administración, empresa conjunta, otros).

4. Propietarios (*i.e.*, grupo empresarial extranjero, grupo nacional/local, el gobierno, la comunidad, otros).
5. País de su localización.
6. Tipo de zona turística de su localización (*i.e.*, rural, costero, urbano, suburbano).
7. Nivel de pobreza en la zona en la que está ubicado el establecimiento (*i.e.*, alto, moderadamente alto, moderadamente bajo, bajo).
8. Categoría del establecimiento en función del precio fijado (*i.e.*, de lujo, de nivel superior, de nivel medio, económico, de presupuesto).
9. Tamaño del establecimiento en función del número de empleados (*i.e.*, menos de 10 empleados, entre 10 y 19, entre 20 y 49, entre 50 y 99, entre 100 y 199, entre 200 y 499, entre 500 y 999 empleados, más de 999 empleados).
10. Tipo de turismo que mejor describe la motivación de sus huéspedes (*i.e.*, safari, vida salvaje, ecoturismo, turismo de montaña, otro tipo de turismo en zonas rurales, turismo de ciudad/urbano, turismo cultural, turismo costero, turismo deportivo, turismo de salud y relajación, turismo de negocio, otros).
11. Tipo de clientela principal atendiendo a su procedencia geográfica (*i.e.*, turistas internacionales, turistas domésticos, ambos).

· *Datos de clasificación del encuestado*

Al final del cuestionario también se incluyeron preguntas referentes a los datos de clasificación de los individuos que respondieron al cuestionario. De manera específica, se preguntó por su edad, género y cargo que ocupaban en el establecimiento de alojamiento turístico en el momento en que cumplimentaron el cuestionario.

· *RSC voluntaria: responsabilidad ética y responsabilidad discrecional*

Como ya se ha descrito en el capítulo teórico, la RSC voluntaria incluye dos categorías de expectativas que una sociedad tiene sobre las empresas (Carroll, 1979): las expectativas éticas (*i.e.*, las operaciones del negocio deberían cumplir ciertos estándares que no son requeridos por la legislación) y las expectativas filantrópicas o discrecionales (*i.e.*, las empresas deberían contribuir de manera voluntaria a satisfacer las necesidades sociales, incluyendo el alivio de la pobreza). En el diseño del cuestionario se han considerado las escalas desarrolladas por Maignan y Ferrell (2000, 2001), las cuales han sido utilizadas por otros trabajos (*e.g.*, Galbreath, 2010).

Como puede observarse en la tabla 2-11, se han seleccionado cinco ítems para medir la responsabilidad ética y ocho para medir la responsabilidad discrecional. Para cada uno de ellos se pidió al encuestado que indicara su grado de acuerdo a partir de una escala tipo Likert de siete puntos, cuyos valores extremos eran “fuertemente en desacuerdo” y “fuertemente de acuerdo”.

Tabla 2-11: Escalas de medición de las dimensiones de la RSC: responsabilidad ética y responsabilidad discrecional.

Dimensiones	Ítems	Referencias
Responsabilidad ética	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestro establecimiento tiene un código global de conducta ética ▪ Nosotros somos reconocidos como una compañía que es de fiar, en general ▪ La equidad hacia otros empleados y los socios del negocio es una parte integral de nuestro de proceso de evaluación del personal ▪ Tenemos un procedimiento confidencial para que los empleados informen sobre cualquier conducta desviada en el trabajo (<i>e.g.</i>, robo o acoso sexual) ▪ Se requiere a nuestros empleados que proporcionen información completa y exacta a todos los clientes 	Galbreath (2010); Maignan y Ferrell (2000, 2001)
Responsabilidad discrecional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los salarios que ofrece nuestra compañía son superiores a los salarios medios en el sector ▪ Nuestro establecimiento apoya a los empleados que desean formación adicional ▪ Nuestro establecimiento anima a los empleados a colaborar con organizaciones sociales civiles que apoyan a las comunidades locales ▪ Las políticas de empleo flexibles permiten a nuestros empleados conciliar mejor el trabajo y la vida personal ▪ Nuestro establecimiento es generoso en hacer donaciones ▪ Tenemos un programa para minimizar el uso de energía y generación de residuos ▪ Animamos la creación de asociaciones con negocios locales y colegios ▪ Nuestro negocio apoya los deportes locales y las actividades culturales 	Galbreath (2010); Maignan y Ferrell (2000, 2001)

Fuente: elaboración propia

· Propósitos de la RSC

En el cuestionario se preguntó por el grado de acuerdo que el encuestado tenía con relación a un total de 12 posibles propósitos de las acciones de RSC de su empresa de alojamiento turístico (véase tabla 2-12). Para ello se utilizó una escala tipo Likert de siete puntos, cuyos valores extremos eran “fuertemente en desacuerdo” y “fuertemente de acuerdo”. Algunos de estos ítems fueron redactados a partir del estudio realizado por Welford *et al.* (2007), quienes identificaron un total de 15 prioridades de la RSC. En el desarrollo de esta escala también se identificaron propósitos de la RSC sugeridos por otras investigaciones (*e.g.*, Holcomb *et al.*, 2007; Font, Tapper, Schwartz y Kornilaki, 2008; De Grosbois, 2011; Garay y Font, 2013; Nyahunzvi, 2013). Considerando los objetivos de esta investigación, se prestó atención especial a los propósitos sociales de la RSC, en general; y a el alivio de la pobreza, como ítem específico. Tras el análisis realizado se optó por incluir propósitos asociados

a los tres tipos de prioridades de la RSC: el desarrollo económico, el bienestar de la sociedad y la conservación del medio ambiente.

Tabla 2-12: Escala de medición de los propósitos de la RSC.

Ítems	Referencias
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover el bienestar de los empleados ▪ Promover el bienestar de la sociedad ▪ Estimular el desarrollo económico en las comunidades vecinas ▪ Promover la actividad emprendedora y estimular la creación de empresas ▪ Proteger y mejorar el medio ambiente natural ▪ Proteger el patrimonio y apoyar la cultura local ▪ Estimular el acceso a la educación de los residentes ▪ Estimular el acceso a los servicios de salud de los residentes ▪ Desarrollar las infraestructuras locales (transporte, agua limpia...) ▪ Proporcionar asistencia social ▪ Reducir la pobreza ▪ Reducir las desigualdades sociales y apoyar a las minorías 	De Grosbois (2012); Font <i>et al.</i> (2008); Garay y Font (2013); Holcomb <i>et al.</i> (2007); Nyahunzvi (2013); Welford <i>et al.</i> (2007)

Fuente: Elaboración propia.

· *Organización y proactividad de la RSC*

Siguiendo a Lindgreen, Swaen y Johnson (2009), se incluyó una pregunta en el cuestionario referente a si la empresa de alojamiento tiene o no un departamento específicamente dedicado a la RSC; o bien, cuenta con empleados que regularmente dedican tiempo a las iniciativas de RSC. Con esta pregunta se pretendía evaluar la presencia de la RSC en la estructura organizativa.

También se indagó sobre la existencia de un plan de acciones de RSC o de una agenda con la programación de la empresa de alojamiento de iniciativas de RSC. Esta pregunta fue formulada a partir de la utilizada por Bocquet, Le Bas, Mothe y Poussing (2013) para medir la proactividad de la RSC; una pregunta similar fue planteada por McGehee *et al.* (2009), aunque refiriéndose de manera general a la existencia por escrito de políticas de RSC que dirijan las contribuciones de la empresa de alojamiento.

· *Regulación nacional relacionada con la RSC de las empresas*

La necesidad de cumplir con la legislación en materia de responsabilidad social de las empresas representa una motivación para la adopción de iniciativas de RSC (Sjöström y Welford, 2009). Es por ello que en esta investigación empírica se consideró conveniente la formulación de una pregunta relativa al grado de acuerdo del encuestado respecto a la existencia de legislación nacional que impone ciertos estándares de responsabilidad social a los establecimientos de alojamiento turístico. Concretamente, se utilizó una escala tipo Likert de siete puntos, cuyos valores

extremos oscilan entre “fuertemente en desacuerdo” y “fuertemente de acuerdo”. Esta pregunta estuvo fundamentada en el trabajo realizado por Reimann, Ehr Gott, Kaufmann y Carter (2012), quienes midieron la presión social del gobierno a través de varios ítems, siendo uno de ellos el establecimiento por parte del gobierno de estrictos estándares sociales a las empresas del país.

· *Transferencia de conocimiento con otras organizaciones*

Otra dimensión que podría influir en la adopción de iniciativas de RSC por parte de las empresas consiste en el intercambio de conocimiento con organizaciones externas, por lo que también se preguntó al encuestado sobre su grado de acuerdo con una serie de afirmaciones referentes a la transferencia de conocimiento de su empresa con 15 tipos de organizaciones (véase tabla 2-13). Las posibles respuestas podían variar en una escala tipo Likert de siete puntos, cuyos extremos eran “fuertemente en desacuerdo” y “fuertemente de acuerdo”.

Tabla 2-13: Escala de medición de la transferencia de conocimiento con otras organizaciones.

Ítems	Referencias
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creadores de conocimiento externos (universidades, centros de investigación y desarrollo...) ▪ Representantes de las comunidades locales ▪ Representantes de agencias gubernamentales de turismo ▪ Representantes de agencias gubernamentales de medio ambiente ▪ Representantes de agencias gubernamentales sociales ▪ Proveedores ▪ Canales de distribución (turoperadores, agencias de viaje...) ▪ Clientes ▪ Nuestros empleados ▪ Representantes de los trabajadores ▪ Otros establecimientos de alojamiento turístico ▪ Otras empresas del sector turístico ▪ Empresas de otros sectores económicos ▪ Organizaciones no gubernamentales ▪ Agencias de desarrollo internacionales 	Blome, Schoenherr y Eckstein (2014); Hsiu-Fen (2007)

Fuente: Elaboración propia.

· *Compromiso con el alivio de la pobreza*

La inexistencia en la literatura de escalas que miden la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza ha obligado a que en este estudio se cree una escala a partir de la revisión de las investigaciones empíricas que han evaluado esta dimensión. De manera específica, se analizaron todos los artículos publicados sobre turismo y pobreza en revistas indexadas en las bases electrónicas de Scopus y Web of Science, a partir de 1999 y hasta el 31 de julio de 2014. Los resultados de este análisis, ya detallados en el primer capítulo de la presente tesis doctoral (véase epígrafe 1.4) y

resumidos seguidamente en la tabla 2-14, incluyen una amplia lista de posibles contribuciones de una empresa turística en el alivio de la pobreza en la comunidad en la que desarrolla su actividad comercial. Esta lista fue inicialmente incluida en el cuestionario para posteriormente ser depurada durante la revisión académica y tras recibir las sugerencias de los expertos de la UNCTAD.

Tabla 2-14: Escalas de medición del compromiso con el alivio de la pobreza en general, económica, social y ambiental.

Dimensiones	Ítems	Referencias
Alivio de la pobreza en general	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ha contribuido a reducir el número de pobres (residentes vulnerables con ganancias inferiores al umbral nacional de pobreza) ▪ Ha contribuido a reducir el estado de la pobreza en la zona (<i>i.e.</i>, ratio de pobreza) 	Ashley y Roe (2002); Butcher (2011); Jänis (2012); Lapeyre (2010, 2011); Manyara y Jones (2007); Mutana et al. (2013); Novelli y Hellwig (2011); Phommavong y Sörensson (2014); Picard (2003); Scheyvens y Russell (2012a, 2012b); Snyman (2012); Spenceley y Goodwin (2007); Steinicke y Neuburger (2012); Zapata et al. (2011)
Alivio de la pobreza económica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Da prioridad a los residentes locales cuando selecciona empleados ▪ Ha proporcionado puestos de trabajo estables ▪ Ofrece condiciones de trabajo decentes (<i>e.g.</i>, condiciones de seguridad y salud) ▪ Ofrece una adecuada seguridad en el puesto de trabajo (<i>e.g.</i>, puestos de trabajo no estacionales) ▪ Genera importantes ingresos para las comunidades locales (<i>e.g.</i>, ingresos por trabajo, ingresos públicos) ▪ Tiene fuertes vínculos con los proveedores locales de bienes y servicios ▪ Tiene fuertes vínculos con el sector agrario (<i>e.g.</i>, frutas y verduras) ▪ Anima activamente las actividades del sector informal y de los pequeños negocios (<i>e.g.</i>, artesanía) 	
Alivio de la pobreza social	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuye a mejorar el estándar de vida general de los empleados y las comunidades ▪ Contribuye a reducir la vulnerabilidad de los pobres (<i>e.g.</i>, proporcionando seguridad financiera) ▪ Contribuye a desarrollar las infraestructuras locales (<i>e.g.</i>, transporte, comunicación, agua limpia...) ▪ Apoya el acceso a la educación y los servicios de salud de los residentes ▪ Contribuye al empoderamiento de los empleados y los residentes (<i>e.g.</i>, oportunidades de carrera) ▪ Contribuye a construir activos físicos entre empleados y residentes (<i>e.g.</i>, casas) ▪ Contribuye a desarrollar capacidades humanas entre los empleados y los residentes (<i>e.g.</i>, educación básica, habilidades para el trabajo) ▪ Contribuye a reducir las desigualdades sociales (<i>e.g.</i>, en términos de ingreso, género, raza...) ▪ Distribuye con equidad los ingresos/beneficios entre los grupos de poder (<i>e.g.</i>, accionistas, empleados, comunidad) ▪ Promueve la diversidad en la mano de obra (en términos de género, raza, edad, religión, origen social) ▪ Previene la discriminación en la compensación y la promoción de los empleados 	
Alivio de la pobreza ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuye a proteger el medio ambiente ▪ Tiene prácticas de gestión ambiental para prevenir los efectos negativos sobre el medio ambiente ▪ Contribuye a los programas de conservación ambiental (<i>e.g.</i>, reforestación, gestión del agua) ▪ Contribuye a la conservación del patrimonio ▪ Contribuye a crear entre los residentes una conciencia de conservación del medio ambiente y del patrimonio 	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2-14 se mencionan los ítems finalmente incluidos en el cuestionario, que fueron agrupados en torno a cuatro grupos de contribuciones de las empresas turísticas al alivio de la pobreza: 1) contribución al alivio de la pobreza en general, 2) impactos económicos de las empresas turísticas sobre la pobreza, 3) impactos socioculturales de las empresas turísticas sobre las condiciones sociales de los pobres y 4) impactos ambientales de la actividad empresarial turística sobre las condiciones ambientales de los pobres. En esta tabla también se indican las 16 referencias empíricas analizadas que incluyen impactos de las organizaciones turísticas sobre la empresa.

· *Resultados de la actividad empresarial*

En este apartado se trata la medición de los resultados del negocio de la empresa de alojamiento a partir de la percepción del encuestado. Concretamente, siguiendo a Maignan y Ferrell (2001), el encuestado debía expresar su grado de acuerdo con una serie de afirmaciones relativas a los resultados de la actividad de la empresa de alojamiento durante los últimos tres años y en comparación con sus competidores. Las posibles respuestas varían entre fuertemente en desacuerdo y fuertemente de acuerdo. Estos autores se centran en la evolución de los resultados financieros (ventas, beneficios y rentabilidades), por lo que se ampliaron los ítems para cubrir la evolución de la imagen de la empresa de alojamiento, de su relación con los empleados, proveedores, autoridades locales y la comunidad local. Los ocho ítems finalmente incluidos en el cuestionario fueron seleccionados de varias fuentes (véase tabla 2-15).

Tabla 2-15: Escala de medición de los resultados de la actividad empresarial del alojamiento turístico.

Ítems	Referencias
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El crecimiento de nuestras ventas ha sido sustancialmente mejor ▪ El crecimiento de nuestros beneficios ha sido sustancialmente mejor ▪ Nuestra rentabilidad de la inversión ha sido sustancialmente mejor ▪ Nuestra imagen/reputación corporativa ha sido sustancialmente mejor ▪ Nuestra relación con los empleados ha sido sustancialmente mejor ▪ Nuestra relación con los proveedores y negocios locales ha sido sustancialmente mejor ▪ Nuestra relación con las autoridades locales ha sido sustancialmente mejor ▪ Nuestra relación con las comunidades locales ha sido sustancialmente mejor 	Bagur-Femenías, Martí y Rocafort (2015); Lindgreen, Swaen y Johnston (2009); Maignan y Ferrell (2001); Rettab, Brik y Mellahi (2009)

Fuente: elaboración propia

2.4.2. Organización del trabajo de campo

El trabajo de campo de la presente investigación fue desarrollado por el propio investigador, con el apoyo constante de sus dos directores de tesis y las sugerencias transmitidas por los expertos de la UNCTAD.

La versión final del cuestionario, redactado en inglés, fue adaptada a las especificaciones de la aplicación *Google Forms*, con el fin de poder realizar una encuesta *on-line* entre los establecimientos de alojamiento integrantes de la muestra seleccionada. El enlace al cuestionario *on-line*, cuya versión impresa puede consultarse en el anexo II, era el siguiente: <http://goo.gl/forms/4tRLATfZfq>. Al margen de su nulo coste económico, entre las ventajas que aporta esta aplicación informática destaca especialmente la posibilidad de garantizar el carácter confidencial de los datos tratados, puesto que las respuestas de los encuestados se registran automática y directamente en una hoja de cálculo para su posible posterior análisis, sin que pueda obtenerse información adicional sobre el encuestado. Otra de las ventajas es la simplificación de la fase de tabulación de datos, ya que las respuestas de los encuestados se registran electrónicamente, de forma que únicamente se deben acometer tareas de codificación de las respuestas a las preguntas abiertas y la recodificación de las variables de respuesta múltiple, además de la etiquetación de variables. Además, la encuesta online permite también distribuir y reenviar un elevado número de cuestionarios con una rapidez mayor que la de otras modalidades de recogida de información (Díaz de Rada, 2012). Entre las desventajas de utilizar esta aplicación y, en general, de una encuesta *on-line* se pueden citar las siguientes: (1) la obligatoriedad para el encuestado de tener una conexión a internet para acceder al cuestionario y poder cumplimentarlo; (2) las limitaciones en cuanto a las opciones disponibles para diseñar el cuestionario (*e.g.*, los ítems con escalas deben ser incluidos mediante preguntas muy cortas si se quieren presentar conjuntamente y no distorsionar la apariencia del cuestionario, o de forma individual y separada, como ha sido el caso de la presente investigación); (3) la incertidumbre sobre la identidad de quien cumplimenta realmente el cuestionario; y (4) una previsible menor tasa de respuesta de la encuesta *on-line* frente a otras alternativas metodológicas tales como las encuestas presenciales, postales o telefónicas (Dillman, 2000; Díaz de Rada, 2012). Sin embargo, el motivo esencial por el que se optó por la modalidad de encuesta *on-line* se refiere a la distancia física entre el lugar de residencia del investigador (Gran Canaria) y la localización de los establecimientos de alojamiento turístico objeto de la investigación (África subsahariana).

Un aspecto clave para el correcto desarrollo del trabajo de campo era disponer de los datos de contacto de todos los establecimientos para poder invitar a sus directivos a participar en la encuesta *on-line*. Para ello, como se comentó en anteriores epígrafes,

se diseñó una base de datos de contactos propia, a partir de fuentes de información secundaria, sobre establecimientos de alojamiento en los cinco países de África subsahariana seleccionados: Cabo Verde, Kenia, Mauricio, Tanzania y Sudáfrica. Esta base de datos constituye la muestra seleccionada para la investigación empírica y, por consiguiente, objeto del trabajo de campo que se describe a continuación.

En la organización del trabajo de campo se consideraron las recomendaciones metodológicas realizadas por Dillman (2000) para la realización de encuestas *on-line*. El proceso adoptado estuvo conformado por cuatro etapas básicas. En una primera etapa, se envió un correo electrónico personalizado y redactado en inglés, dirigido al director general del establecimiento alojamiento, en el que se presentaban los objetivos generales del estudio y se le invitaba a participar en el mismo mediante la cumplimentación del cuestionario *on-line* diseñado para tal fin. Además del enlace directo al cuestionario, también se incluía el compromiso de tratar de manera confidencial y anónima toda la información aportada por el encuestado. Puede verse un modelo de este correo electrónico en el anexo III-1.

En un plazo de 10 días transcurridos desde el primer envío de correo electrónico, se inició la segunda etapa, consistente en la realización de contactos telefónicos con 25 establecimientos que fueron seleccionados de forma aleatoria, con la intención de animar la colaboración con la investigación, confirmar la correcta recepción de los correos electrónicos y la inexistencia de errores en el acceso o cumplimentación del cuestionario *on-line* y, en su caso, solicitar direcciones de correo electrónico alternativas para acceder al director general del establecimiento de alojamiento turístico. El coste de la realización de las llamadas telefónicas limitó el número de contactos telefónicos que se decidió realizar.

La tercera etapa tuvo lugar una vez transcurrido un periodo que osciló entre 10 y 15 días desde el primero envío de correo electrónico. Concretamente, se envió a la misma dirección electrónica del punto anterior (o a la especificada por los propios establecimientos en las conversaciones telefónicas o a través de correos electrónicos recibidos como respuesta al enviado por el investigador), un segundo correo electrónico (véase anexo III-2) con el que se reiteraba la petición de participación en la investigación del director general del establecimiento, en el caso de que todavía no lo hubiera hecho, o bien se agradecía su colaboración cuando ya hubieran cumplimentado el cuestionario. También se ofrecía la posibilidad de enviar una versión

del cuestionario en formato PDF para aquellos encuestados que tuvieran problemas en acceder a la versión *on-line* del mismo. Tan sólo tres encuestados solicitaron esta alternativa por tener en su sistema informático un *firewall* (o cortafuegos) que le impedía acceder al enlace directo del cuestionario *on-line*.

Finalmente, y tras un período de 7 a 10 días transcurridos desde el envío del correo electrónico anterior, fue remitido un tercer y último correo electrónico (véase anexo III-3) al objeto de anunciar la próxima finalización del periodo de recogida de datos y agradecer a los participantes su interés y colaboración. A este último correo electrónico se añadía el texto de los dos primeros correos electrónicos para que la persona contactada tuviese toda la información en un único documento.

El trabajo de campo fue ejecutado en un plazo de tres meses (del 15 de julio al 15 de octubre de 2015), de forma que se repitió el proceso antes descrito en varias ocasiones con la intención de realizar envíos de correos electrónicos personalizados. Así mismo, se optó por iniciar este proceso para cada uno de los listados de establecimientos de alojamiento que fueron utilizados (e.g., listados por países o categorías de turismo alternativo).

2.4.3. Técnicas de análisis de la información

Una vez finalizada la fase de recepción de encuestas, se procedió a la recodificación de las preguntas de respuesta múltiple y a la codificación de las preguntas abiertas. Además, se procedió a verificar la coherencia interna de todos los cuestionarios recibidos.

Tras la codificación y verificación de la información, se optó por descartar dos de los 239 cuestionarios por presentar evidentes incongruencias en la información presentada. Entre las incongruencias detectadas se encuentran la falta de coherencia interna, la existencia de numerosas preguntas sin respuesta y la tendencia de algunos encuestados a puntuar de la misma forma a todos o la gran mayoría de los ítems de las diferentes escalas.

Con posterioridad, se llevaron a cabo los análisis estadísticos necesarios para cumplir los objetivos empíricos propuestos y contrastar las hipótesis formuladas. En concreto, se realizaron los siguientes análisis: (1) técnicas descriptivas univariantes, con el fin de estudiar las características de los establecimientos que conforman la muestra, así

como de sus gerentes, propietarios o directivos, por ser quienes conforman la unidad de análisis del presente estudio; (2) análisis exploratorios de componentes principales con rotación varimax, al objeto de determinar la dimensionalidad de los diferentes constructos que conforman el modelo propuesto y, por último, (3) modelos de ecuaciones estructurales, cuya finalidad era confirmar los modelos de medida y verificar la relación existente entre los diferentes constructos, para lo cual también se han empleado modelos de trayectorias o *path*. Como herramienta para la estimación y evaluación de los modelos de ecuaciones estructurales y modelos de trayectorias se ha utilizado el paquete estadístico AMOS 6, mientras que el resto de los análisis se ha llevado a cabo con el paquete estadístico SPSS 14.0.

La descripción detallada del análisis realizado, así como de los resultados obtenidos con la investigación empírica, será expuesta en el capítulo 3 de la presente tesis doctoral.

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este tercer capítulo se ha estructurado en ocho grandes apartados. En el primero de ellos se muestran el perfil de las personas que participaron en la investigación empírica facilitando información de su empresa de alojamiento. En el apartado segundo se comentan las características de los establecimientos de alojamiento turístico objeto de estudio. A continuación, en el tercer apartado, se describe la organización y los propósitos de la actividad de RSC que realizan estos establecimientos. El cuarto apartado se destinó a la descripción del entorno en el que acometen sus actividades de RSC. En el quinto de los apartados y como paso previo al contraste de las hipótesis se analiza la dimensionalidad y las propiedades psicométricas de las escalas de medida utilizadas en el cuestionario: 1) la RSC; 2) el compromiso con el alivio de la pobreza; y 3) los resultados de la actividad empresarial. Además, se analiza el grado de fiabilidad y validez de los instrumentos de medida empleados. A continuación, en el sexto apartado se procede a realizar un análisis descriptivo de las dimensiones de los tres grandes constructos estudiados en esta tesis doctoral, al objeto de conocer las valoraciones dadas para los establecimientos de alojamiento turístico que participaron en esta investigación empírica. En el séptimo apartado se procede a contrastar las hipótesis planteadas en el capítulo teórico y el de metodología. Finalmente, en el octavo apartado se propone un modelo sobre los antecedentes y las consecuencias de la actividad de RSC voluntaria y del compromiso con el alivio de la pobreza.

3.1. PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

El análisis del perfil sociodemográfico de los individuos que participaron en esta investigación respondiendo el cuestionario *on-line*, cuyos resultados se recogen en la tabla 3-1, pone de manifiesto que la muestra, en lo que al género se refiere, presenta una relativa mayor presencia de hombres (62,87%) que de mujeres (37,13%). Ello podría deberse a que sean relativamente más los hombres que ocupan los puestos directivos de los establecimientos de alojamiento turístico seleccionados. En cuanto a la edad, los tramos con mayor porcentaje se corresponden con los comprendidos entre los 30 y los 59 años, que suponen el 74,89% de la muestra total. En relación con el puesto que ocupan los encuestados en la estructura organizativa del establecimiento de alojamiento, es de destacar el elevado porcentaje de directores generales que cumplimentaron el cuestionario (53,71% de los encuestados), así como la participación de un 13,97% que eran propietarios/accionistas del establecimiento. En lo que se refiere a las áreas funcionales, se observa una mayor participación de la dirección de marketing o comercial (15,28% de los encuestados ocupaban puestos directivos en esta

área), seguida de la dirección de operaciones (alojamiento, alimentos y bebidas) (8,30%) y la dirección de administración y finanzas (3,06%). Estos resultados sugieren que las acciones de RSC podrían ser una función que depende directamente del director general o bien que forme parte del área de principalmente del área de marketing o comercial. No obstante, en la categoría de “otro puesto directivo” se sitúan dos individuos que ocupan el cargo de jefe de RSC o similar.

Tabla 3-1: Perfil sociodemográfico de las personas encuestadas

Características	N	%
Género:		
Hombre	149	62,87
Mujer	88	37,13
Edad:		
22-29	33	14,29
30-39	61	26,41
40-49	59	25,54
50-59	53	22,94
60-69	22	9,52
70-75	3	1,30
Ocupación:		
Director general	123	53,71
Propietario/accionista	32	13,97
Director de marketing o comercial	35	15,28
Director de operaciones (alojamiento, alimentos y bebidas)	19	8,30
Director de administración y finanzas	7	3,06
Otro puesto directivo	13	5,68

3.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

En este epígrafe se muestran los principales resultados del análisis descriptivo realizado sobre las siguientes características de los establecimientos de alojamiento turístico que participaron en esta investigación (véase tablas 3-2 a 3-11): 1) tipo de alojamiento (*i.e.*, hotel y otras categorías no hoteleras); 2) posible vinculación a una cadena de establecimientos de alojamiento, ya sea extranjera o de ámbito nacional/local; 3) tipo de vinculación (*i.e.*, propiedad total o parcial, franquicia, contrato de administración, empresa conjunta, otros); 4) propietarios; 5) país en el que se encuentra ubicado el establecimiento; 6) tipo de zona turística en la que está ubicado; 7) nivel de pobreza en la zona; 8) categoría del establecimiento en función del precio; 8) tamaño del establecimiento en función del número de empleados; 9) tipo de turismo que mejor describe la motivación de sus clientes; 10) tipo de clientela principal atendiendo a su procedencia geográfica.

· *Tipo de alojamiento.* Como puede observarse en la tabla 3-2, prácticamente dos de cada tres establecimientos que participaron en la investigación son hoteles (67,66%). Con relación a los establecimientos extrahoteleros destaca la presencia de alojamientos tipo *lodge* y de casas de huéspedes, cada uno de ellos representando el 10,64% del total de los establecimientos participantes, seguidos de las zonas de camping (5,11%) y otras categorías no hoteleras (e.g., apartamento, *bed and breakfast*, alojamiento en granja, apartotel, pensión, residencia).

Tabla 3-2: Tipos de establecimiento de alojamiento turístico

Tipo de establecimiento	N	%
Hotel	159	67,66
No hotelero:	76	32,34
- Alojamiento tipo <i>lodge</i>	25	10,64
- Casa de huéspedes	25	10,64
- Camping	12	5,11
- Otro no hotelero	14	5,96
Total	235	100,00

· *Vinculación a una cadena y tipo de vinculación.* Casi dos tercios de los establecimientos de alojamiento analizados son independientes, mientras que 19,33% de los establecimientos están vinculados a una cadena de propiedad extranjera y 16,81% lo están a una cadena nacional/local (véase tabla 3-3). Así mismo, se observa que el principal tipo de vínculo a una cadena es a través de la participación total o parcial de ésta en la propiedad del establecimiento de alojamiento turístico, seguido por el contrato de administración y la franquicia.

Tabla 3-3: Vinculación a una cadena de establecimientos de alojamiento

Vinculación a una cadena y tipo de vinculación	N	%
Vinculación a una cadena:		
No	152	63,87
Sí:	86	36,13
- A una cadena extranjera	46	19,33
- A una cadena nacional/local	40	16,81
Total	238	100,00
Tipo de vinculación a una cadena:		
Propiedad total o parcial de la cadena	40	48,78
Contrato de administración	28	34,15
Franquicia	11	13,41
Empresa conjunta	3	3,66
Total	82	100,00

· *Propiedad del establecimiento.* Como puede observarse en la tabla 3-4, la mayoría de los establecimientos que participaron en la investigación son propiedad de inversores o grupos empresariales nacionales o locales (49,10%). Por su parte, los

establecimientos que son propiedad de inversores o grupos empresariales extranjeros suponen el 15,32%, mientras que la propiedad conjunta de inversores privados extranjeros y nacionales representan tan sólo el 1,80%. A estos se tendría que añadir el 22,52% de establecimientos que son propiedad de inversores privados en general, sin que se especificara si eran extranjeros o privados. El 11,26% restante de establecimientos se caracterizan por la propiedad total o parcial del Gobierno, alguna organización basada en la comunidad o una ONG.

Tabla 3-4: Propiedad del establecimiento de alojamiento

Tipo de propietario	N	%
Grupo empresarial o inversores extranjeros	34	15,32
Grupo empresarial o inversores nacionales/locales	109	49,10
Inversores privados en general	50	22,52
Organización basada en la comunidad	9	4,05
Gobierno	8	3,60
Organización no gubernamental	3	1,35
Inversores extranjeros y nacionales/locales	4	1,80
Inversores extranjeros y gobierno	2	0,90
Inversores extranjeros y organización basada en la comunidad	1	0,45
Inversores nacionales/locales y organización basada en la comunidad	2	0,90
Total	222	100,00

· *País de la localización del establecimiento.* En la tabla 3-5 se muestra la distribución de los establecimientos de alojamiento atendiendo al país de su localización. Kenia y Sudáfrica son los países con mayor participación en este estudio, seguidos de Cabo Verde y Tanzania. El resto se trata de establecimientos ubicados en otros países de África subsahariana: Mauricio, Zambia, Namibia, Uganda, Guinea Ecuatorial o Nigeria.

Tabla 3-5: País en el que opera el establecimiento de alojamiento

País	N	%
Kenia	84	35,15
Sudáfrica	73	30,54
Cabo Verde	26	10,88
Tanzania	24	10,04
Mauricio	5	2,09
Otro país de África subsahariana	27	11,30
Total	239	100,00

· *Tipo de zona turística de la localización del establecimiento.* En la tabla 3-6 se observa que la mayoría de los establecimientos que participaron en la investigación se

encuentran en zonas rurales (38,66%). A continuación se sitúan los establecimientos ubicados en zonas costeras y urbanas, seguidas de zonas suburbanas.

Tabla 3-6: Tipos de zona turística según la localización del establecimiento de alojamiento

Tipo de zona turística	N	%
Rural	92	38,66
Costera	61	25,63
Urbana	59	24,79
Suburbana	26	10,92
Total	238	100,00

· *Nivel de pobreza de la localización del establecimiento.* Las situaciones más habituales se corresponden con niveles moderados de pobreza, ya sea moderadamente bajo (36,26% de los establecimientos están ubicados en zonas con este nivel de pobreza) o moderadamente alto (35,44%). A continuación se sitúan las zonas con niveles de pobreza calificados como “muy bajo” o “alto”. Considerando los datos recogidos en la tabla 3-7, parece que un elevado porcentaje de establecimientos de alojamiento en países con elevados niveles de pobreza suele ubicarse en zonas del país con niveles de pobreza muy bajo o moderadamente bajo (51,06%).

Tabla 3-7: Nivel de pobreza en la zona en la que está ubicado el establecimiento de alojamiento

Nivel de pobreza	N	%
Moderadamente bajo	86	36,29
Moderadamente alto	84	35,44
Muy bajo	35	14,77
Alto	32	13,50
Total	237	100,00

· *Categorías del establecimiento en función del precio.* En la tabla 3-8 puede observarse que la mayoría de los establecimientos que participaron en la investigación son alojamientos con niveles intermedios de precio (32,77%), seguidos por aquellos de nivel superior (23,95%) y los considerados de lujo atendiendo al precio (23,11%). El resto de establecimientos se corresponden con establecimientos económicos o de precios bajos.

Tabla 3-8: Categoría del establecimiento de alojamiento en función del precio

Categoría según el precio	N	%
Establecimiento de lujo	55	23,11
Establecimiento de nivel superior	57	23,95
Establecimiento de nivel medio	78	32,77
Establecimiento económico	36	15,13
Establecimiento de presupuesto	12	5,04
Total	238	100,00

· *Categorías del establecimiento en función del tamaño.* La mayoría de los establecimientos de alojamiento se caracteriza por tener un tamaño pequeño o mediano (véase tabla 3-9). Concretamente, un 39,83% de los establecimientos presenta un tamaño pequeño, disponiendo de menos de 20 empleados. Con un tamaño medio, que incluye un número de empleados que se sitúa entre 20 y 49, se posiciona el 19,49% de los establecimientos participantes en esta investigación. Los establecimientos de tamaño medio, con un número de empleados entre 50 y 199, representan el 25,85% de los establecimientos. Por su parte, los establecimientos grandes, con 200 o más empleados, suponen el 14,83% de la muestra total analizada.

Tabla 3-9: Tamaño del establecimiento de alojamiento en función del número de empleados

Número de empleados	N	%
Menos de 10 empleados	49	20,76
Entre 10 y 19	45	19,07
Entre 20 y 49	46	19,49
Entre 50 y 99	29	12,29
Entre 100 y 199	32	13,56
Entre 200 y 500	26	11,02
Entre 500 y 999	5	2,12
1.000 empleados o más	4	1,69
Total	236	100,00

· *Categorías del establecimiento en función de la motivación turística de sus clientes.* Son varias las motivaciones turísticas de los clientes de los establecimientos de alojamiento que participaron en la investigación (véase tabla 3-10). No obstante, destacan los tipos de turismo asociados a las zonas rurales (48,1% de los establecimientos): turismo de safari, turismo de vida salvaje, ecoturismo, turismo de montaña y otras modalidades de turismo en zonas rurales. A continuación se sitúan los establecimientos cuyo segmento de mercado principal se refiere al turismo de negocio y reuniones (26,16%), seguido de aquellos vinculados al turismo costero (14,35%) y turismo cultural, urbano o de ciudad (10,55%). El resto de motivaciones se refieren a la práctica de turismo deportivo o de salud y *wellness*.

Tabla 3-10: Tipo de turismo que mejor describe la motivación de los clientes del establecimiento de alojamiento turístico

Tipo de turismo	N	%
Turismo de safari	37	15,61
Turismo de vida salvaje	30	12,66
Ecoturismo	21	8,86
Turismo de montaña	15	6,33
Otro tipo de turismo en zonas rurales	11	4,64
Turismo urbano o de ciudad	17	7,17
Turismo cultural	8	3,38
Turismo costero	34	14,35
Turismo deportivo	1	0,42
Turismo de salud y <i>wellness</i>	1	0,42
Turismo de negocio y reuniones	62	26,16
Total	237	100,00

· *Categorías del establecimiento en función de la procedencia geográfica de los clientes.* Como puede observarse en la tabla 3-11, la gran mayoría de establecimientos acoge tanto a turistas internacionales como domésticos (72,15%), mientras que el 21,10% de los establecimientos se dirige principalmente a los turistas internacionales y el 6,75% a los nacionales o locales.

Tabla 3-11: Tipo de clientela principal del establecimiento de alojamiento turístico atendiendo a su procedencia geográfica

Procedencia geográfica de la clientela	N	%
Turistas internacionales	50	21,10
Turistas domésticos	16	6,75
Ambos	171	72,15
Total	237	100,00

3.3. ORGANIZACIÓN Y PROPÓSITOS DE LA ACTIVIDAD DE RSC

En este epígrafe se muestran los principales resultados del análisis descriptivo realizado sobre las siguientes características de la actividad de RSC desarrollada por los establecimientos de alojamiento turístico que participaron en esta investigación (véase tablas 3-12 y 3-13): 1) la organización de la actividad de RSC (*i.e.*, la presencia de una sección o empleados dedicados a las actividades de RSC), 2) la existencia de un plan de acción o agenda sobre RSC (*i.e.*, la proactividad de las iniciativas de RSC) y 3) los propósitos de la actividad de RSC.

· *Organización y proactividad de las iniciativas de RSC.* El análisis de frecuencias mostrado en la tabla 3-12 pone de manifiesto que la muestra de participantes en este

estudio presenta una distribución homogénea entre los establecimientos que tienen una sección o empleados asignados a la actividad de RSC (48,94%) y los establecimientos que no tienen una presencia de esta actividad en la estructura organizativa (51,06%). La distribución también es homogénea atendiendo a la proactividad de las iniciativas de RSC, ya que el 53,81% de los establecimientos cuenta con un plan de acción o una agenda de RSC y el 46,19% de los establecimientos no dispone de un plan o una agenda relativa a esta actividad.

Tabla 3-12: Organización y proactividad en la acción de RSC

Características	N	%
Sección o empleados que dedican tiempo a la RSC:		
Sí	115	48,94
No	120	51,06
Total	235	100,00
Plan de acción o agenda de RSC:		
Sí	127	53,81
No	109	46,19
Total	236	100,00

Propósitos de la actividad de RSC. En la tabla 3-13 se exhiben los resultados del análisis descriptivo realizado a partir de las respuestas de los encuestados sobre los propósitos de la actividad de RSC que desempeña su establecimiento de alojamiento. Como puede observarse en dicha tabla, los propósitos más habituales se refieren al medio ambiente y el patrimonio local. Concretamente, el 80% de los encuestados indican un grado de acuerdo alto respecto a que las actividades de RSC de su establecimiento tienen como propósito la protección y mejora del medio ambiente natural, mientras que únicamente el 2,98% indica un acuerdo bajo. El segundo propósito que recibió mayor acuerdo se refiere a la protección del patrimonio y el apoyo a la cultura local (72,53% indica un acuerdo alto y tan solo 4,29% un acuerdo bajo). Después del medio ambiente y el patrimonio local, la segunda categoría de propósitos de la actividad de RSC que recibió mayor grado de acuerdo se refiere a la mejora del bienestar de la sociedad en general y, en particular, de los empleados. En torno al 75% de los encuestados indica un acuerdo alto sobre estos propósitos y algo menos del 6% mostraron un acuerdo bajo (véase tabla 3-13).

Atendiendo al nivel de acuerdo de los encuestados, el alivio de la pobreza en sí misma se posiciona como el quinto propósito de la actividad de RSC más importante para los establecimientos de alojamiento que participaron en la investigación (media= 5,77, desviación típica= 1,38). Concretamente, el 63,36% de los encuestados expresa un

acuerdo elevado con este propósito y tan sólo el 2,59% indica un acuerdo bajo, siendo este propósito el que obtuvo el menor porcentaje de acuerdo bajo.

Tabla 3-13: Propósitos de la RSC

Propósitos	Media	DT	BAJO		MEDIO		ALTO	
			N	%	N	%	N	%
Proteger y mejorar el medio ambiente natural	6,22	1,32	7	2,98%	40	17,02%	188	80,00%
Proteger el patrimonio y apoyar la cultura local	6,02	1,49	10	4,29%	54	23,18%	169	72,53%
Promover el bienestar de la sociedad	5,96	1,36	7	2,97%	54	22,88%	175	74,15%
Promover el bienestar de los empleados	5,93	1,44	10	4,20%	47	19,75%	181	76,05%
Aliviar/Reducir la pobreza	5,77	1,38	6	2,59%	79	34,05%	147	63,36%
Estimular el desarrollo económico en las comunidades vecinas	5,7	1,62	13	5,56%	67	28,63%	154	65,81%
Estimular el acceso a la educación de los residentes	5,64	1,67	17	7,26%	68	29,06%	149	63,68%
Reducir las desigualdades sociales y apoyar a las minorías	5,57	1,55	11	4,64%	93	39,24%	133	56,12%
Estimular el acceso a los servicios de salud de los residentes	5,48	1,72	21	9,01%	74	31,76%	138	59,23%
Proporcionar asistencia social	5,37	1,69	18	7,69%	89	38,03%	127	54,27%
Promover la actividad emprendedora y estimular la creación de empresas	5,34	1,7	21	8,86%	85	35,86%	131	55,27%
Desarrollar las infraestructuras locales (transporte, agua limpia...)	5,3	1,78	23	9,87%	84	36,05%	126	54,08%

El sexto propósito de la RSC de los establecimientos de alojamiento participantes en esta investigación que recibió un mayor acuerdo entre los encuestados se refiere al estímulo del desarrollo económico de las comunidades vecinas. A continuación se sitúan propósitos sociales como promover el acceso a la educación y los servicios de salud de los residentes, y reducir las desigualdades sociales y apoyar a las minorías. Entre los propósitos que recibieron un menor acuerdo por parte de los encuestados se encuentra la asistencia social directa, el fomento de la actividad emprendedora y la contribución al desarrollo de infraestructuras locales (transporte, agua limpia...).

3.4. ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA RSC

En este epígrafe se muestran los principales resultados del análisis descriptivo realizado sobre las siguientes condiciones externas en las que los establecimientos de alojamiento turístico desarrollan su actividad de RSC: 1) el entorno legal o regulación nacional sobre RSC y 2) la relación de transferencia de conocimiento entre el establecimiento de alojamiento y otras organizaciones de su entorno.

· *Regulación nacional que afecta a la RSC.* El análisis de las respuestas de los encuestados respecto a la existencia de estándares de RSC establecidos por la legislación del país en el que el establecimiento está ubicado, sugiere que por lo general esta regulación es escasa. Concretamente, el grado de acuerdo de los encuestados es medio, ya que la media de las respuestas alcanzó un valor de 3,91 en una escala de siete puntos (véase tabla 3-14). No obstante, la desviación de las respuestas es alta, lo que también indica la variación en la regulación nacional de los países en lo que se refiere a la actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento turístico que operan en el país. En este sentido, en torno al 30% de los encuestados apuntaron un acuerdo bajo respecto a la existencia de estándares legales de RSC, porcentaje que es similar al de los encuestados que señalaron un acuerdo alto (véase tabla 3-14).

Tabla 3-14: Regulación nacional sobre RSC y transferencia de conocimiento con otras organizaciones

Características del entorno	Media	DT	BAJO		MEDIO		ALTO	
			N	%	N	%	N	%
Regulación nacional:								
Estándares legales de RSC	3,91	2,11	73	30,80%	94	39,66%	70	29,54%
Transferencia de conocimiento con otros:								
Clientes	6,22	1,24	4	1,71%	39	16,67%	191	81,62%
Nuestros empleados	6,14	1,33	6	2,63%	40	17,54%	182	79,82%
Canales de distribución (turoperadores, agencias de viaje...)	5,84	1,47	10	4,27%	69	29,49%	155	66,24%
Otros establecimientos de alojamiento turístico	5,55	1,51	11	4,70%	84	35,90%	139	59,40%
Otras empresas del sector turístico	5,53	1,61	15	6,52%	76	33,04%	139	60,43%
Representantes de agencias gubernamentales de turismo	5,41	1,82	24	10,21%	72	30,64%	139	59,15%
Representantes de los trabajadores	5,35	1,87	26	11,30%	66	28,70%	138	60,00%
Clusters, redes o comunidades virtuales de turismo	5,33	1,64	16	6,87%	91	39,06%	126	54,08%
Proveedores	5,29	1,74	23	10,00%	88	38,26%	119	51,74%
Representantes de agencias gubernamentales de medio ambiente	5,24	1,89	28	11,91%	78	33,19%	129	54,89%
Representantes de las comunidades locales	5,14	1,79	24	10,21%	94	40,00%	117	49,79%
Organizaciones no gubernamentales	5,13	1,73	21	9,05%	96	41,38%	115	49,57%
Creadores de conocimiento externos (universidades, centros de investigación y desarrollo...)	4,97	1,88	31	13,08%	97	40,93%	109	45,99%
Empresas de otros sectores económicos	4,95	1,86	28	11,91%	99	42,13%	108	45,96%
Representantes de agencias gubernamentales sociales	4,93	1,88	30	12,77%	102	43,40%	103	43,83%
Agencias internacionales de desarrollo	4,82	1,95	36	15,25%	96	40,68%	104	44,07%

· *Transferencia de conocimiento con otras organizaciones.* El análisis de las respuestas a la pregunta sobre el intercambio frecuente de conocimiento útil con una relación de

organizaciones sugiere que los establecimientos de alojamiento participantes en esta investigación comparten conocimiento principalmente con sus clientes, empleados y otras organizaciones con las que realizan intercambios comerciales (*i.e.*, canales de distribución y proveedores) (véase tabla 3-14). A continuación se sitúan otros establecimientos de alojamiento y otros tipos de empresas turísticas, así como *clusters*, redes o comunidades virtuales de turismo, y empresas de otros sectores económicos. El tercer grupo de entidades con las que intercambian conocimiento útil incluye agencias del gobierno (de turismo, de medio ambiente y de asuntos sociales), representantes de las comunidades locales y ONG. Entre las organizaciones con las que menor intercambio de conocimiento se encuentran, de manera sorprendente, los creadores de conocimiento externos (universidades, centros de investigación y desarrollo...) y las agencias internacionales de desarrollo. Estos resultados sugieren la necesidad de una mayor transferencia de conocimiento entre los establecimientos de alojamiento en África subsahariana y aquellas organizaciones con proyectos e interés en reducir los niveles de pobreza y de desigualdad social, como por ejemplo, las agencias gubernamentales especializadas en asuntos sociales, las ONG y, en particular, las agencias internacionales de desarrollo que acometen proyectos con estos fines, como es el caso de la UNCTAD.

3.5. ANÁLISIS DE LA DIMENSIONALIDAD Y VALIDEZ DE LAS ESCALAS DE MEDIDA

Para determinar la dimensionalidad y validar las escalas correspondientes a la RSC voluntaria, el compromiso con el alivio de la pobreza y los resultados empresariales, se emplearon los análisis factoriales confirmatorios utilizando como método de estimación el de máxima verosimilitud. A este respecto, es necesario señalar que, salvo las escalas de RSC voluntaria y de resultados empresariales respecto a las cuales existe un cierto consenso en relación a su contenido y dimensionalidad, la escala de compromiso con el alivio de la pobreza ha sido diseñada de manera pionera en esta investigación a partir de una exhaustiva revisión de los trabajos empíricos previos sobre la contribución de las organizaciones turísticas al alivio de la pobreza, de ahí que sus dimensiones deban ser consideradas como un paso previo y necesario en la búsqueda de una escala válida y fiable que permita medir la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza en términos generales y, en particular, de la pobreza económica, social y medioambiental.

3.5.1. RSC voluntaria: responsabilidad ética y responsabilidad discrecional

La RSC voluntaria ha quedado finalmente medida a partir de dos dimensiones que han sido etiquetadas como “RSC ética” y “RSC discrecional”, que se corresponden con las clásicas dimensiones recogidas en la literatura existente sobre RSC (e.g., Maignan y Ferrell, 2000, 2001; Galbreath, 2010). No obstante, y para analizar la validez discriminante de esta escala, se estimó un nuevo modelo en el que todos los ítems se vinculan a un único factor. Los resultados de este nuevo modelo [$\chi^2(65)=458,44$, $p=0.000$, CFI=0,78, RMSEA=0,14] evidencian la idoneidad de un modelo multidimensional [$\chi^2(64)=225,67$, $p=0.000$, CFI=0,91, RMSEA=0,08], ya que presenta mejores niveles de significación e índices de ajuste. De hecho, el análisis de diferencias de chi-cuadrado arroja la existencia de diferencias significativas (Dif. $\chi^2=232,77$, Dif. g.d.l.=1, $p=0.000$). Por tanto, la RSC voluntaria ha quedado formada finalmente por 5 y 8 ítems en cada una de las dimensiones anteriormente señaladas y que se muestran en la tabla 3-15.

Tabla 3-15. Ítems definitivos de la escala “RSC voluntaria”

Dimensiones	Código ítem	Ítem
RSC ética	V12	Nuestro establecimiento tiene un código global de conducta ética
	V13	Nosotros somos reconocidos como una compañía que es de fiar en general
	V14	La equidad hacia otros empleados y los socios del negocio es una parte integral de nuestro de proceso de evaluación del personal
	V15	Tenemos un procedimiento confidencial para que los empleados informen sobre cualquier conducta desviada en el trabajo (e.g., robo o acoso sexual)
	V16	Se requiere a nuestros empleados que proporcionen información completa y exacta a todos los clientes
RSC discrecional	V17	Los salarios que ofrece nuestra compañía son superiores a los salarios medios en el sector
	V18	Nuestro establecimiento apoya a los empleados que buscan educación adicional
	V19	Nuestro establecimiento anima a los empleados a colaborar con organizaciones sociales civiles que apoyan a las comunidades locales
	V20	Las políticas de empleo flexibles permiten a nuestros empleados que coordinen mejor el trabajo y la vida personal
	V21	Nuestro establecimiento es generoso en donaciones
	V22	Tenemos un programa para minimizar el uso de la energía y la generación de residuos
	V23	Animamos la creación de asociaciones con los negocios locales y los colegios
	V24	Nuestro negocio apoya los deportes locales y las actividades culturales

A pesar de que los resultados de este modelo de medida indican que es estadísticamente significativo [$\chi^2(64)=225,67$, $p=0.000$, $CFI=0,91$, $RMSEA=0,08$], es preciso señalar que este estadístico depende del tamaño de la muestra analizada, de ahí la necesidad de analizar otros indicadores de ajuste. A este respecto, los resultados obtenidos muestran como otros indicadores de ajuste global del modelo se encuentran dentro de los valores recomendados por la literatura ($CFI=0.91$, $NFI=0.88$, $TLI=0.87$, $RMSEA=0.08$), por lo que se puede concluir que el modelo especificado reproduce adecuadamente la matriz de covarianzas observada. Este modelo de medida muestra un ajuste satisfactorio, ya que el valor de CFI se sitúa entre 0,90 y 0,95 y el valor de RMSEA no supera el máximo recomendado de 0.08 (Mathieu y Taylor, 2006). Siguiendo a Anderson y Gerbing (1988) y como se observa en la tabla 3-16, el modelo muestra una fiabilidad individual aceptable, ya que la relación existente entre cada ítem y su respectiva dimensión es estadísticamente significativa con pesos de regresión estandarizados superiores 0,7 en 11 de los 13 ítems y próximos a este valor en los otros dos, por lo que se decidió mantener la escala original. Además, los valores del estadístico t también son significativos. En cuanto a las medidas de consistencia interna de cada una de las dimensiones, los valores del indicador de fiabilidad compuesta (FC) alcanzan valores muy cercanos a 0,90 y los de la varianza extraída (AVE) son superiores 0.50. Los valores del alfa de Cronbach corroboran los obtenidos en la fiabilidad compuesta. Estos resultados indican que el modelo de medida es fiable, con niveles de fiabilidad que podrían considerarse como muy buenos o excelentes.

Tabla 3-16: Análisis factorial confirmatorio de la escala “RSC voluntaria”

Relaciones causales	Estimadores estandarizados	T	P	Consistencia interna
V12 ← RSC ética	0,794			
V13 ← RSC ética	0,872	15,305	0,000	FC = 0,902
V14 ← RSC ética	0,911	16,150	0,000	AVE = 0,72
V15 ← RSC ética	0,717	11,766	0,000	$\alpha = 0,892$
V16 ← RSC ética	0,748	12,485	0,000	
V17 ← RSC discrecional	0,549			
V18 ← RSC discrecional	0,748	8,222	0,000	
V19 ← RSC discrecional	0,758	8,275	0,000	FC = 0,885
V20 ← RSC discrecional	0,608	7,239	0,000	AVE = 0,56
V21 ← RSC discrecional	0,733	8,126	0,000	$\alpha = 0,886$
V22 ← RSC discrecional	0,708	7,942	0,000	
V23 ← RSC discrecional	0,802	8,525	0,000	
V24 ← RSC discrecional	0,739	8,166	0,000	

3.5.2. Compromiso con el alivio de la pobreza

Dada la naturaleza exploratoria de la escala de medida relativa al compromiso con el alivio de la pobreza, la cual fue diseñada a partir de un revisión de las investigaciones académicas previas relativas a los tipos de impacto de las empresas turísticas sobre la pobreza, y la valoración de expertos de la UNCTAD, se ha considerado oportuno aplicar, en primer lugar, un análisis factorial exploratorio para depurar y conocer la naturaleza dimensional de la escala y, en segundo lugar, un análisis factorial confirmatorio con el propósito de confirmar los resultados obtenidos.

Tal y como se puede apreciar en la tabla 3-17, donde se recogen los resultados del primer análisis de componentes principales con rotación *varimax* sobre la escala “compromiso con el alivio de la pobreza”, el índice KMO y el de esfericidad de Bartlett aconsejan la utilización de este tipo de análisis para reducir la dimensionalidad de la escala. Así mismo, se desprende la existencia de cuatro dimensiones, que fueron etiquetadas como “Fac1”, “Fac2”, “Fac3” y “Fac4”, dado que se trata del análisis inicial y del que se ha partido para definir y contrastar las dimensiones definitivas a través de análisis factoriales confirmatorios. Estos factores sugieren la conveniencia de operar la medición del compromiso con el alivio de la pobreza atendiendo a los tres tipos de pobreza mencionadas en la literatura: económica (Fac4), social (Fac1, Fac2) y ambiental (Fac3). En este sentido, se observa que los ítems relacionados con la contribución al alivio de la pobreza neta y el alivio de la desigualdad social son asignados a factores sobre tipos específicos de pobreza. Así mismo, un análisis del contenido de los cuatro factores revela la necesidad de considerar en factores separados el impacto económico que supone la creación de empleos (en Fac4) y el impacto social referido a la oferta de empleos decentes que promuevan la igualdad y la diversidad (en Fac2).

Tabla 3-17: Análisis factorial exploratorio de la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza”

COMPROMISO CON EL ALIVIO DE LA POBREZA	COM.	Fac1	Fac2	Fac3	Fac4
Contribuye a desarrollar las infraestructuras locales (e.g., transporte, comunicación, agua limpia...)	0,724	0,771	0,293	0,197	0,074
Apoya el acceso a la educación y los servicios de salud de los residentes	0,788	0,766	0,153	0,366	0,212
Contribuye a construir activos físicos entre los empleados y residentes (e.g, casas)	0,580	0,724	0,082	0,217	0,048
Distribuye con equidad los ingresos/beneficios entre los grupos de poder (e.g., accionistas, empleados, comunidad)	0,727	0,698	0,255	0,150	0,391
Contribuye a reducir la vulnerabilidad de los pobres (e.g., proporcionando seguridad financiera)	0,715	0,640	0,339	0,264	0,346

Tabla 3-17. Continuación...

COMPROMISO CON EL ALIVIO DE LA POBREZA	COM.	Fac1	Fac2	Fac3	Fac4
Ha contribuido a reducir el estado de la pobreza en la zona (<i>i.e.</i> , la ratio de pobreza)	0,780	0,627	0,095	0,210	0,578
Contribuye a desarrollar capacidades humanas entre los empleados y los residentes (<i>e.g.</i> , educación básica, habilidades para el trabajo)	0,766	0,613	0,518	0,262	0,231
Contribuye a reducir las desigualdades sociales (<i>e.g.</i> , en términos de ingreso, género, raza...)	0,760	0,600	0,547	0,184	0,260
Contribuye al empoderamiento de los empleados y los residentes (<i>e.g.</i> , oportunidades de carrera)	0,776	0,585	0,536	0,263	0,278
Anima activamente las actividades del sector informal y de los pequeños negocios (<i>e.g.</i> , artesanía)	0,641	0,521	0,193	0,499	0,288
Previene la discriminación en la compensación y la promoción de los empleados	0,794	0,181	0,778	0,336	0,208
Promueve la diversidad en la mano de obra (en términos de género, raza, edad, religión, origen social)	0,669	0,255	0,739	0,201	0,130
Contribuye a mejorar el estándar de vida general de los empleados y las comunidades	0,784	0,470	0,656	0,198	0,305
Ofrece condiciones de trabajo decentes (<i>e.g.</i> , condiciones de seguridad y de salud)	0,788	0,065	0,617	0,329	0,543
Tiene fuertes vínculos con los proveedores locales de bienes y servicios	0,635	0,320	0,528	0,302	0,403
Contribuye a la conservación del patrimonio	0,819	0,309	0,289	0,784	0,160
Contribuye a los programas de conservación ambiental (<i>e.g.</i> , reforestación, gestión del agua)	0,775	0,304	0,345	0,721	0,209
Tiene prácticas de gestión ambiental para prevenir los efectos negativos sobre el medio ambiente	0,816	0,220	0,439	0,717	0,247
Contribuye a crear entre los residentes una conciencia de conservación del medio ambiente y del patrimonio	0,823	0,441	0,065	0,706	0,354
Contribuye a proteger el medio ambiente	0,860	0,150	0,550	0,646	0,342
Tiene fuertes vínculos con el sector agrario (<i>e.g.</i> , frutas y verduras)	0,473	0,365	0,231	0,428	0,320
Da prioridad a los residentes locales cuando selecciona empleados	0,797	0,146	0,356	0,250	0,765
Ha proporcionado puestos de trabajo estables	0,757	0,191	0,272	0,250	0,764
Ha contribuido a reducir el número de pobres (residentes vulnerables con ganancias inferiores al umbral nacional de pobreza)	0,702	0,518	0,141	0,117	0,633
Genera importantes ingresos para las comunidades locales (<i>e.g.</i> , ingresos por trabajo, ingresos públicos)	0,740	0,371	0,198	0,405	0,631
Ofrece una adecuada seguridad en el puesto de trabajo (<i>e.g.</i> , puestos de trabajo no estacionales)	0,769	0,170	0,486	0,470	0,532
Autovalor del factor		5,850	4,689	4,440	4,279
Porcentaje parcial de varianza explicada		22,499	18,033	17,076	16,456
Porcentaje total de varianza explicada	74,064				
Pruebas de idoneidad:					
Índice KMO:	0,942				
Esfericidad de Bartlett:	4.475,698				
Nivel de significación:	0.000				

Los resultados finales del análisis factorial confirmatorio aplicado a la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza” arroja la existencia de cuatro dimensiones que han sido etiquetadas como “Compromiso con el alivio de la pobreza social y la

desigualdad social” (COMPOBSOCIAL), “Compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación” (COMPOBEMPLEOSOCIAL), “Compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local” (COMPOBAMBIENTAL), “Compromiso con el alivio de la pobreza económica local” (COMPOBECONÓMICA) (véase tabla 3-18).

Tabla 3-18: Ítems definitivos de la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza”

Dimensiones	Código ítem	Ítem
COMPOBSOCIAL	V67	Contribuye a reducir la vulnerabilidad de los pobres (<i>e.g.</i> , proporcionando seguridad financiera)
	V69	Apoya el acceso a la educación y los servicios de salud de los residentes
	V70	Contribuye al empoderamiento de los empleados y los residentes (<i>e.g.</i> , oportunidades de carrera)
	V72	Contribuye a desarrollar capacidades humanas entre los empleados y los residentes (<i>e.g.</i> , educación básica, habilidades para el trabajo)
	V73	Contribuye a reducir las desigualdades sociales (<i>e.g.</i> , en términos de ingreso, género, raza...)
	V74	Distribuye con equidad los ingresos/beneficios entre los grupos de poder (<i>e.g.</i> , accionistas, empleados, comunidad)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	V60	Ofrece condiciones de trabajo decentes (<i>e.g.</i> , condiciones de seguridad y de salud)
	V75	Promueve la diversidad en la mano de obra (en términos de género, raza, edad, religión, origen social)
	V76	Previene la discriminación en la compensación y la promoción de los empleados
COMPOBAMBIENTAL	V77	Contribuye a proteger el medio ambiente
	V78	Tiene prácticas de gestión ambiental para prevenir los efectos negativos sobre el medio ambiente
	V79	Contribuye a los programas de conservación ambiental (<i>e.g.</i> , reforestación, gestión del agua)
	V80	Contribuye a la conservación del patrimonio
	V81	Contribuye a crear entre los residentes una conciencia de conservación del medio ambiente y del patrimonio
COMPOBECONÓMICA	V58	Da prioridad a los residentes locales cuando selecciona empleados
	V61	Ofrece una adecuada seguridad en el puesto de trabajo (<i>e.g.</i> , puestos de trabajo no estacionales)
	V62	Genera importantes ingresos para las comunidades locales (<i>e.g.</i> , ingresos por trabajo, ingresos públicos)
	V63	Tiene fuertes vínculos con los proveedores locales de bienes y servicios

No obstante, y para analizar la validez discriminante de esta escala, se estimó también un nuevo modelo en el que todos los ítems se vinculan a un único factor. Los resultados de este nuevo modelo [$\chi^2(135)=966,688$, $p=0.000$, CFI=0,781, RMSEA=0,16] indican la idoneidad de un modelo multidimensional [$\chi^2(133)=557,491$, $p=0.000$, CFI=0,89, RMSEA=0,10], ya que presenta mejores niveles de significación e índices de ajuste. De

hecho, el análisis de diferencias de chi-cuadrado arroja la existencia de diferencias significativas (Dif. $\chi^2=409,197$, Dif. g.d.l.=2, $p=0.000$). De manera específica, esta escala de compromiso con el alivio de la pobreza ha quedado formada finalmente por 6, 3, 5 y 4 ítems en cada una de las dimensiones anteriormente señaladas y que se muestran en la tabla 3-18.

A pesar de que los resultados de este modelo de medida indican que es estadísticamente significativo [$\chi^2(133)=557,491$, $p=0.000$, CFI=0,89, RMSEA=0,10], es preciso señalar que este estadístico depende del tamaño de la muestra analizada, de ahí la necesidad de analizar otros indicadores de ajuste. A este respecto, los resultados obtenidos muestran como otros indicadores de ajuste global del modelo se encuentran muy próximos a los valores recomendados por la literatura (CFI=0,89, NFI=0,86, TLI=0,86, RMSEA=0,10), por lo que se puede concluir que el modelo especificado reproduce adecuadamente la matriz de covarianzas observada. Este modelo de medida no muestra un ajuste muy satisfactorio, ya que el valor de RMSEA se sitúa por encima del máximo recomendado de 0,09, aunque el valor de CIF se sitúa próximo al valor mínimo recomendado de 0,90 (Mathieu y Taylor, 2006).

Siguiendo a Anderson y Gerbing (1988) y como se observa en la tabla 3-19, el modelo muestra una fiabilidad individual aceptable, ya que la relación existente entre cada ítem y su respectiva dimensión es estadísticamente significativa al presentar valores del estadístico t significativos, y además los pesos de regresión estandarizados son satisfactorios en todos los ítems que conforman la escala, al superar el 0,7 recomendado. En cuanto a las medidas de consistencia interna de cada una de las dimensiones, los valores del indicador de fiabilidad compuesta (FC) alcanzan valores que se posicionan entre 0,837 y 0,940, por lo que podrían considerarse como muy buenos o excelentes. Con relación a la varianza extraída (AVE), los valores obtenidos se sitúan por encima del 0,50. Estos resultados indican que el modelo de medida puede considerarse como válido, aunque sería recomendable replicarlo en otros contextos e incluso ampliar o modificar el contenido de algunas de las dimensiones para elevar ciertos indicadores de ajuste global del modelo. No obstante, y dado el carácter exploratorio de estos análisis, puede afirmarse que la escala relacionada con el compromiso con el alivio de la pobreza es un constructo de naturaleza multidimensional formado por cuatro dimensiones, todas ellas haciendo referencia los tipos básicos de pobreza: económica, social y ambiental.

Tabla 3-19: Análisis factorial confirmatorio de la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza”

Relaciones causales	Estimadores estandarizados	T	P	Consistencia interna
V67 ← COMPOBSOCIAL	0,832			
V69 ← COMPOBSOCIAL	0,756	13,338	0,000	
V70 ← COMPOBSOCIAL	0,883	17,034	0,000	FC = 0,935
V72 ← COMPOBSOCIAL	0,875	16,699	0,000	AVE = 0,75
V73 ← COMPOBSOCIAL	0,833	15,472	0,000	$\alpha = 0,933$
V74 ← COMPOBSOCIAL	0,822	15,060	0,000	
V76 ← COMPOBEMPLEOSOCIAL	0,838			FC = 0,837
V60 ← COMPOBEMPLEOSOCIAL	0,815	16,619	0,000	AVE = 0,75
V75 ← COMPOBEMPLEOSOCIAL	0,744	14,092	0,000	$\alpha = 0,834$
V77 ← COMPOBAMBIENTAL	0,889			
V78 ← COMPOBAMBIENTAL	0,908	22,925	0,000	FC = 0,940
V79 ← COMPOBAMBIENTAL	0,856	19,641	0,000	AVE = 0,81
V80 ← COMPOBAMBIENTAL	0,862	20,028	0,000	$\alpha = 0,936$
V81 ← COMPOBAMBIENTAL	0,819	17,852	0,000	
V58 ← COMPOBECONÓMICA	0,787			
V61 ← COMPOBECONÓMICA	0,833	17,178	0,000	FC = 0,881
V62 ← COMPOBECONÓMICA	0,814	16,426	0,000	AVE = 0,74
V63 ← COMPOBECONÓMICA	0,809	16,078	0,000	$\alpha = 0,879$

3.5.3. Resultados de la actividad empresarial

Al igual que con la escala de RSC voluntaria, se procedió a dimensionalizar y validar la escala utilizada para la medición de los resultados de la actividad empresarial, utilizando para ello el análisis factor confirmatorio. En primer lugar, se consideró oportuno estimar un primer modelo en el que todos los ítems se vinculan a un único factor, obteniéndose resultados [$\chi^2(20)=735,97$, $p=0.000$, CFI=0,60, RMSEA=0,38] que indican la idoneidad de desarrollar un modelo multidimensional. Concretamente, y en línea con los estudios previos a partir de los cuales se desarrolló el instrumento de medición, la escala “resultados de la actividad empresarial” quedó finalmente medida a partir de dos dimensiones que han sido etiquetadas como “resultados financieros”, al incluir indicadores de resultados referidos a cifras de venta, beneficio y rentabilidad sobre la inversión realizada, y “resultados estratégicos”, que se refieren a indicadores de resultados que, si bien a corto plazo podrían no implicar una mejor situación financiera, a medio y largo plazo es de esperar que sí lo hagan, por cuanto que se refieren a la imagen y reputación de la empresa, así como a sus relaciones con los empleadores, proveedores, autoridades locales o la propia comunidad local en general (véase tabla 3-20). Este modelo de medida presenta mejores niveles de significación y ajuste: $\chi^2(19)=83,39$, $p=0.000$, CFI=0,94, RMSEA=0,09. De hecho, el análisis de

diferencias de chi-cuadrado arroja la existencia de diferencias significativas (Dif. $\chi^2=652,58$, Dif. g.d.l.=1, $p=0.000$). Como puede observarse en la tabla 3-20, la escala “resultados de la actividad empresarial” quedó formada finalmente por 3 y 5 ítems en cada una de las dimensiones anteriormente señaladas.

Tabla 3-20: Ítems definitivos de la escala “Resultados de la actividad empresarial”

Dimensiones	Código ítem	Ítem
Resultados financieros	V82	El crecimiento de nuestras ventas ha sido sustancialmente mejor
	V83	El crecimiento de nuestros beneficios ha sido sustancialmente mejor
	V84	Nuestra rentabilidad de la inversión ha sido sustancialmente mejor
Resultados estratégicos	V85	Nuestra imagen/reputación corporativa ha sido sustancialmente mejor
	V86	Nuestra relación con los empleados ha sido sustancialmente mejor
	V87	Nuestra relación con los proveedores y negocios locales ha sido sustancialmente mejor
	V88	Nuestra relación con las autoridades locales ha sido sustancialmente mejor
	V89	Nuestra relación con las comunidades locales ha sido sustancialmente mejor

Los resultados de este modelo de medida indican que se trata de un modelo estadísticamente significativo [$\chi^2(19)=83,39$, $p=0.000$, CFI=0,96, RMSEA=0,09], si bien resulta preciso señalar que este estadístico depende del tamaño de la muestra analizada, motivo por el cual se analizaron otros indicadores de ajuste (véase tabla 3-21). A este respecto, los resultados obtenidos muestran como otros indicadores de ajuste global del modelo (CFI=0.96, NFI=0,95, TLI=0,93, RMSEA=0.09) se encuentran entre los valores recomendados por la literatura o bien están próximos (Mathieu y Taylor, 2006). Considerando los valores de estos indicadores se podría concluir que el modelo de medida especificado muestra un ajuste satisfactorio y reproduce aceptablemente la matriz de covarianza. Así mismo, el modelo muestra una fiabilidad individual aceptable, ya que la relación existente entre cada ítem y su respectiva dimensión es estadísticamente significativa. En este sentido, se estimaron pesos de regresión estandarizados superiores 0,7 en todos los ítems, motivo por el cual se decidió mantener la escala original. Además, los valores del estadístico t también son significativos. En cuanto a las medidas de consistencia interna de cada una de las dimensiones, los valores del indicador de fiabilidad compuesta (FC) alcanzan valores superiores a 0,90 y los de la varianza extraída (AVE) se sitúan por encima del 0.50. Los valores del alfa de Cronbach corroboran los obtenidos en la fiabilidad compuesta: 0,958 para la dimensión sobre resultados financieros y 0,926 en el caso de la dimensión que se refiere a los resultados estratégicos. Por consiguiente, estos valores indican que el

modelo de medida es fiable, con niveles de fiabilidad que podrían considerarse como excelentes.

Tabla 3-21: Análisis factorial confirmatorio de la escala “Resultados de la actividad empresarial”

Relaciones causales	Estimadores estandarizados	T	P	Consistencia interna
V82 ← Resultados financieros	0,903			FC = 0,958
V83 ← Resultados financieros	0,984	28,394	0,000	AVE = 0,92
V84 ← Resultados financieros	0,936	24,867	0,000	$\alpha = 0,958$
V85 ← Resultados estratégicos	0,849			
V86 ← Resultados estratégicos	0,841	16,131	0,000	FC = 0,928
V87 ← Resultados estratégicos	0,897	17,848	0,000	AVE = 0,78
V88 ← Resultados estratégicos	0,760	13,681	0,000	$\alpha = 0,926$
V89 ← Resultados estratégicos	0,865	16,821	0,000	

3.6. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS CONSTRUCTOS Y DIMENSIONES

Antes de proceder al contraste de las hipótesis formuladas en esta tesis doctoral se ha considerado oportuno realizar un análisis descriptivo de los constructos o dimensiones tratadas en esta investigación, al objeto de conocer las valoraciones dadas por los encuestados. Ahora bien, tanto para la realización de este análisis como para el contraste de hipótesis se crearon tantas variables observadas como dimensiones obtenidas en el apartado de validación de medidas. De esta forma, se creó una nueva variable por dimensión a través de una media ponderada de las puntuaciones dadas por los encuestados a los ítems que conforman cada dimensión utilizando como criterio de ponderación los pesos de regresión de cada uno de ellos en los análisis factoriales confirmatorios que fueron presentados previamente. Estas variables han sido etiquetas con el mismo nombre dado a la dimensión.

A continuación, iremos exponiendo los resultados de los análisis descriptivos siguiendo el mismo orden que en la validación de medidas. Concretamente, para cada una de las dimensiones se mostrarán y comentarán los valores de la media y desviación típica, así como las frecuencias relativas de las respuestas agrupadas en torno a tres posibles valores: bajo (valores 1 y 2 en la escala original), medio (valores 3, 4 y 5) y alto (valores 6 y 7).

RSC voluntaria. Los resultados exhibidos en la tabla 3-22 indican que, atendiendo a las opiniones de los encuestados, los establecimientos de alojamiento turístico que participaron en la investigación se caracterizan por una importante actividad de RSC voluntaria, tanto ética como discrecional. No obstante, los valores de la media de las respuestas en una escala de siete puntos sugieren una mayor actividad de RSC ética, que podría considerarse como alta (media= 6,32), en comparación con la actividad de RSC discrecional, que podría calificarse como media (media= 5,50). Así mismo, casi el 80% de los encuestados apuntó un grado de acuerdo alto en cuanto a la RSC ética de su establecimiento, porcentaje que es sólo del 38.05% cuando se preguntó por la RSC discrecional.

Tabla 3-22: Análisis descriptivo de las dimensiones relativas a la RSC voluntaria

DIMENSIONES	Media	DT	BAJO		MEDIO		ALTO	
			N	%	N	%	N	%
RSC ética	6,32	1,13	5	2,18	42	18	182	79,48
RSC discrecional	5,50	1,25	5	2,44	122	60	78	38,05

· *Compromiso con el alivio de la pobreza.* En la tabla 3-23 se muestran los valores de la media y desviación típica, así como las frecuencias relativas de las respuestas agrupadas en torno a tres posibles valores -bajo (1, 2), medio (3, 4, 5) y alto (6, 7)- de las cuatro dimensiones extraídas del análisis factor confirmatorio realizado sobre la escala “Compromiso con el alivio de la pobreza”. En términos generales, atendiendo al grado de acuerdo expresado por los encuestados, se podría decir que los establecimientos de alojamiento que participaron en el estudio tienen un importante compromiso con el alivio de la pobreza en general, ya que los valores de la media de las cuatro dimensiones se sitúan en torno al 6, en una escala de siete puntos en la que se preguntaba por el grado de acuerdo.

Tabla 3-23: Análisis descriptivo de las dimensiones relativas al compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	ETIQUETA	Media	DT	BAJO		MEDIO		ALTO	
				N	%	N	%	N	%
Compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social	COMPOBSOCIAL	5,49	1,36	6	2,91	113	54,85	87	42,23
Compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación	COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,08	1,10	3	2,16	74	53,24	62	44,60
Compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local	COMPOBAMBIENTAL	5,90	1,31	5	3,50	80	55,94	58	40,56
Compromiso con el alivio de la pobreza económica local	COMPOBECONÓMICA	6,02	1,20	4	1,80	70	31,53	148	66,67

No obstante, el compromiso parece ser algo mayor con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación (media= 6,08) y el alivio de la pobreza económica local (media= 6,02). En este sentido, se considera oportuno destacar que el mayor porcentaje de acuerdo alto se corresponde con el compromiso de los establecimientos de alojamiento con el alivio de la pobreza económica local (66,67%), seguido a bastante distancia por el compromiso por la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación (44,60%). Estos resultados sugieren que los establecimientos de alojamiento consideran que su mayor contribución podría ser económica en general, y que su mayor contribución social es a través de la creación de empleos decentes que consideren las necesidades y problemáticas sociales de la zona donde operan.

Las respuestas de los encuestados posicionan al compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local como la tercera dimensión que mayor atención recibe por parte de los establecimientos de alojamiento (media= 5,90), de forma que el 40,56% de los encuestados muestra un grado de acuerdo alto con que su establecimiento realiza actividades en este ámbito. Por último, la dimensión sobre el compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social recibió el menor grado de acuerdo por parte de los encuestados (media= 5,49). De manera específica, el 42,23% de los encuestados indicaron un acuerdo alto con relación a que su establecimiento realiza actividades con estos fines.

· *Resultados de la actividad empresarial.* Con relación a los resultados del negocio de alojamiento turístico, los establecimientos participantes en el estudio parecen haber alcanzado resultados financieros (*i.e.*, crecimiento en las ventas, beneficios y rentabilidad sobre la inversión) similares a los de sus competidores durante los últimos tres años, ya que el valor de la media de las respuestas está ligeramente por encima de 4 (4,72), que se corresponde con el punto intermedio de la escala de siete puntos utilizada en esta investigación. Sin embargo, la media de las respuestas sobre la evolución reciente de los resultados estratégicos (*i.e.*, relativos a la imagen y reputación del establecimiento, así como a su relación con empleados, proveedores, autoridades y comunidades locales) indica que los establecimientos participantes en el estudio han experimentado una mejoría algo mayor en comparación con sus competidores en los últimos tres años (media= 5,72). Más concretamente, el 49,77% de los encuestados muestra un grado de acuerdo alto respecto a dicha mejoría en los resultados estratégicos, porcentaje que se reduce al 28,88% cuando se pregunta por la mejoría de los resultados financieros en los tres últimos años en comparación con sus competidores.

Tabla 3-24: Análisis descriptivo de las dimensiones relativas a los resultados de la actividad empresarial

DIMENSIONES	Media	DT	BAJO		MEDIO		ALTO	
			N	%	N	%	N	%
Resultados financieros	4,72	1,61	23	9,91	142	61,21	67	28,88
Resultados estratégicos	5,72	1,28	6	2,82	101	47,42	106	49,77

3.7. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

3.7.1. Influencia de las características de los establecimientos de alojamiento en la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

Para conocer la influencia de las características de los establecimientos de alojamiento en su actividad de RSC voluntaria (H2) y compromiso con el alivio de la pobreza (H3), y de esta forma dar respuesta a las hipótesis H2 y H3 planteadas en esta investigación, se ha procedido a realizar tests de diferencia de medias, utilizando principalmente el análisis ANOVA de un factor y de manera puntual el test de la *t* para muestras independientes, atendiendo a las características de las variables. Más concretamente y atendiendo a la revisión de la literatura, se ha procedido a analizar la influencia que sobre la actividad de RSC tienen las siguientes características: el tipo de establecimiento (H2a, H3a), el tamaño del establecimiento (H2b, H3b), la vinculación

del establecimiento a una cadena (H2c, H3c), el tipo de propiedad del establecimiento (H2d, H3d), la categoría del alojamiento (H2e, H3e), la localización del establecimiento (H2f, H3f), el tipo de turismo al que se dirige la oferta de alojamiento (H2g, H3g) y la procedencia geográfica de la clientela del establecimiento (H2h, H3h).

· *Tipo de alojamiento.* En la tabla 3-25 se recogen, además de las medias y las desviaciones típicas de las dos dimensiones de RSC voluntaria (*i.e.*, RSC ética y RSC discrecional) y las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza (*i.e.*, COMPOBSOCIAL, COMPOBEMPLEOSOCIAL, COMPOBAMBIENTAL, COMPOBECONÓMICA) según el tipo de alojamiento, los valores de F y su nivel de significación. El análisis ANOVA realizado indica que la RSC discrecional varía en función el tipo de alojamiento ($F= 2,430$, $p= 0.05$), por lo que la hipótesis H2a podría aceptarse. A grandes rasgos, podría decirse que los establecimientos tipo camping, en comparación con los hoteles, las casas de huéspedes y los tipo *lodge*, muestran una menor RSC eficaz. Por su parte, los establecimientos tipo *lodge*, que por lo general incluyen villas de nivel superior, parecen hacer un mayor esfuerzo en actividades de RSC discrecional, seguidas de las casas de huéspedes y los hoteles. En el extremo opuesto se sitúan las tipologías calificadas como “otro”, que en su mayoría se corresponden con apartamentos y residencias, ya que el valor de la media de las respuestas es el más bajo.

Tabla 3-25: Influencia del tipo de establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Hotel	Casa de huéspedes	Camping	Lodge	Otro	F (p)
RSC ética	6,35 (1,06)	6,16 (1,37)	6,00 (1,66)	6,71 (0,60)	5,88 (1,57)	1,611 (0,172)
RSC discrecional	5,55 (1,20)	5,60 (1,41)	5,04 (1,54)	5,79 (1,06)	4,62 (1,42)	2,430 (0,049)
COMPOBSOCIAL	5,67 (1,27)	5,08 (1,50)	5,13 (1,83)	5,54 (1,36)	4,52 (1,53)	2,890 (0,023)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,12 (1,11)	6,09 (1,11)	5,46 (1,52)	6,28 (0,86)	5,64 (0,90)	1,656 (0,161)
COMPOBAMBIENTAL	5,87 (1,28)	5,95 (1,29)	5,71 (1,89)	6,25 (1,26)	5,65 (1,44)	0,596 (0,666)
COMPOBECONÓMICA	6,04 (1,22)	6,-14 (0,90)	5,87 (1,62)	6,36 (0,87)	5,20 (1,41)	2,261 (0,064)

Con relación al compromiso con el alivio de la pobreza, la única dimensión que se ve afectada por el tipo de alojamiento es la denominada “COMPOBECONÓMICA” -*i.e.*, compromiso con el alivio de la pobreza económica local- ($F= 2,261$, $p= 0,064$) (véase

tabla 3-25), lo que conduce a aceptar la hipótesis H3a, referente a la influencia del tipo de alojamiento en el compromiso con el alivio de la pobreza. De manera similar que con la RSC discrecional, son los establecimientos tipo *lodge* los que afirman tener un mayor compromiso con la creación de empleos estables para los residentes, la relación con los proveedores locales y la generación de ingresos para la comunidad. Estos establecimientos son seguidos por las casas de huéspedes y los hoteles, siendo los campings y las restantes categorías de alojamiento (e.g., residencias, apartamentos) los que parecen tener un menor compromiso con esta dimensión de la pobreza.

· *Tamaño del establecimiento.* Al igual que para el género, en la tabla 3-26 se recogen las medias y las desviaciones típicas de las dos dimensiones de RSC y las cuatro sobre el compromiso con el alivio de la pobreza, para cada tramo de número de empleados que fueron considerados para medir el tamaño del establecimiento de alojamiento. El análisis ANOVA realizado indica que el tamaño influye en las dos dimensiones de RSC voluntaria analizadas: RSC ética ($F= 3,101$, $p= 0,028$) y RSC discrecional ($F = 2,997$, $p= 0,032$), motivo por el cual se acepta la hipótesis H2b. En términos generales, se observa que a medida que aumenta el tamaño del establecimiento de alojamiento, mayor es su RSC ética y discrecional.

Tabla 3-26: Influencia del tamaño del establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	< 20 empleados	20-49 empleados	50-199 empleados	200 o más empleados	F (p)
RSC ética	6,06 (1,33)	6,41 (1,02)	6,42 (1,10)	6,69 (0,40)	3,101 (0,028)
RSC discrecional	5,26 (1,39)	5,49 (1,20)	5,61 (1,15)	6,00 (0,91)	2,997 (0,032)
COMPOBSOCIAL	5,07 (1,46)	5,73 (1,37)	5,69 (1,24)	5,86 (1,06)	4,366 (0,005)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	5,82 (1,27)	6,21 (0,99)	6,23 (1,04)	6,34 (0,66)	2,904 (0,036)
COMPOBAMBIENTAL	5,71 (1,39)	6,06 (1,35)	5,93 (1,23)	6,08 (1,18)	1,036 (0,378)
COMPOBECONÓMICA	5,67 (1,40)	6,22 (1,14)	6,21 (1,00)	6,36 (0,71)	4,330 (0,005)

En lo que se refiere al efecto del tamaño del establecimiento sobre el compromiso con el alivio de la pobreza, el análisis de los resultados mostrados en la tabla 3-26 indica que tres de las cuatro dimensiones consideradas se ven afectadas: COMPOBSOCIAL ($F= 4,366$, $p= 0,005$), COMPOBEMPLEOSOCIAL ($F= 2,904$, $p= 0,036$) y COMPOBECONÓMICA

($F= 4,330$, $p= 0,005$). Por tal motivo, se decide aceptar la hipótesis H3b que fue planteada en esta investigación. Al igual que con la RSC, los valores de la media mostrados en la tabla 3-26 sugieren que, en términos generales, el compromiso con el alivio de la pobreza aumenta a medida que también lo hace el tamaño del establecimiento de alojamiento.

Vinculación a una cadena. Con la finalidad de evaluar las posibles diferencias en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza, entre establecimientos que forman parte de una cadena internacional, aquellos que están vinculados a una cadena nacional/local y los establecimientos independientes, se procedió a acometer análisis ANOVA de un factor para las dos dimensiones de RSC y las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Los resultados de estos análisis, que son exhibidos en la tabla 3-27, indican que la vinculación a una cadena no influye de manera significativa en ninguna de las seis dimensiones consideradas, ya que se alcanzaron valores de F no significativos, con valores de p superiores a 0,2. Atendiendo a los resultados obtenidos en estos análisis, las hipótesis H2c y H3c no recibieron apoyo y, en consecuencia, quedan rechazadas.

Tabla 3-27: Influencia de la vinculación a una cadena en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Cadena internacional	Cadena nacional/local	Establecimiento independiente	F (p)
RSC ética	6,34 (0,99)	6,56 (0,86)	6,24 (1,23)	1,211 (0,300)
RSC discrecional	5,60 (1,14)	5,59 (1,30)	5,45 (1,27)	0,350 (0,705)
COMPOBSOCIAL	5,60 (1,12)	5,73 (1,35)	5,40 (1,44)	0,963 (0,383)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	5,99 (1,02)	6,38 (1,11)	6,04 (1,11)	1,608 (0,203)
COMPOBAMBIENTAL	5,79 (1,56)	6,06 (1,48)	5,89 (1,31)	0,429 (0,652)
COMPOBECONÓMICA	5,94 (1,05)	6,34 (1,09)	5,97 (1,26)	1,496 (0,226)

No obstante, también se evaluaron las posibles diferencias en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza entre alojamientos que forman parte de una cadena, pero a través de vínculos distintos: 1) la propiedad total o parcial del establecimiento por parte de la cadena, 2) la vinculación del establecimiento a una cadena través de un contrato de administración y 3) la existencia de un contrato de

franquicia entre el establecimiento y la cadena. Los resultados de los análisis ANOVA para un factor que fueron efectuados en este sentido y que se recogen en la tabla 3-28, indican que el tipo de vinculación a una cadena tampoco influye en ninguna de las dos dimensiones de la actividad de RSC y de las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Concretamente, los valores de F no fueron significativos, ya que se alcanzaron niveles de confianza p superiores a 0,15. Estos resultados también conducen a rechazar las hipótesis H2c y H3c, por cuanto que el tipo de vinculación a una cadena no influye significativamente a las dos dimensiones de RSC y las cuatro sobre el compromiso con el alivio de la pobreza.

Tabla 3-28: Influencia del tipo de vinculación a una cadena en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Propiedad total/parcial	Contrato administración	Contrato de franquicia	F (p)
RSC ética	6,32 (1,08)	6,53 (0,85)	6,42 (0,80)	0,40 (0,672)
RSC discrecional	5,74 (1,25)	5,43 (1,17)	5,39 (1,34)	0,589 (0,558)
COMPOBSOCIAL	5,65 (1,34)	5,72 (1,15)	5,32 (1,19)	0,399 (0,673)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,11 (1,20)	6,22 (1,00)	6,00 (1,04)	0,153 (0,858)
COMPOBAMBIENTAL	5,99 (1,30)	5,80 (1,38)	5,31 (1,34)	0,958 (0,388)
COMPOBECONÓMICA	6,06 (1,23)	6,18 (0,96)	5,92 (1,12)	0,216 (0,806)

· *Tipo de propiedad del establecimiento.* Con la intención de evaluar las hipótesis H2d y H3d, que planteaban una posible influencia del tipo de propiedad del establecimiento en las dos dimensiones de la RSC y las cuatro del compromiso con el alivio de la pobreza, respectivamente, también se procedió a realizar análisis ANOVA para un factor cuyas posibles categorías eran: 1) propiedad extranjera, 2) propiedad nacional, 3) propiedad comunitaria (*i.e.*, organización basada en la comunidad), 4) propiedad pública (*i.e.*, propiedad del Gobierno). Los resultados de estos análisis, que son mostrados en la tabla 3-29, indican que la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza no varían significativamente entre establecimientos de alojamiento con distinto tipo de propiedad. Concretamente, los valores de F no resultaron significativos en los seis análisis ANOVA efectuados, siendo los niveles de confianza p superiores a 0,2. Considerando estos resultados, se puede afirmar que las hipótesis H2d y H3d no recibieron apoyo y, por consiguiente, deben ser rechazadas.

Tabla 3-29: Influencia del tipo de propiedad en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Propiedad extranjera	Propiedad nacional	Propiedad comunitaria	Propiedad pública	F (p)
RSC ética	6,22 (0,96)	6,28 (1,23)	5,93 (1,72)	6,10 (1,36)	0,331 (0,803)
RSC discrecional	5,61 (0,96)	5,32 (1,41)	5,45 (1,45)	5,45 (1,39)	0,373 (0,773)
COMPOBSOCIAL	5,59 (1,28)	5,35 (1,49)	5,65 (1,10)	5,64 (1,01)	0,385 (0,764)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,04 (1,00)	5,93 (1,28)	5,92 (1,11)	5,70 (1,33)	0,191 (0,902)
COMPOBAMBIENTAL	6,04 (1,13)	5,68 (1,53)	6,42 (0,74)	5,40 (1,26)	1,464 (0,227)
COMPOBECONÓMICA	6,01 (0,99)	5,85 (1,45)	6,51 (0,62)	5,49 (1,22)	1,254 (0,292)

· *Categoría del alojamiento.* Con la finalidad de evaluar la hipótesis H2e, que planteaba una posible influencia de la categoría del alojamiento sobre la actividad de RSC, así como la hipótesis H3e, sobre una posible asociación entre la categoría del establecimiento y el compromiso con el alivio de la pobreza, se realizaron seis análisis ANOVA, dos para la RSC ética y discrecional, y cuatro para las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Los resultados del análisis ANOVA, recogidos en la tabla 3-30, indican que la categoría del establecimiento influye en la RSC discrecional ($F= 4,097$, $p= 0,003$), de forma que los establecimientos considerados de “lujo” muestran un mayor nivel de actividad de RSC ($M= 5,93$, $DT= 0,93$) y los de precios bajos calificados de “presupuesto” alcanzan el menor nivel ($M= 4,99$, $DT= 1,50$). Por tanto, y dado que la categoría del establecimiento influye en una de las dos dimensiones de la RSC, se ha decidido aceptar la hipótesis H2e.

Tabla 3-30: Influencia de la categoría del establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Lujo	Categoría superior	Precio medio	Presupuesto Económico		F (p)
RSC ética	6,52 (0,79)	6,21 (1,18)	6,37 (1,20)	6,16 (1,32)	6,08 (0,97)	0,865 (0,486)
RSC discrecional	5,93 (0,93)	5,22 (1,19)	5,66 (1,26)	4,99 (1,50)	5,34 (1,27)	4,097 (0,003)
COMPOBSOCIAL	5,81 (1,23)	5,17 (1,25)	5,64 (1,30)	5,27 (1,62)	5,11 (1,87)	2,028 (0,092)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,35 (0,81)	5,88 (1,10)	6,12 (1,11)	5,88 (1,37)	6,15 (1,19)	1,588 (0,179)
COMPOBAMBIENTAL	6,34 (0,75)	5,42 (1,40)	6,14 (1,18)	5,55 (1,70)	5,50 (1,53)	5,044 (0,001)
COMPOBECONÓMICA	6,23 (0,88)	5,83 (1,35)	6,13 (1,20)	5,78 (1,43)	6,10 (0,65)	1,243 (0,294)

En lo que se refiere a la influencia de la categoría del establecimiento sobre las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, los resultados de los análisis ANOVA para un factor revelan la existencia de un efecto positivo que es significativo sobre el compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local (COMPOBAMBIENTAL), y el compromiso con el alivio de la pobreza social y la desigualdad social” (COMPOBSOCIAL). De manera específica, los establecimientos considerados de “lujo” apuntan un mayor compromiso con ambas dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, alcanzándose los siguientes valores de media y desviación típica: $M= 6,34$ ($DT= 0,75$) en el caso de COMPOBAMBIENTAL y $M= 5,81$ ($DT= 1,23$) cuando se trata de COMPOBSOCIAL. Además, parece que las categorías de alojamiento de nivel más bajo exhiben un menor compromiso con estas dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Considerando estos resultados, se ha decidió aceptar la hipótesis H3e.

- *Localización del establecimiento.* Al igual que con las hipótesis anteriores, se procedió a realizar análisis ANOVA de un factor para valorar las hipótesis H2f, que planteaba una posible asociación entre la localización del alojamiento y la actividad de RSC, y la hipótesis H3f, referente a una posible influencia de la localización del alojamiento en el compromiso con el alivio de la pobreza. Tal y como se indicó en el capítulo de metodología, se utilizaron dos mediciones de la localización del establecimiento: el país en el que está ubicado y el tipo de zona turística en el que desarrolla su actividad (*i.e.*, rural, costera, urbana o suburbana).

En la tabla 3-31 se exhiben los resultados generados por los análisis ANOVA efectuados sobre la variable país. Estos resultados conducen a afirmar las hipótesis H2f, por cuanto que el país influye significativamente en las dos dimensiones de RSC: RSC ética ($F= 4,947$, $p= 0,001$) y RSC discrecional ($F= 3,343$, $p= 0,011$). De manera específica, parece que los establecimientos en Sudáfrica y Tanzania exhiben una mayor RSC ética ($M= 6,61$ y $M= 6,47$, respectivamente), siendo los establecimientos localizados en Cabo Verde y Kenia los que alcanza valores más bajos en la media de las respuestas ($M=5,56$ y $M= 6,18$, respectivamente). Los resultados alcanzados sobre la RSC discrecional van en la misma línea, ya que los establecimientos ubicados en Sudáfrica y Tanzania también alcanzan los valores medios más elevados en la actividad de RSC discrecional ($M= 5,72$ y $M= 5,63$, respectivamente), siendo nuevamente los establecimientos de Cabo Verde y Kenia los que se posicionan con las medias más bajas ($M= 4,72$ y $M= 5,49$, respectivamente).

Tabla 3-31: Influencia del país de localización del establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Sudáfrica	Cabo Verde	Kenia	Tanzania	Otro	F (p)
RSC ética	6,61 (0,65)	5,56 (1,51)	6,18 (1,36)	6,47 (0,98)	6,52 (0,68)	4,947 (0,001)
RSC discrecional	5,72 (0,89)	4,72 (1,41)	5,49 (1,41)	5,63 (1,12)	5,64 (1,24)	3,343 (0,011)
COMPOBSOCIAL	5,42 (1,19)	4,68 (1,67)	5,56 (1,52)	6,28 (0,80)	5,50 (1,08)	4,048 (0,003)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,33 (0,76)	5,37 (1,46)	6,01 (1,23)	6,33 (0,99)	6,12 (0,89)	4,050 (0,003)
COMPOBAMBIENTAL	5,93 (1,11)	4,94 (1,69)	6,13 (1,28)	6,40 (0,99)	5,65 (1,29)	5,183 (0,001)
COMPOBECONÓMICA	6,28 (0,77)	5,03 (1,60)	6,04 (1,32)	6,34 (1,02)	6,03 (0,94)	6,174 (0,000)

Los resultados exhibidos en la tabla 3-31 también conducen a aceptar la hipótesis H3f, sobre la posible influencia del país de localización en el compromiso con el alivio de la pobreza de los establecimientos de alojamiento. Específicamente, los valores de F son significativos para las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: COMPOBSOCIAL ($F= 4,048$, $p= 0,003$), COMPOBEMPLEOSOCIAL ($F= 4,050$, $p= 0,003$), COMPOBAMBIENTAL ($F= 5,183$, $p= 0,001$) y COMPOBECONÓMICA ($F= 6,174$, $p= 0,000$). En este caso, son los establecimientos en Tanzania los alcanzan mayores valores en la media de las respuestas referentes al compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social ($M= 6,28$), la creación de empleo

decente que promueva la diversificación y evite la discriminación ($M= 6,33$), el medio ambiente y el patrimonio local ($M= 6,40$) y el alivio de la pobreza económica local ($M= 6,34$). A continuación se posicionan los establecimientos ubicados en Sudáfrica ($M= 5,42$, $M= 6,33$, $M= 5,93$, $M= 6,28$, respectivamente) y Kenia ($M= 5,56$, $M= 6,01$, $M= 6,13$, $M= 6,04$, respectivamente), siendo nuevamente los establecimientos ubicados en Cabo Verde los que muestran las medias más bajas ($M= 4,68$, $M= 5,37$, $M= 4,94$, $M= 5,03$, respectivamente).

Atendiendo a los resultados obtenidos en los análisis ANOVA de un factor, aplicados para el tipo de zona turística en la que se localiza el establecimiento de alojamiento (*i.e.*, zona rural, costera, urbana o suburbana), no se podría aceptar la hipótesis H2f, sobre la influencia de la localización en la actividad de RSC, ya que los valores de F no son significativos para la RSC ética y la RSC discrecional (véase tabla 3-32). Sin embargo, dado que sí se generaron evidencias relativas a la influencia significativa del país en la actividad de RSC del alojamiento, en esta investigación se ha decidido aceptar dicha hipótesis.

Tabla 3-32: Influencia del tipo de zona turística en la que está localizado el establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Zona rural	Zona costera	Zona urbana	Zona suburbana	F (p)
RSC ética	6,52 (0,85)	6,10 (1,32)	6,27 (1,19)	6,21 (1,31)	1,806 (0,147)
RSC discrecional	5,74 (1,01)	5,39 (1,37)	5,27 (1,41)	5,46 (1,26)	1,857 (0,138)
COMPOBSOCIAL	5,83 (1,19)	5,23 (1,55)	5,42 (1,32)	5,09 (1,40)	3,153 (0,026)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,32 (0,90)	5,82 (1,39)	6,03 (1,03)	5,99 (0,97)	2,638 (0,050)
COMPOBAMBIENTAL	6,35 (0,98)	5,71 (1,46)	5,49 (1,39)	5,69 (1,34)	6,175 (0,000)
COMPOBECONÓMICA	6,32 (1,00)	5,85 (1,33)	5,78 (1,38)	5,95 (0,86)	3,049 (0,030)

Tal y como se desprende de la tabla 3-32, el tipo de zona turística en la que se localiza el establecimiento influye significativamente en los niveles medios de las cuatro dimensiones evaluadas del compromiso con el alivio de la pobreza: COMPOBSOCIAL ($F= 3,153$, $p= 0,026$), COMPOBEMPLEOSOCIAL ($F= 2,638$, $p= 0,050$), COMPOBAMBIENTAL ($F= 6,175$, $p= 0,000$) y COMPOBECONÓMICA ($F= 3,049$, $p= 0,030$). En términos generales, son los establecimientos ubicados en zonas rurales los que muestran mayores valores medios en las cuatro dimensiones relativas al compromiso con el alivio de la pobreza

($M= 5,83$, $M= 6,32$, $M= 6,35$, $M= 6,32$, respectivamente). Ello podría estar motivado por ser las zonas rurales las que suelen mostrar mayores tasas de pobreza en términos globales. Considerando estos resultados, se decide aceptar la hipótesis H3f por cuanto que el compromiso con el alivio de la pobreza se ve afectado no sólo por el país de localización del establecimiento, sino también por el tipo de zona turística en el que éste desarrolla su actividad empresarial.

· *Tipo de turismo al que se dirige la oferta.* Con la finalidad de valorar la posible influencia del tipo de turismo que ofrece el alojamiento sobre la RSC (H2g) y el compromiso con el alivio de la pobreza (H3g) se acometieron análisis ANOVA para un factor para las dos dimensiones de RSC y las cuatro del compromiso con el alivio de la pobreza. De dichos análisis fueron excluidas las motivaciones de turismo deportivo y turismo de salud y *wellness*, por cuanto que estas motivaciones turísticas fueron elegidas únicamente por dos alojamientos. Los resultados, que son mostrados en la tabla 3-33, indican que el tipo de turismo no influye de manera significativa en ninguna de las dos dimensiones de la RSC (e.g., los valores de p son superiores a 0,5), motivo por el cual se ha decidido rechazar la hipótesis H2g.

Tabla 3-33: Influencia del tipo de turismo en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Safari	Wildlife	Ecoturismo	Montaña	Otro rural	Cultural	Costero	Negocio y reuniones	F (p)
RSC ética	6,58 (0,70)	6,54 (0,77)	6,11 (1,68)	6,00 (1,51)	6,33 (0,91)	6,42 (0,72)	6,12 (1,38)	6,29 (1,15)	0,868 (0,533)
RSC discrecional	5,65 (1,22)	5,73 (0,81)	5,69 (1,47)	5,08 (1,46)	5,18 (1,17)	5,59 (1,20)	5,44 (1,54)	5,40 (1,18)	0,663 (0,703)
COMPOBSOCIAL	5,84 (1,13)	5,75 (1,08)	5,71 (1,63)	5,56 (1,29)	4,95 (1,37)	5,93 (0,92)	5,06 (1,77)	5,22 (1,31)	1,861 (0,078)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,16 (1,03)	6,23 (0,79)	6,02 (1,28)	6,02 (1,09)	6,01 (1,06)	6,33 (0,77)	6,03 (1,44)	5,92 (1,14)	0,464 (0,860)
COMPOBAMBIENTAL	6,20 (1,08)	6,51 (0,60)	6,27 (1,62)	6,18 (0,92)	5,39 (0,84)	5,83 (1,38)	5,91 (1,49)	5,36 (1,38)	3,209 (0,003)
COMPOBECONÓMICA	6,32 (0,77)	6,28 (0,79)	6,27 (1,43)	5,55 (1,48)	5,91 (1,49)	6,12 (0,83)	5,95 (1,46)	5,75 (1,31)	1,372 (0,219)

Con relación a la influencia del tipo de turismo en el compromiso con el alivio de la pobreza, dos dimensiones resultaron verse afectadas de manera significativa: COMPOBSOCIAL ($F= 1,861$, $p= 0,078$) y COMPOBAMBIENTAL ($F= 3,209$, $p= 0,003$). El análisis de los valores de la media de las respuestas sugiere que los alojamientos de turismo costero y turismo de negocio y reuniones muestran un menor compromiso con

el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social ($M= 5,06$ y $M= 5,22$, respectivamente). Así mismo, se observa que los alojamientos de turismo de negocio y reuniones muestran el menor compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local, quizás debido a que el motivo principal del viaje de los turistas de negocio y reuniones no está vinculado directamente al atractivo del medio ambiente y del patrimonio local, sino la posibilidad de realizar viajes de negocio o participar en reuniones en instalaciones preparadas para ello, como palacios de congresos o similares ($M= 5,36$). Los alojamientos dirigidos a las restantes motivaciones turísticas muestran un mayor compromiso con esta dimensión del compromiso con la pobreza, destacando especialmente los alojamientos de turismo de vida salvaje o *wildlife* ($M= 6,51$), ecoturismo ($M= 6,27$), tal y como era de esperar, y turismo de safari ($M= 6,20$). Considerando los resultados antes descritos, en esta investigación se ha decidido aceptar la hipótesis H3g.

- *Procedencia geográfica de la clientela.* En la tabla 3-34 se muestran los valores de la media y desviación típica de las respuestas de los encuestados relativas a las dos dimensiones de la RSC y las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, para tres submuestras diferentes: 1) alojamientos que principalmente reciben turistas domésticos o nacionales, 2) aquellos que reciben mayoritariamente turistas internacionales y 3) los que reciben proporciones similares de ambos tipos de turistas. También se muestran los valores F y p generados por los análisis ANOVA que fueron efectuados para identificar posibles diferencias significativas entre dichas submuestras en lo que se refiere a su actividad de RSC (hipótesis H2h) y su compromiso con el alivio de la pobreza (hipótesis H3h). Dado que los valores F no son significativos para ninguna de las dos dimensiones de RSC (e.g., los valores p son superiores a 0,6 en los casos de RSC ética y RSC discrecional), se ha decidido rechazar la hipótesis H2h.
- En lo que se refiere a la influencia del tipo de clientela del alojamiento en función de procedencia geográfica en el compromiso con el alivio de la pobreza, de los resultados exhibidos en la tabla 3-34 se desprende la existencia de un efecto ligeramente significativo sobre el compromiso con el alivio de la pobreza ($F= 2,515$, $p= 0,083$). De manera específica, parece que los establecimientos de alojamiento que acogen mayoritariamente clientes domésticos y que combinan los clientes domésticos con los internacionales muestran un mayor compromiso con el alivio de la pobreza ($M= 6,04$, $M= 6,00$, respectivamente) que aquellos alojamientos que reciben principalmente turistas internacionales ($M= 5,52$). Ello podría explicarse por las mayores exigencias de

los turistas domésticos por la conservación del medio ambiente y patrimonio local. Aunque no se observan diferencias significativas en las restantes tres dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, se ha decidido aceptar la hipótesis H3h.

Tabla 3-34: Influencia de la procedencia geográfica de los turistas en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Turistas domésticos	Turistas internacionales	Ambos	F (p)
RSC ética	6,38 (0,74)	6,21 (1,05)	6,34 (1,18)	0,257 (0,774)
RSC discrecional	5,57 (0,87)	5,36 (1,08)	5,54 (1,33)	0,378 (0,685)
COMPOBSOCIAL	5,47 (1,39)	5,14 (1,45)	5,61 (1,33)	2,092 (0,126)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,27 (0,90)	5,85 (1,13)	6,14 (1,10)	1,441 (0,239)
COMPOBAMBIENTAL	6,04 (1,25)	5,52 (1,34)	6,00 (1,29)	2,515 (0,083)
COMPOBECONÓMICA	5,84 (1,39)	5,80 (1,16)	6,11 (1,19)	1,438 (0,240)

3.7.2. Influencia del entorno de los establecimientos de alojamiento en la RSC y el compromiso con el alivio con la pobreza

En este epígrafe se evalúan las hipótesis que plantean una posible influencia de las siguientes condiciones del entorno de los establecimientos de alojamiento turístico sobre su actividad de RSC y su compromiso con el alivio de la pobreza: 1) el nivel de pobreza de la zona en la que está ubicado el establecimiento (la hipótesis H4 plantea que influye en la RSC y la hipótesis H5 que lo hace en el compromiso con el alivio de la pobreza), 2) la transferencia de conocimiento con otras organizaciones de su entorno (H6 y H7, respectivamente) y 3) la regulación nacional relacionada con la RSC de las empresas (H8 y H9, respectivamente). En este sentido, a continuación se presentan y comentan los resultados obtenidos en los tests de diferencias de medias consistentes mayoritariamente en análisis ANOVA para un factor y, de manera puntual, en la realización de tests de la *t* para muestras independientes.

- *Nivel de pobreza de la zona en la que se localiza el establecimiento.* De los resultados mostrados en la tabla 3-35 se desprende que el nivel de pobreza en la zona en la que está ubicado el establecimiento influye en una de las dos dimensiones de la RSC: la RSC discrecional ($t= 1,712$, $p= 0,088$). De manera específica, los resultados indican que

cuando la pobreza es alta o moderadamente alta, en comparación con un nivel pobreza muy bajo o moderadamente bajo, los establecimientos de alojamiento turístico acometen una mayor actividad discrecional ($M= 5,64$ y $M= 5,36$, respectivamente). Aunque el valor p indica que no es muy fuerte el nivel de significación, se ha decidido aceptar la hipótesis H4.

Tabla 3-35: Influencia del nivel de pobreza en la zona donde está ubicado el establecimiento en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	Pobreza alta o moderadamente alta	Pobreza moderadamente baja o muy baja	t (p)
RSC ética	6,40 (0,98)	6,23 (1,25)	1,141 (0,255)
RSC discrecional	5,64 (1,18)	5,36 (1,30)	1,712 (0,088)
COMPOBSOCIAL	5,65 (1,32)	5,32 (1,39)	1,767 (0,079)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,19 (0,99)	5,96 (1,19)	1,509 (0,133)
COMPOBAMBIENTAL	6,03 (1,27)	5,76 (1,33)	1,544 (0,124)
COMPOBECONÓMICA	6,14 (1,10)	5,90 (1,28)	1,505 (0,134)

En lo que se refiere a la posible influencia del nivel de pobreza en la zona próxima al alojamiento sobre el compromiso de éste con el alivio de la pobreza, los resultados obtenidos indican un efecto significativo únicamente para una de las cuatro dimensiones que fueron consideradas: COMPOBSOCIAL ($t= 1,767$, $p= 0,079$). Concretamente, los valores de la media revelan que el compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social es mayor cuando el nivel de pobreza es calificado como alta o moderadamente alta ($M= 5,65$), en comparación en cuando es percibida como moderadamente baja o muy baja ($M= 5,32$). Por tal motivo, en esta investigación se ha decidido aceptar la hipótesis H5.

· *Transferencia de conocimiento con otras organizaciones.* Con la finalidad de evaluar la posible influencia de compartir conocimiento con otras organizaciones en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza, en primer lugar se procedió a crear una nueva variable global sobre transferencia de conocimiento consistente en el cálculo de la media de las respuestas a los 16 ítems utilizados para preguntar un número equivalente de agentes (*i.e.*, creadores de conocimiento

externos -universidades, centros de investigación y desarrollo...-, representantes de las comunidades locales, representantes de agencias gubernamentales de turismo, representantes de agencias gubernamentales de medio ambiente, representantes de agencias gubernamentales sociales, proveedores, canales de distribución -turoperadores, agencias de viaje...-, clientes, empleados, representantes de los trabajadores, otros establecimientos de alojamiento turístico, otras empresas del sector turístico, empresas de otros sectores económicos, organizaciones no gubernamentales, agencias internacionales de desarrollo. A continuación se procedió a realizar análisis ANOVA para un factor (*i.e.*, la nueva variable creada) con la finalidad de evaluar la influencia de esta variable sobre las dos dimensiones de la RSC y las cuatro del compromiso con el alivio de la pobreza. La tabla 3-36 exhibe los valores F y p obtenidos en dichos análisis, así como la media y la desviación típica de cada submuestra.

Tabla 3-36: Influencia de la transferencia de conocimiento con otras organizaciones en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	BAJO	MEDIO	ALTO	F (p)
RSC ética	2,76 (2,07)	5,88 (1,35)	6,65 (0,62)	56,229 (0,000)
RSC discrecional	2,04 (1,07)	4,85 (1,22)	5,91 (0,92)	54,789 (0,000)
COMPOBSOCIAL	1,88 (0,88)	4,50 (1,20)	6,05 (0,88)	84,012 (0,000)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	2,76 (1,55)	5,69 (1,05)	6,46 (0,64)	68,133 (0,000)
COMPOBAMBIENTAL	2,03 (1,04)	5,19 (1,34)	6,40 (0,78)	76,753 (0,000)
COMPOBECONÓMICA	2,66 (1,58)	5,45 (1,27)	6,45 (0,69)	62,159 (0,000)

De los datos mostrados en la tabla 3-36 se extrae que la transferencia de conocimiento con otras organizaciones influye de manera significativa en las dos dimensiones de la RSC: la RSC ética ($F= 56,229$, $p= 0,000$) y la RSC discrecional ($F= 54,789$, $p= 0,000$). Atendiendo a los valores de la media de las respuestas relativas a la RSC se observa que a medida que aumenta la transferencia de conocimiento también se incrementa la actividad de RSC ética ($M= 2,76$ cuando la transferencia es baja, $M= 5,88$ cuando es media y $M= 6,65$ cuando es alta) y la actividad de RSC discrecional ($M= 2,04$, $M= 4,85$ y $M= 5,91$, respectivamente). Por consiguiente, en esta investigación se ha decidido aceptar la hipótesis H6.

En lo que se refiere al compromiso con el alivio de la pobreza, los resultados generados por los análisis ANOVA indican que la transferencia de conocimiento influye de manera significativa en las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: COMPOBSOCIAL ($F= 84,012$, $p= 0,000$), COMPOBEMPLEOSOCIAL ($F= 68,133$, $p= 0,000$), COMPOBAMBIENTAL ($F= 76,753$, $p= 0,000$), COMPOBECONÓMICA ($F= 62,159$, $p= 0,000$). Al igual que con la actividad de RSC, el nivel de compromiso con cada una de estas cuatro dimensiones aumenta a medida que se incrementa la transferencia de conocimiento. En este sentido y a modo de ejemplo, la media de las respuestas a los ítems que conforman el compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social (COMPOBSOCIAL) evoluciona desde 1,88 cuando la transferencia de conocimiento es baja, hasta 6,05 cuando la transferencia de conocimiento es alta, pasando por 4,05 cuando la transferencia es media. Esta evolución también es evidente en el caso de las restantes dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación ($M= 2,76$ cuando la transferencia es baja, $M= 5,69$ cuando es media y $M= 6,46$ cuando es alta), compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local ($M= 2,03$, $M= 5,19$ y $M= 6,40$, respectivamente), y compromiso con el alivio de la pobreza económica local ($M= 2,66$, $M= 5,45$ y $M= 6,45$, respectivamente). Considerando los resultados antes descritos, en esta investigación se ha decidido aceptar la hipótesis H7.

· *Regulación nacional sobre RSC.* Con la finalidad de evaluar la influencia de la regulación nacional sobre RSC en la actividad de RSC de los establecimientos de alojamiento y su compromiso con el alivio de la pobreza, se acometieron análisis ANOVA para un único factor para las dos dimensiones de RSC y las cuatro de compromiso con el alivio de la pobreza (véase tabla 3-37). Por una parte, los valores de F indican que, al igual que con el nivel de pobreza en la zona en la que se localiza el establecimiento, la regulación nacional influye en una de las dos dimensiones de RSC: la RSC discrecional ($F= 3,580$, $p= 0,030$). Concretamente, los valores de la media apuntan que la actividad de RSC discrecional es mayor a medida que aumenta el nivel de regulación nacional relacionada con la RSC ($M= 5,25$ cuando el nivel de regulación es bajo, $M= 5,47$ cuando es medio y $M= 5,82$ cuando es alto). Por tal motivo, se ha decidido aceptar la hipótesis H8.

Tabla 3-37: Influencia de la regulación nacional sobre RSC en la actividad de RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza

DIMENSIONES	BAJO	MEDIO	ALTO	F (p)
RSC ética	6,24 (1,16)	6,24 (1,18)	6,49 (1,02)	1,227 (0,295)
RSC discrecional	5,25 (1,37)	5,47 (1,21)	5,82 (1,12)	3,580 (0,030)
COMPOBSOCIAL	5,18 (1,61)	5,54 (1,18)	5,77 (1,27)	3,098 (0,047)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	6,09 (1,20)	6,01 (1,05)	6,16 (1,06)	0,384 (0,681)
COMPOBAMBIENTAL	5,71 (1,54)	5,89 (1,16)	6,11 (1,24)	1,542 (0,216)
COMPOBECONÓMICA	5,84 (1,40)	6,04 (1,02)	6,20 (1,19)	1,497 (0,226)

En lo que respecta a la posible influencia de la regulación nacional relativa a la RSC sobre el compromiso con el alivio de la pobreza de los alojamientos turísticos, los resultados de los análisis ANOVA para un factor revelan que la regulación nacional influye de manera significativa en una de las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: COMPOBSOCIAL ($F= 3,098$, $p= 0,047$). Por tanto, al igual que el nivel de pobreza en la zona de ubicación del establecimiento, la regulación nacional sobre RSC influye de manera significativa en el compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social (véase tabla 3-37). De manera específica, los valores de la media apuntan que esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza aumenta a medida que lo hace la regulación nacional ($M= 5,18$ cuando la regulación es baja, $M= 5,54$ cuando es media y $M= 5,77$ cuando es alta). Considerando estos resultados, en esta investigación se ha decidido aceptar la hipótesis H9.

3.7.3. Influencia de la RSC en el compromiso con el alivio de la pobreza

Para contrastar la influencia de la RSC en el compromiso con el alivio de la pobreza (hipótesis H1) se procedió, en primer lugar, a realizar un test de correlación lineal utilizando el coeficiente lineal r de Pearson entre cada una de las dos dimensiones de la RSC (RSC ética y RSC discrecional) y las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza (COMPOBSOCIAL, COMPOBEMPLEOSOCIAL, COMPOBAMBIENTAL, COMPOBECONÓMICA). Los resultados, que se recogen en la tabla 3-38, indican que, como se había planteado en la hipótesis, tanto la RSC ética como la RSC discrecional influyen de manera positiva, ya que los valores de r son positivos, y significativa ($p= 0,000$) en las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: 1)

compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social, 2) compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación, 3) compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local y 4) compromiso con el alivio de la pobreza económica local. Es decir, cuanto mayor es la actividad de RSC también aumenta el compromiso con el alivio de la pobreza. En consecuencia, atendiendo a estos resultados se procede a aceptar la hipótesis H1.

Tabla 3-38: Niveles de correlación entre las dimensiones de la RSC y las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza

COMPROMISO CON LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA	RSC	
	RSC ética	RSC discrecional
COMPOBSOCIAL	0,482 (0,000)	0,628 (0,000)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	0,636 (0,000)	0,632 (0,000)
COMPOBAMBIENTAL	0,568 (0,000)	0,660 (0,000)
COMPOBECONÓMICA	0,643 (0,000)	0,611 (0,000)

En segundo lugar, y en aras de analizar de forma conjunta la influencia de las dos dimensiones de la RSC (*i.e.*, la ética y la discrecional), se ha procedido a realizar un análisis jerárquico de regresión lineal, en el cual las variables de control se introducen en primer lugar y a continuación las dos dimensiones de la RSC, siendo las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza las variables dependientes. Por tanto, se procederá a estimar cuatro modelos de regresión múltiple, uno para cada dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza.

En todos estos modelos se ha incluido únicamente como variables de control aquellas características de los establecimientos de alojamiento en las que se observó una influencia significativa en al menos una de las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza (*i.e.*, tipo de alojamiento, tamaño del establecimiento, categoría del alojamiento en función de los precios, país de localización, tipo de zona turística en la que está ubicado, tipo de turismo al que se dedica y procedencia geográfica de los clientes), así como las características del entorno de los alojamientos que también resultaron significativas para explicar alguna de las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza (*i.e.*, nivel de pobreza en la zona del alojamiento, transferencia de conocimiento con otras organizaciones, regulación nacional sobre RSC).

Así mismo, se han recodificado algunas variables para convertirlas en variables *dummy*: país de localización, tipo de alojamiento, tipo de zona turística, tipo de turismo y procedencia geográfica de los clientes. Con relación a la variable sobre el país, se crearon cuatro variables *dummy* que toman el valor 1 si el alojamiento está ubicado en un determinado país y 0 en caso contrario. Concretamente, se han creado las variables: Sudáfrica, Cabo Verde, Kenia y Tanzania. De esta forma, cuando estas cuatro variables toman el valor 0 el alojamiento está localizado en un país diferente que aparece en la categoría de “otros países”. De manera similar, se crearon cuatro variables *dummy* referidas a los tipos de establecimientos con mayor participación en el estudio (hotel, *lodge*, casa de huéspedes y camping), de forma que cuando todas estas variables toman el valor 0 el alojamiento aparece en la categoría de “otros alojamientos”. En lo que se refiere al tipo de zona turística, como no hay una categoría de “otras zonas”, ya que todos los establecimientos se posicionaron en las cuatro opciones recogidas en el cuestionario (zona rural, costera, urbana, suburbana), se crearon variables *dummy* para las zonas de costa, urbana y suburbana, de forma que cuando las tres variables adoptan el valor 0 ello implica que el establecimiento se encuentra ubicado en una zona rural. Algo parecido se hizo con el tipo de producto turístico, siendo la opción de “turismo de negocio y reuniones” la única categoría para la cual no se creó una variable *dummy*. Por último, respecto a la procedencia geográfica de la clientela, se crearon dos variables *dummy*, una para los establecimientos que operan principalmente con turistas domésticos y otra para los que lo hacen con turistas internacionales, de tal manera que cuando estas dos variables adoptan el valor de 0 ello implica que el establecimiento recibe ambos tipos de segmentos de mercado en porcentajes similares.

Al objeto de valorar en qué medida la RSC ética y la RSC discrecional tienen un poder predictivo adicional al de las características internas de los establecimientos de alojamiento y de las características de su entorno se consideró el cambio que se produce en el coeficiente de determinación (R^2), el cual será relevante si es igual o superior al 1%. También se utilizará como nivel de significación general del modelo el ratio F y el coeficiente de determinación corregido (R^2 corregido). En este trabajo se opta por utilizar el R^2 corregido porque el uso del R^2 presenta algunas limitaciones en la bondad del ajuste cuando se comparan modelos.

Influencia de la RSC en el compromiso con el alivio de la pobreza social y la desigualdad social

El modelo M1 que se muestra en la tabla 3-39 indica que la zona turística en la que está ubicado el establecimiento de alojamiento y la transferencia de conocimiento con otras organizaciones explican el compromiso de la organización con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social. Concretamente, se observa que los alojamientos localizados en zonas costeras ($\beta = -0,238$) y urbanas ($\beta = -0,193$), en comparación con aquellos que se encuentran en zonas rurales, exhiben un menor compromiso con esta dimensión de la pobreza. Además de esta característica interna de los establecimientos que colaboran con otras organizaciones del entorno con fines de transferencia de conocimiento relevante muestran niveles superiores en esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza ($\beta = 0,686$).

Por otra parte, comparando los resultados del modelo M2a, con los del modelo M1, se observa que la RSC tiene un poder predictivo adicional al de las características internas y externas del alojamiento en el compromiso de éste con el alivio de la pobreza social y la desigualdad social ($\Delta R^2 = 3,7\%$; $\Delta F = 6,519$; $p = 0.000$). Más específicamente, los resultados indican que los alojamientos con una mayor actividad de RSC discrecional ($\beta = 0,279$) contribuyen más a esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza. Estos resultados nos permiten aceptar la hipótesis H1.

Tabla 3-39: Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social

VARIABLES	COMPOBSOCIAL	
	M1 B	M2a B
Tipo de alojamiento: hotel	0,046	0,025
Tipo de alojamiento: <i>lodge</i>	-0,034	-0,066
Tipo de alojamiento: casa de huéspedes	-0,117	-0,089
Tipo de alojamiento: camping	0,028	0,007
Tamaño del establecimiento	0,096	0,047
Categoría del alojamiento según precio	-0,066	-0,058
Zona costera	-0,238**	-1,178
Zona urbana	-0,193**	-0,123
Zona suburbana	-0,108	-0,095
Kenia	0,083	0,074
Sudáfrica	-0,090	-0,093
Cabo Verde	0,057	0,054
Tanzania	0,087	0,088
Tipo de turismo: safari	-0,004	0,017
Tipo de turismo: <i>wildlife</i> /vida salvaje	-0,096	-0,056
Tipo de turismo: ecoturismo	0,097	0,096
Tipo de turismo: montaña	0,043	0,063
Tipo de turismo: otro rural	0,061	0,092
Tipo de turismo: urbano y cultural	0,024	0,027
Tipo de turismo: costero	0,091	0,071*
Turistas domésticos	0,080	0,096
Turistas internacionales	-0,015	0,036
Nivel de pobreza de la zona	-0,084	-0,046
Transferencia de conocimiento	0,686***	-0,521***
Regulación nacional sobre RSC	0,008	-0,007
RSC ética		-0,004
RSC discrecional		0,279***
<i>R</i> ² corregido	0,526	0,564
<i>F</i>	7,803***	8,330***
ΔR^2		0,037
ΔF		6,519***

Nota: * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$

Influencia de la RSC en el compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación

Como puede observarse en la tabla 3-40, el modelo M1 incluye varias características internas de los alojamientos (tipo de alojamiento, zona turística, tipo de turismo, procedencia geográfica de los clientes) y de su entorno (transferencia de conocimiento y regulación nacional sobre RSC) como determinantes del compromiso de un determinado establecimiento de alojamiento con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación. Al igual que con el compromiso con el alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social, cuanto mayor es la transferencia de conocimiento con otras organizaciones, mayor compromiso muestran las empresas de alojamiento con la creación de empleo con ciertas condiciones sociales ($\beta = 0,650$). La otra variable del entorno que afecta significativamente a esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza es la regulación nacional sobre RSC, de forma que ésta influye negativamente ($\beta = -0,125$). Ello podría deberse a que la legislación nacional priorice otras actuaciones en materia de RSC. En lo que se refiere a las características internas de los alojamientos, de manera similar a lo comentado para la dimensión de compromiso con el alivio de la pobreza social, se observa que los establecimientos ubicados en zonas costeras ($\beta = -0,424$), urbanas ($\beta = -0,235$) y suburbanas ($\beta = -0,182$), en comparación con los rurales, exhiben un menor compromiso con esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza. En esta ocasión también se observa lo siguiente: 1) las casas de huéspedes, en comparación con los establecimientos agrupados en la categoría de “otros”, exhiben un menor compromiso en esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza ($\beta = -0,258$); 2) en comparación con los alojamientos dirigidos al mercado de turismo de negocio y reuniones, aquellos que están especializados en turismo calificado como *wildlife* (vida salvaje) muestran un menor compromiso con esta dimensión ($\beta = -0,159$), mientras que los considerados de turismo de costa dicen tener un mayor compromiso ($\beta = 0,254$); 3) los alojamientos que reciben principalmente turistas internacionales, en comparación con aquellos que reciben tanto internacionales como domésticos, apuntan un mayor compromiso con esta dimensión ($\beta = 0,115$).

Tabla 3-40: Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación

VARIABLES	COMPOBEMPLEOSOCIAL	
	M1 <i>B</i>	M2a <i>B</i>
Tipo de alojamiento: hotel	-0,121	-0,050
Tipo de alojamiento: <i>lodge</i>	-0,001	0,019
Tipo de alojamiento: casa de huéspedes	-0,258**	-0,177**
Tipo de alojamiento: camping	-0,036	-0,009
Tamaño del establecimiento	0,132	0,054
Categoría del alojamiento según precio	0,047	0,053
Zona costera	-0,424***	-0,303***
Zona urbana	-0,235**	-0,148*
Zona suburbana	-0,182**	-0,147**
Kenia	0,010	0,040
Sudáfrica	0,099	0,030
Cabo Verde	0,011	0,018
Tanzania	0,010	0,007
Tipo de turismo: safari	-0,145	-0,131*
Tipo de turismo: <i>wildlife</i> /vida salvaje	-0,159*	-0,131*
Tipo de turismo: ecoturismo	0,039	0,045
Tipo de turismo: montaña	-0,015	0,036
Tipo de turismo: otro rural	-0,091	-0,032
Tipo de turismo: urbano y cultural	-0,025	0,014
Tipo de turismo: costero	0,254**	0,182**
Turistas domésticos	0,038	0,031
Turistas internacionales	0,115*	0,068
Nivel de pobreza de la zona	-0,058	-0,023
Transferencia de conocimiento	0,650***	0,311***
Regulación nacional sobre RSC	-0,125*	-0,101*
RSC ética		0,383***
RSC discrecional		0,207**
<i>R</i> ² corregido	0,429	0,607
<i>F</i>	5,280***	10,307***
ΔR^2		0,156
ΔF		32,221***

Nota: * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$

Por otra parte, la comparativa entre los resultados de los modelos M1 y M2a señala que la RSC tiene un poder predictivo adicional al de las características internas y externas del alojamiento en el compromiso de éste con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación ($\Delta R^2= 15,6\%$; $\Delta F= 32,221$; $p= 0.000$). Más específicamente, los resultados indican que los alojamientos con una mayor actividad de RSC ética ($\beta= 0,383$) y de RSC discrecional ($\beta= 0,207$) exhiben un mayor compromiso con esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza. Estos resultados también nos permiten aceptar la hipótesis H1.

Influencia de la RSC en el compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local

Del modelo M1 en la tabla 3-41 se desprende que las características internas que influyen en el compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local coinciden con algunas mencionadas para otras dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: tipo de alojamiento, zona turística y tipo de turismo. De manera específica, los hoteles ($\beta= -0,318$) y las casas de huéspedes ($\beta= -0,203$), en comparación con los calificados como “otros”, exhiben un menor compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local. En comparación con los alojamientos rurales, aquellos ubicados en zonas de costa ($\beta= -0,240$), urbanas ($\beta= -0,222$) y suburbanas ($\beta= -0,120$) muestran un menor compromiso con esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza. Con relación al tipo de turismo, en comparación con el turismo de negocio y reuniones, el turismo de montaña ($\beta= 0,163$) y el costero ($\beta= 0,266$) muestran un mayor compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local. Atendiendo al modelo M1, este resultado se podría ampliar al ecoturismo. El motivo de estos resultados podría estar en el atractivo del medio ambiente y del patrimonio local para estas modalidades turísticas. Finalmente, al igual que con las otras dos dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, los alojamientos con una elevada puntuación en transferencia de conocimiento ($\beta= 0,677$) también apuntan un mayor compromiso con esta dimensión.

Tabla 3-41: Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local

VARIABLES	COMPOBAMBIENTAL	
	M1	M2a
	B	B
Tipo de alojamiento: hotel	-0,318**	-0,298**
Tipo de alojamiento: <i>lodge</i>	-0,091	-0,123
Tipo de alojamiento: casa de huéspedes	-0,203**	-0,142*
Tipo de alojamiento: camping	-0,159	-0,160*
Tamaño del establecimiento	0,102	0,020
Categoría del alojamiento según precio	-0,036	-0,023
Zona costera	-0,240**	-0,149*
Zona urbana	-0,222**	-0,128
Zona suburbana	-0,120*	-0,092
Kenia	0,136	0,126
Sudáfrica	0,090	0,038
Cabo Verde	-0,064	-0,083
Tanzania	0,095	0,095
Tipo de turismo: safari	0,024	0,053
Tipo de turismo: <i>wildlife</i> /vida salvaje	0,077	0,120
Tipo de turismo: ecoturismo	0,111	0,098*
Tipo de turismo: montaña	0,163**	0,210***
Tipo de turismo: otro rural	-0,099	-0,044
Tipo de turismo: urbano y cultural	0,047	0,075
Tipo de turismo: costero	0,266***	0,229***
Turistas domésticos	-0,082	-0,067
Turistas internacionales	-0,038	-0,010
Nivel de pobreza de la zona	-0,001	0,043
Transferencia de conocimiento	0,677***	0,395***
Regulación nacional sobre RSC	-0,011	-0,017
RSC ética		0,176**
RSC discrecional		0,299***
<i>R² corregido</i>	0,532	0,638
<i>F</i>	8,269***	11,448***
ΔR^2		0,094
ΔF		20,822***

Nota: * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$

Del análisis de los resultados referentes al modelo M2a, en comparación con el modelo M1, se observa que la RSC tiene un poder predictivo adicional al de las características internas y externas del alojamiento en el compromiso de éste con el medio ambiente y el patrimonio cultural local ($\Delta R^2 = 9,4\%$; $\Delta F = 20,822$; $p = 0.000$). Concretamente, los resultados revelan que los establecimientos de alojamiento turístico con una mayor

actividad de RSC ética ($\beta= 0,176$) y de RSC discrecional ($\beta= 0,299$) exhiben un mayor compromiso con esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza. Estos resultados están en línea con los obtenidos para otras dimensiones y permiten afirmar la aceptación de la hipótesis H1.

Influencia de la RSC en el compromiso con el alivio de la pobreza económica local

Del modelo M1 mostrado en la tabla 3-42 se deduce que las características internas de los alojamientos que influyen en su compromiso con el alivio de la pobreza económica local se refieren a la zona turística en la que está ubicada el alojamiento, al tipo de turismo al que dirige su oferta y, de manera diferente al resto de las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, al tamaño del establecimiento en términos de número de empleados. Concretamente, los establecimientos en zonas costeras, en comparación con los rurales, muestran un menor compromiso con el alivio de la pobreza económica local ($\beta= -0,211$). Así mismo, los alojamientos dedicados al ecoturismo ($\beta= 0,187$) y modalidades turísticas que se practican en la costa ($\beta= 0,235$), en comparación con los especializados en turismo de negocio y reuniones, apuntan un mayor compromiso con esta dimensión económica del compromiso con el alivio de la pobreza. Por su parte, el tamaño del alojamiento influye de manera positiva y significativa en el compromiso con el alivio de la pobreza económica local ($\beta= 0,199$). Por último, y en línea con lo observada para el resto de las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, la transferencia de conocimiento también influye de manera positiva y significativa en esta dimensión ($\beta= 0,564$).

En la tabla 3-42 se exhiben los resultados alcanzados al introducir en un segundo bloque las dos dimensiones de la RSC para explicar el compromiso con el alivio de la pobreza económica local (*i.e.*, el modelo M2a). En términos generales, se observa que la RSC tiene un poder predictivo adicional al de las características internas y externas del alojamiento en el compromiso de éste con el alivio de la pobreza económica local ($\Delta R^2= 14,4\%$; $\Delta F= 26,311$; $p= 0.000$). Concretamente, los resultados revelan que los establecimientos de alojamiento turístico con una mayor actividad de RSC ética ($\beta= 0,448$) exhiben un mayor compromiso con esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza, mientras que la influencia de la RSC discrecional no es significativa. Estos resultados están parcialmente en línea con los obtenidos para otras dimensiones y permiten apoyar la aceptación de la hipótesis H1.

Tabla 3-42: Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar el compromiso con el alivio de la pobreza económica local

VARIABLES	COMPOBECONÓMICA	
	M1	M2a
	B	B
Tipo de alojamiento: hotel	-0,051	0,045
Tipo de alojamiento: <i>lodge</i>	0,003	0,055
Tipo de alojamiento: casa de huéspedes	-0,129	-0,048
Tipo de alojamiento: camping	-0,005	0,039
Tamaño del establecimiento	0,199**	0,137**
Categoría del alojamiento según precio	0,102	0,103
Zona costera	-0,211*	-0,125
Zona urbana	-0,152	-0,087
Zona suburbana	-0,066	-0,035
Kenia	-0,014	0,024
Sudáfrica	0,161	0,083
Cabo Verde	-0,107	-0,093
Tanzania	0,026	0,035
Tipo de turismo: safari	0,099	0,099
Tipo de turismo: <i>wildlife</i> /vida salvaje	0,055	0,060
Tipo de turismo: ecoturismo	0,187**	0,201***
Tipo de turismo: montaña	0,070	0,111
Tipo de turismo: otro rural	0,031	0,072
Tipo de turismo: urbano y cultural	0,029	0,062
Tipo de turismo: costero	0,235**	0,181**
Turistas domésticos	-0,034	0,010
Turistas internacionales	-0,084	0,036
Nivel de pobreza de la zona	-0,093	0,009
Transferencia de conocimiento	0,564***	0,264***
Regulación nacional sobre RSC	-0,052	-0,052
RSC ética		0,448***
RSC discrecional		0,083
<i>R² corregido</i>	0,397	0,560
<i>F</i>	5,232***	8,597***
ΔR^2		0,144
ΔF		26,311***

Nota: * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$

3.7.4. Influencia de la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza en los resultados empresariales

En este apartado se procederá de la misma manera que para la evaluación de la influencia de la RSC sobre el compromiso con el alivio de la pobreza, pero en esta ocasión los análisis serán dobles atendiendo a la existencia de dos hipótesis relacionadas con la influencia que sobre los resultados empresariales (*i.e.*, resultados financieros y resultados estratégicos) tienen, por un lado, la actividad de RSC (hipótesis H10) y, por otro, el compromiso con el alivio de la pobreza (hipótesis H11).

Los coeficientes r de Pearson, con sus respectivos niveles de confianza, realizados para contrastar el grado de asociación existente entre las dos dimensiones de la RSC (ética y discrecional) y las cuatro del compromiso con el alivio de la pobreza (COMPOBSOCIAL, COMPOBEMPLEOSOCIAL, COMPOBAMBIENTAL, COMPOBECONÓMICA), respecto a cada una de las dos dimensiones de los resultados de la actividad empresarial (resultados financieros y resultados estratégicos) se recogen en la tabla 3-43. Los resultados obtenidos indican la existencia de efectos positivos (con valores de r positivos) y significativos ($p= 0,000$) sobre las dos modalidades de resultados empresariales (*i.e.*, financieros y estratégicos) de todas las dimensiones de la RSC y del compromiso con la pobreza. Por consiguiente, se puede afirmar que cuanto más intensa es la actividad de RSC y mayor es el compromiso con el alivio de la pobreza, mayores son también los resultados financieros y estratégicos de la empresa de alojamiento turístico.

Tabla 3-43: Niveles de correlación entre los tipos de resultados de la actividad empresarial y las dimensiones de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza

RSC Y COMPROMISO CON LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA	RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	
	Resultados financieros	Resultados estratégicos
RSC ética	0,273 (0,000)	0,598 (0,000)
RSC discrecional	0,311 (0,000)	0,607 (0,000)
COMPOBSOCIAL	0,397 (0,000)	0,718 (0,000)
COMPOBEMPLEOSOCIAL	0,358 (0,000)	0,729 (0,000)
COMPOBAMBIENTAL	0,294 (0,000)	0,699 (0,000)
COMPOBECONÓMICA	0,367 (0,000)	0,792 (0,000)

Con la finalidad de evaluar de manera conjunta la influencia de las dos dimensiones de la RSC, las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, e incluso las seis dimensiones a la vez, se ha procedido a realizar varios análisis jerárquico de regresión lineal, en el cual las variables de control se introducen en primer lugar y a continuación las dos dimensiones de la RSC, en un primer modelo alternativo, las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza, en un segundo modelo alternativo, y estas seis dimensiones, en un tercer modelo alternativo. Ello se hará de manera doble, ya que las variables dependientes serán las dos dimensiones de los resultados de la actividad empresarial: los resultados financieros y los resultados estratégicos.

Al igual que en los análisis jerárquicos de regresión lineal mostrados en el apartado anterior, se considerarán únicamente como variables de control aquellas características de los establecimientos de alojamiento y de su entorno que resultaron significativas para explicar alguna de las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Así mismo, se han recodificado algunas variables para convertirlas en variables *dummy*: país de localización, tipo de alojamiento, tipo de zona turística, tipo de turismo y procedencia geográfica de los clientes. Y con la intención de valorar en qué medida las dimensiones que se van incorporando a los tienen un poder predictivo adicional al de las características internas de los establecimientos de alojamiento y de las condiciones de su entorno, también se va a considerar el cambio que se produce en el coeficiente de determinación (R^2), el ratio F y el coeficiente de determinación corregido (R^2 corregido).

Influencia de la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza en los resultados financieros de la actividad empresarial

El modelo M1 que se muestra en la tabla 3-44 indica que el país en el que está localizado el alojamiento y la transferencia de conocimiento constituyen las únicas características internas y externas que influyen de manera significativa en los resultados financieros de los establecimientos de alojamiento. Concretamente, se observa que los alojamientos localizados en Kenia ($\beta = -0,234$ en el primer modelo M1) y, en particular, Tanzania ($\beta = -0,219$ en el primer modelo M1), en comparación con los que se encuentran en países diferentes a los seleccionados en las variables dicotómicas, experimentan unos menores resultados financieros (*i.e.*, parecen ser menos rentables). Además, los resultados revelan nuevamente la significación de la

transferencia de conocimiento en los análisis estadísticos efectuados, ya que en esta ocasión influye de manera positiva y significativa en los resultados financieros de las empresas de alojamiento participantes en la investigación ($\beta= 0,686$).

Tabla 3-44: Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar los resultados financieros de la actividad empresarial

VARIABLES	RESULTADOS FINANCIEROS					
	RSC		COMPROMISO POBREZA		RSC Y COMPROMISO POBREZA	
	M1 B	M2a B	M1 B	M2b B	M1 B	M2c B
Tipo de alojamiento: hotel	0,181	0,186	0,188	0,206	0,113	0,016
Tipo de alojamiento: <i>lodge</i>	-0,005	-0,020	-0,136	-0,126	-0,214	-0,210
Tipo de alojamiento: casa de huéspedes	0,122	0,161	0,176	0,234**	0,096	0,166
Tipo de alojamiento: camping	0,101	0,106	0,040	0,058	-0,017	-0,013
Tamaño del establecimiento	0,126	0,088	0,082	-0,013	0,112	-0,015
Categoría alojamiento según el precio	-0,112	-0,107	-0,097	-0,128	-0,059	-0,101
Zona costera	-0,097	-0,045	-0,200	-0,157	-0,153	-0,101
Zona urbana	0,044	0,093	-0,083	-0,007	-0,056	0,026
Zona suburbana	-0,082	-0,064	-0,083	-0,051	-0,056	-0,034
Kenia	-0,234*	-0,230*	-0,153	-0,179	-0,146	-0,159
Sudáfrica	-0,033	-0,053	-0,001	-0,016	0,053	0,027
Cabo Verde	-0,041	-0,044	-0,069	-0,038	-0,107	-0,075
Tanzania	-0,219**	-0,216**	-0,189*	-0,210*	-0,229**	-0,251**
Tipo de turismo: safari	0,004	0,014	-0,138	-0,159	-0,136	-0,142
Tipo de turismo: <i>wildlife</i> /vida salvaje	-0,150	-0,131	-0,180	-0,188	-0,153	-0,125
Tipo de turismo: ecoturismo	0,036	0,023	0,034	-0,006	0,045	0,005
Tipo de turismo: montaña	-0,030	-0,010	-0,058	-0,071	-0,045	-0,044
Tipo de turismo: otro rural	-0,029	-0,001	0,013	-0,009	0,019	0,002
Tipo de turismo: urbano y cultural	0,023	0,036	-0,018	-0,010	-0,002	0,000
Tipo de turismo: costero	0,112	0,086	0,143	0,111	0,134	0,099
Turistas domésticos	-0,055	-0,039	-0,098	-0,041	-0,122	-0,126
Turistas internacionales	-0,024	0,047	-0,136	0,105	-0,159	-0,128
Nivel de pobreza de la zona	-0,087	-0,064	-0,172*	-0,120	-0,188*	-0,098
Transferencia de conocimiento	0,267***	0,124	0,316***	0,074	0,304***	0,006
Regulación nacional sobre RSC	-0,011	-0,010	-0,003	0,012	-0,047	-0,031
RSC ética		0,082				-0,011
RSC discrecional		0,165				0,183
COMPOBSOCIAL				0,162		0,195
COMPOBEMPLEOSOCIAL				-0,073		-0,092
COMPOBAMBIENTAL				0,015		-0,083
COMPOBECONÓMICA				0,308*		0,310*
<i>R</i> ² corregido	0,123	0,141	0,169	0,223	0,165	0,222
<i>F</i>	1,916**	1,993***	2,147***	2,395***	2,041***	2,218***
ΔR^2		0,026		0,066		0,082
ΔF		2,454*		3,013**		2,325**

Nota: * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$

Por otra parte, si nos fijamos en los resultados del modelo M2a, sobre la influencia adicional de la RSC en los resultados financieros, en comparación con el modelo M1, se observa que la RSC escasamente tiene un poder predictivo adicional al de las características internas y externas del alojamiento en la explicación de los resultados financieros de la actividad empresarial ($\Delta R^2= 2,6\%$; $\Delta F= 2,454$; $p < 0,1$). Más específicamente, los resultados indican que ninguna de las dos dimensiones de la RSC influye de manera significativa en los resultados financieros de la empresa. Atendiendo a estos resultados, se debería rechazar la hipótesis H10, que planteaba una posible influencia de la RSC sobre los resultados de la actividad empresarial.

Con relación al modelo M2b, que se refiere a la posible influencia de las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados financieros, se observa que únicamente el compromiso con el alivio de la pobreza económica local influye de manera significativa sobre los resultados financieros de la empresa. Concretamente, ejerce una influencia positiva ($\beta= 0,308$). Además, el poder predictivo adicional de este modelo sobre los resultados financieros de la empresa es significativo ($\Delta R^2= 6,6\%$; $\Delta F= 3,013$; $p < 0,05$). Por tal motivo, estos resultados conducen a aceptar la hipótesis H11, sobre la influencia del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados de la actividad empresarial, en este caso sobre los resultados financieros.

El tercer modelo M2c, que incluye la posible influencia conjunta de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados financieros de la actividad empresarial, cuyos resultados pueden observarse en la tabla 3-44, muestra resultados similares a los obtenidos únicamente con la inclusión de las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza (*i.e.*, el M2b). Al igual que en el modelo M2b, el compromiso con el alivio de la pobreza económica local es la única dimensión que influye de manera significativa en los resultados financieros ($\beta= 0,310$), siendo significativo el poder predictivo adicional de este modelo ($\Delta R^2= 8,2\%$; $\Delta F= 2,325$; $p < 0,05$).

Influencia de la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza en los resultados estratégicos de la actividad empresarial

De los tres modelos M1 que son descritos en la tabla 3-45, se desprende que son varias las características internas y externas al alojamiento que influyen en sus resultados estratégicos: tipo de alojamiento, tamaño del establecimiento, zona turística, tipo de

turismo, procedencia geográfica de los clientes, nivel de pobreza de la zona, transferencia de conocimiento y regulación nacional sobre RSC. Con relación al tipo de alojamiento, se podría afirmar que los hoteles, los alojamientos tipo *lodge* y, en particular, las casas de huéspedes, en comparación con las otras categorías de alojamiento, influyen negativamente en los resultados estratégicos ($\beta = -0,276$, $\beta = -0,242$ y $\beta = -0,336$, respectivamente, en el tercer modelo M1). Además, cuanto mayor es el tamaño del alojamiento aumentan sus resultados estratégicos ($\beta = 0,176$ en el tercer modelo M1). Por su parte, las zonas urbanas ($\beta = -0,247$ en el tercer modelo M1) y costeras ($\beta = -0,217$ en el primer modelo M1), en comparación con las rurales, parecen propiciar la obtención de menores resultados estratégicos. Sin embargo, en función de los resultados generados por el primer modelo M1, la especialización en la práctica de turismo en la costa ($\beta = 0,185$) contribuye de manera positiva y significativa a los resultados estratégicos de los alojamientos. Por su parte, la atracción de turistas domésticos, en comparación con atraer tanto domésticos como internacionales, contribuye de manera negativa y significativa en los resultados estratégicos ($\beta = -0,212$ en el tercer modelo M1). Con relación a las condiciones del entorno, se observa que cuanto mayor es el nivel de pobreza en la zona (un valor bajo en la variable se refiere a un nivel alto o moderadamente alto de pobreza, mientras que un valor alto indica que es una zona muy pobre o moderadamente pobre), mayores son los resultados estratégicos que obtiene una empresa ($\beta = -0,208$ en el tercer modelo M1). La transferencia de conocimiento influye de manera positiva y significativa ($\beta = 0,642$ en el tercer modelo M1), mientras que la regulación nacional sobre RSC lo hace negativamente ($\beta = -0,146$ en el tercer modelo M1).

Tabla 3-45: Resultados de los modelos de regresión jerárquicos múltiples para explicar los resultados estratégicos de la actividad empresarial

VARIABLES	RESULTADOS ESTRATÉGICOS					
	RSC		COMPROMISO POBREZA		RSC Y COMPROMISO POBREZA	
	M1	M2a	M1	M2b	M1	M2c
	B	B	B	B	B	B
Tipo de alojamiento: hotel	-0,201	-0,129	-0,211	-0,071	-0,276*	-0,126
Tipo de alojamiento: <i>lodge</i>	-0,166	-0,158	-0,180	-0,141*	-0,242*	-0,205**
Tipo de alojamiento: casa de huéspedes	-0,280***	-0,190**	-0,265**	-0,066	-	-0,112
Tipo de alojamiento: camping	-0,103	-0,089	-0,122	-0,072	0,336***	-0,123
Tamaño del establecimiento	0,133	0,061	0,153*	-0,035	-0,161	-0,042
Categoría alojamiento según el precio	0,070	0,088	0,063	0,027	0,176**	0,065
Zona costera	-0,217**	-0,115	-0,187	-0,007	0,102	-0,015
Zona urbana	-0,173	-0,103	-0,239**	-0,037	-0,196	-0,051
Zona suburbana	-0,035	-0,018	-0,053	0,024	-0,247**	0,019
Kenia	-0,086	-0,050	-0,019	-0,098	-0,035	-0,105
Sudáfrica	-0,003	-0,070	0,000	-0,091	-0,038	-0,062
Cabo Verde	-0,060	-0,045	-0,096	-0,052	0,028	-0,077
Tanzania	-0,042	-0,030	0,036	-0,029	-0,120	-0,020
Tipo de turismo: safari	0,017	0,040	-0,048	-0,018	0,056	-0,008
Tipo de turismo: <i>wildlife</i> /vida salvaje	-0,036	-0,011	-0,085	-0,060	-0,077	-0,019
Tipo de turismo: ecoturismo	0,128	0,135*	0,054	-0,004	-0,107	0,029
Tipo de turismo: montaña	-0,006	0,059	0,007	-0,019	0,063	0,018
Tipo de turismo: otro rural	-0,089	-0,027	-0,090	-0,073	0,018	-0,063
Tipo de turismo: urbano y cultural	0,060	0,084	0,031	0,041	-0,099	0,052
Tipo de turismo: costero	0,185*	0,137	0,128	0,020	0,033	0,032
Turistas domésticos	-0,205**	-0,156**	-0,186**	-0,122**	0,134	-0,134**
Turistas internacionales	0,075	-0,031	-0,080	-0,014	-0,212**	-0,021
Nivel de pobreza de la zona	-0,154**	-0,116*	-0,172**	-0,105*	-0,099	-0,080
Transferencia de conocimiento	0,630***	0,312***	0,633***	0,044	0,642***	-0,021
Regulación nacional sobre RSC	-0,088	-0,055	-0,134*	-0,070	-0,146*	-0,092
RSC ética		0,370***				0,070
RSC discrecional		0,163*				0,169*
COMPOBSOCIAL				0,159		0,211**
COMPOBEMPLEOSOCIAL				0,171*		0,132
COMPOBAMBIENTAL				0,206**		0,122
COMPOBECONÓMICA				0,395***		0,311***
<i>R</i> ² corregido	0,390	0,527	0,411	0,728	0,440	0,749
<i>F</i>	5,010***	7,482***	4,794***	13,566***	5,029***	13,322***
ΔR^2		0,122		0,267		0,260
ΔF		20,184***		33,402***		22,110***

Nota: * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$

Por otra parte, los resultados del modelo M2a, sobre la influencia adicional de la RSC en los resultados estratégicos, en comparación con el modelo M1, revelan que la RSC tiene un importante poder predictivo adicional al de las características internas y externas del alojamiento en la explicación de los resultados estratégicos ($\Delta R^2= 12,2\%$; $\Delta F= 20,184$; $p= 0,000$). Concretamente, los resultados indican que la RSC ética ($\beta= 0,370$) y la RSC discrecional ($\beta= 0,163$) influyen de manera positiva y significativa en los resultados estratégicos de la empresa. Atendiendo a estos resultados, se debería aceptar la hipótesis H10, sobre una posible influencia positiva de la RSC sobre los resultados de la actividad empresarial.

Con relación al modelo M2b, que se refiere a la posible influencia de las dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados estratégicos, se observa que tres de las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza influyen de manera positiva y significativa en los resultados estratégicos: COMPOBEMPLOSO SOCIAL ($\beta= 0,171$), COMPOBAMBIENTAL ($\beta= 0,206$) y COMPOBECONÓMICA ($\beta= 0,395$). Además, el poder predictivo adicional de este modelo sobre los resultados estratégicos es significativo ($\Delta R^2= 26,7\%$; $\Delta F= 33,402$; $p= 0,000$). Por tal motivo, estos resultados conducen a aceptar la hipótesis H11, sobre la influencia del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados de la actividad empresarial, en este caso sobre los resultados estratégicos.

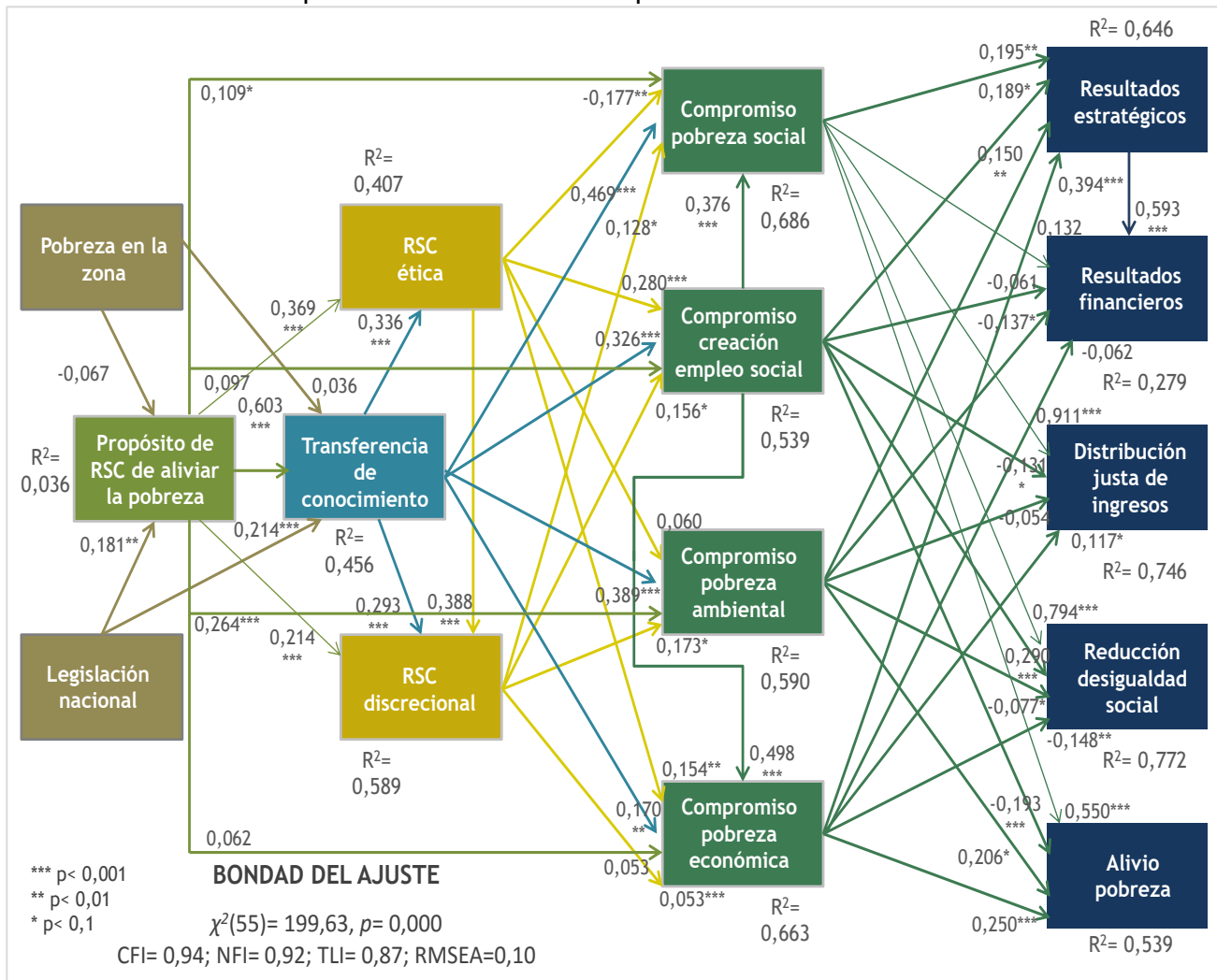
El tercer modelo M2c, que incluye la posible influencia conjunta de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados estratégicos de la actividad empresarial, cuyos resultados vienen recogidos igualmente en la tabla 3-45, muestra la influencia positiva y significativa de la RSC discrecional ($\beta= 0,169$), COMPOBSOCIAL ($\beta= 0,211$) y COMPOBECONÓMICA ($\beta= 0,311$). Además, es bastante significativo el poder predictivo adicional de este modelo para explicar los resultados estratégicos de la actividad empresarial ($\Delta R^2= 26,0\%$; $\Delta F= 22,110$; $p= 0,000$).

3.8. PROPUESTA DE UN MODELO SOBRE LOS ANTECEDENTES Y LAS CONSECUENCIAS DE LA RSC Y DEL COMPROMISO CON EL ALIVIO DE LA POBREZA

Una vez valoradas las hipótesis de trabajo formuladas en esta investigación se ha procedido a diseñar un modelo PATH utilizando como método de estimación el de máxima verosimilitud, a través del cual se pretende proponer, de manera exploratoria, un modelo global sobre los antecedentes y las consecuencias del compromiso con el

alivio de la pobreza de un establecimiento de alojamiento turístico, a partir de las variables observadas en esta investigación. Las variables incluidas finalmente en el modelo podrían agruparse en seis secciones (véase figura 3-1).

Figura 3-1: Resultados del modelo PATH sobre los antecedentes y consecuencias del compromiso con el alivio de la pobreza



Fuente: Elaboración propia

En una primera sección, que aparece en la parte izquierda de la figura, se incluyen las siguientes características del entorno: regulación nacional sobre RSC y nivel de pobreza en la zona donde está ubicado el establecimiento. En la segunda sección aparece únicamente el alivio de la pobreza como propósito de la actividad de RSC del alojamiento. En una tercera sección se menciona la relación con otras organizaciones para la transferencia de conocimiento. Por su parte, la cuarta sección recoge las dos dimensiones de la RSC voluntaria: RSC ética y RSC discrecional. A continuación, en una quinta sección se posicionan las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la

pobreza: COMPOBSOCIAL, COMPOBEMPLEOSOCIAL, COMPOBAMBIENTAL y COMPOBECONÓMICA. Finalmente, en la parte derecha de la figura se muestra la sexta sección del modelo, consistente en cinco tipos de resultados que podrían ser ocasionados por el compromiso con el alivio de la pobreza. Dos de ellos se refieren a los resultados económicos de la actividad empresarial: resultados financieros y resultados estratégicos. Y los restantes resultados podrían denominarse resultados sociales de la actividad empresarial: percepción sobre la contribución al alivio de la pobreza, percepción sobre la contribución al alivio de la desigualdad social y percepción sobre la distribución equitativa de los ingresos entre los grupos de poder de la empresa. Estas tres variables fueron medidas en el cuestionario preguntando por el grado de acuerdo del encuestado con dichos tipos de contribución.

Los resultados de este modelo PATH, que se recogen en la figura 3-1, indican que se trata de un modelo que, siendo exploratorio, podría calificarse como aceptable [$\chi^2(55)=199,63$, $p=0,000$; CFI= 0,94; NFI= 0,92; TLI= 0,87; RMSEA=0,10], ya que el valor de CFI es superior a 0,90, si bien el del RMSEA es algo superior al 0,08 (Mathieu y Taylor, 2006). Estos resultados y las asociaciones significativas que se recogen en el modelo permiten extraer las siguientes conclusiones:

- La regulación nacional sobre RSC influye positiva y significativamente en la consideración del alivio de la pobreza como propósito de la actividad de RSC del alojamiento turístico ($\beta=0,181$, $p=0,005$), explicándose escasamente el 3,6% de la variabilidad del propósito de alivio de la pobreza. Sin embargo, el nivel de pobreza en la zona no influye significativamente ($\beta=-0,067$, $p=0,296$). Ello sugiere la existencia de variables diferentes que podrían contribuir a explicar que un determinado alojamiento se fije este propósito de RSC, como puede ser la propia estrategia empresarial del negocio o los valores y el perfil de los propietarios y directivos.
- Así mismo, la variabilidad de la transferencia de conocimiento con otras organizaciones del entorno del alojamiento viene explicada de manera positiva y significativa por las siguientes variables: 1) la regulación nacional sobre RSC ($\beta=0,214$, $p=0,000$) y 2) la consideración del alivio de la pobreza como propósito de la RSC ($\beta=0,603$, $p=0,000$). Concretamente, se explica el 45,6% de la variabilidad de la transferencia de conocimiento. No obstante, el efecto del nivel de pobreza en la zona tampoco resultó ser significativo en esta ocasión ($\beta=-0,067$, $p=0,481$).

- En el modelo PATH generado en esta investigación también se observa que tanto la actividad RSC ética como las iniciativas de RSC discrecional se ven afectadas de forma positiva y significativa por las siguientes variables: 1) la consideración del alivio de la pobreza como propósito de la RSC ($\beta = 0,369$, $p = 0,000$; y $\beta = 0,214$, $p = 0,000$; respectivamente), y 2) la transferencia de conocimiento con otras organizaciones del entorno ($\beta = 0,336$, $p = 0,000$; y $\beta = 0,293$, $p = 0,000$; respectivamente). Así mismo, se observó una influencia positiva y significativa de la RSC ética sobre la RSC discrecional ($\beta = 0,388$, $p = 0,000$). En conjunto, esta sección del modelo PATH explica de manera conjunta el 40,7% de la variabilidad de la RSC ética y el 58,9% de la variabilidad de la RSC discrecional.
- En el modelo PATH desarrollado en esta investigación se observa que la variabilidad del compromiso con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación (COMPOBEMPLEOSOCIAL) está explicada en un 53,9% por las siguientes variables: la RSC ética ($\beta = 0,280$, $p = 0,000$), la RSC discrecional ($\beta = 0,156$, $p = 0,033$) y la transferencia de conocimiento con otras organizaciones ($\beta = 0,326$, $p = 0,000$). Los valores β indican una asociación positiva y significativa de estas tres variables sobre la dimensión COMPOBEMPLEOSOCIAL. Sin embargo, se puede afirmar que el propósito de la RSC vinculado al alivio de la pobreza no influye de manera significativa en esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza ($\beta = 0,097$, $p = 0,142$).
- En el modelo PATH diseñado en esta investigación se observa que la dimensión COMPOBEMPLEOSOCIAL influye de manera positiva y significativa sobre otras dos dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: compromiso con el alivio de la pobreza social y reducción de la desigualdad social (COMPOBSOCIAL) ($\beta = 0,376$, $p = 0,000$), y compromiso con el alivio de la pobreza económica local (COMPOBECONÓMICA) ($\beta = 0,498$, $p = 0,000$).
- En lo que se refiere a la dimensión COMPOBSOCIAL, existen otras variables que también le influyen, además de la dimensión COMPOBEMPLEOSOCIAL, de manera positiva y significativa: 1) RSC discrecional ($\beta = 0,128$, $p = 0,039$), 2) transferencia de conocimiento ($\beta = 0,469$, $p = 0,000$) y 3) propósito de alivio de la pobreza a través de la RSC ($\beta = 0,109$, $p = 0,051$). De manera contraria a lo esperado, la RSC ética influye de manera negativa y significativa sobre la dimensión COMPOBSOCIAL ($\beta = -0,177$,

$p= 0,002$). Este resultado podría sugerir que aquellos establecimientos con un elevado nivel de RSC ética podrían centrarse en otras dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza (*i.e.*, la creación de empleo considerando las condiciones sociales, la conservación del medio ambiente y el patrimonio local, o la contribución a la economía local), a costa de verse obligados a tener que reducir la actividad de RSC para contribuir al alivio de la pobreza social y la reducción de la desigualdad social, que quizás se aleja más del ámbito de actuación de una empresa. En cualquier caso, el efecto conjunto de estas cinco variables explica un elevado porcentaje de la variación de la dimensión COMPOBSOCIAL (68,6%).

- Con respecto al compromiso con el alivio de la pobreza económica local (COMPOBECONÓMICA), el modelo PATH que se generó en esta investigación revela que este tipo de compromiso se ve influenciado de manera positiva y significativa por otras dos variables, además de por la dimensión COMPOBEMPLOESOCIAL: 1) RSC ética ($\beta= 0,154$, $p= 0,009$) y 2) transferencia de conocimiento ($\beta= 0,170$, $p= 0,002$). Sin embargo, la RSC discrecional ($\beta= 0,053$, $p= 0,406$) y la variable consistente en el propósito de alivio de la pobreza ($\beta= 0,062$, $p= 0,282$) no resultaron significativas para explicar la dimensión COMPOBECONÓMICA. En conjunto, las tres variables que resultaron significativas explican un porcentaje elevado de la variación de la dimensión COMPOBECONÓMICA (66,3%).
- En el modelo PATH desarrollado en esta investigación no se planteó una asociación entre la dimensión COMPOBEMPLOESOCIAL y la dimensión que se refiere al compromiso con el medio ambiente y el patrimonio local (COMPOBAMBIENTAL), por considerarse que la dimensión COMPOBEMPLOESOCIAL no incluye contenido sobre el medio ambiente o el patrimonio, sino que se centra en temas sociales y económicos, pero en el ámbito interno de la empresa y pensando esencialmente en los empleados de la empresa. De las variables que sí se incluyeron en el modelo como posibles determinantes de la dimensión COMPOBAMBIENTAL, tres de ellas resultaron afectarle de manera positiva y significativa: 1) RSC discrecional ($\beta= 0,173$, $p= 0,014$), 2) transferencia de conocimiento ($\beta= 0,389$, $p= 0,000$) y 3) propósito de alivio de la pobreza a través de la RSC ($\beta= 0,264$, $p= 0,000$). Sin embargo, la RSC ética ($\beta= 0,060$, $p= 0,347$) no resultó significativa para explicar la dimensión COMPOBAMBIENTAL. En conjunto, las tres variables que son significativas explican el 59,0% de la variabilidad de esta dimensión del compromiso con el alivio de la pobreza.

- En otro bloque del modelo PATH se incluyen las asociaciones entre las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza y cinco tipos de resultados que podrían agruparse, a su vez, en dos categorías generales de resultados: resultados económicos de la actividad empresarial (resultados financieros y resultados estratégicos) y resultados sociales de la actividad empresarial (percepción sobre la contribución al alivio de la pobreza, el alivio de la desigualdad social y la distribución equitativa de ingresos entre los grupos de poder de la empresa). Así mismo, se consideró oportuno plantear que los resultados estratégicos influyen en los financieros a largo plazo. En los próximos puntos se evaluarán estas asociaciones.
- En lo que se refiere a los resultados estratégicos de la empresa, las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza exhibieron una influencia positiva y significativa: COMPOBSOCIAL ($\beta= 0,195$, $p= 0,002$), COMPOBEMPLEOSOCIAL ($\beta= 0,189$, $p= 0,011$), COMPOBAMBIENTAL ($\beta= 0,150$, $p= 0,006$) y COMPOBECONÓMICA ($\beta= 0,394$, $p= 0,000$). El efecto conjunto de estas cuatro dimensiones sobre los resultados estratégicos de la empresa supone explicar el 64,6% de la variabilidad de estos tipos de resultados.
- Con relación a los resultados financieros de la empresa, el modelo PATH generado en esta investigación refleja que esta modalidad de resultados se ve afectada de forma significativa por dos variables: los resultados estratégicos de la empresa influyen positivamente ($\beta= 0,593$, $p= 0,000$) y el COMPOBAMBIENTAL lo hace negativamente ($\beta= -0,137$, $p= 0,075$). El resto de las variables consideradas en el modelo no fueron significativas: COMPOBSOCIAL ($\beta= 0,132$, $p= 0,141$), COMPOBEMPLEOSOCIAL ($\beta= -0,061$, $p= 0,562$) y COMPOBECONÓMICA ($\beta= -0,062$, $p= 0,549$). Este bloque del modelo PATH explica el 27,9% de la variabilidad de los resultados financieros de las empresas de alojamiento que participaron en esta investigación.
- El primero de los tipos de resultados sociales de la actividad empresarial se refiere a la percepción sobre la contribución de la empresa al alivio de la pobreza. El modelo PATH generado en esta investigación refleja que tres dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza afectan de manera significativa y positiva en esta modalidad de resultado social: COMPOBSOCIAL ($\beta= 0,550$, $p= 0,000$),

COMPOBAMBIENTAL ($\beta= 0,206$, $p= 0,000$) y COMPOBECONÓMICA ($\beta= 0,250$, $p= 0,000$). Por el contrario, la dimensión COMPOBEMPLOESOCIAL influye de manera negativa y significativa en esta modalidad de resultado social ($\beta= -0,193$, $p= 0,018$). Ello sugiere que cuanto mayor compromiso tiene una empresa de alojamiento con la creación de empleo decente que promueva la diversificación y evite la discriminación, menor esfuerzo hace en otras iniciativas encaminadas a aliviar la pobreza en la comunidad en general (*i.e.*, en colectivos diferentes a sus empleados actuales y futuros). En el efecto conjunto de las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza explica el 53,9% de la variabilidad del resultado social sobre el alivio de la pobreza.

- Al igual que con el resultado social de reducción de la pobreza, las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza influyen de manera significativa sobre el resultado social de reducción de la desigualdad social, aunque en sentidos contrarios. Por una parte, las dimensiones de COMPOBSOCIAL ($\beta= 0,794$, $p= 0,000$) y COMPOBEMPLOESOCIAL ($\beta= 0,290$, $p= 0,000$) influyen de manera positiva y significativa. Por la otra, las dimensiones COMPOBAMBIENTAL ($\beta= -0,077$, $p= 0,070$) y COMPOBECONÓMICA ($\beta= -0,148$, $p= 0,006$) lo hacen de forma negativa y significativa. Estos resultados son considerados coherentes por cuanto que la desigualdad social es un tema social y las dos dimensiones sobre este tema (COMPOBSOCIAL y COMPOBEMPLOESOCIAL) deberían influir positivamente. En este sentido, cuanto mayor esfuerzo realice una empresa en temas ambientales y económicos, es de esperar que se reduzca el esfuerzo relativo en las dimensiones sociales y, por ende, se obtengan menores resultados de reducción de la desigualdad social. La influencia conjunta de las cuatro dimensiones permite explicar el 77,2% de la variabilidad de este tipo de resultado social.
- Finalmente, en el modelo propuesto en esta investigación se plantea que las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza podrían influir en otro resultado social de la actividad empresarial: la distribución equitativa de los ingresos entre los grupos de poder. Los resultados del modelo PATH revelan lo siguiente: 1) la dimensión COMPOBAMBIENTAL ($\beta= -0,054$, $p= 0,227$) no influye de manera significativa en este tipo de resultado social, 2) la dimensión COMPOBEMPLOESOCIAL ($\beta= -0,131$, $p= 0,033$) lo hace negativamente y 3) las dimensiones COMPOBSOCIAL ($\beta= 0,911$, $p= 0,000$) y COMPOBECONÓMICA ($\beta= -0,117$, $p= 0,039$) influyen de forma positiva. Este bloque del modelo PATH explica el 74,6%

de la variabilidad del resultado social sobre la distribución equitativa de los ingresos de las empresas de alojamiento turístico entre los grupos de poder de la misma.

CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente trabajo de investigación ha perseguido la consecución de tres objetivos fundamentales. El primer objetivo consistió en revisar la investigación empírica previa sobre la contribución del turismo y las empresas turísticas al alivio de la pobreza, con la intención de analizar y comparar las evidencias disponibles, describir la metodología de investigación que se ha aplicado y proponer recomendaciones para futuras investigaciones empíricas. El segundo objetivo teórico era proponer un modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC de las empresas turísticas y de su compromiso con el alivio de la pobreza, mediante la aplicación de un enfoque de desarrollo sostenible basado en la RSC y la consideración de los resultados de la revisión de la investigación empírica sobre turismo y alivio de la pobreza. En aras de contrastar la aplicabilidad del modelo planteado al sector de alojamiento turístico se fijó como tercer objetivo testar el modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC de las empresas turísticas y de su compromiso con el alivio de la pobreza entre establecimientos de alojamiento turístico ubicados en países africanos. En este capítulo se presentarán las conclusiones más relevantes obtenidas a partir de la investigación en referencia a dichos objetivos, identificándose las contribuciones y recomendaciones para el desarrollo de trabajos futuros tanto de la revisión teórica como de la investigación empírica, así como las limitaciones de ésta. Al mismo tiempo se presentarán las implicaciones y recomendaciones profesionales de la tesis doctoral.

Contribuciones y recomendaciones académicas a partir de la revisión teórica

Esta tesis doctoral contribuye a la literatura académica sobre la relación entre el turismo y la pobreza. En primer lugar, y cumpliendo con el primer objetivo de la tesis, en el capítulo teórico se realizó una discusión de diferentes enfoques basados en el desarrollo sostenible que podrían ser adoptados para incrementar la contribución de las empresas turísticas al alivio de la pobreza: la RSC y las formas alternativas de turismo (e.g., turismo sostenible, ecoturismo, turismo responsable, turismo justo, turismo de base comunitaria). Sobre dicha discusión se pueden extraer algunas conclusiones, como es la existencia de una amplia variedad de términos que son utilizados para hacer referencia a las formas alternativas de turismo, cada uno de los cuales enfatiza algunos principios específicos del desarrollo sostenible. Sin embargo, todos ellos tienen un objetivo común, consistente en minimizar los impactos negativos económicos, ambientales y sociales, a la vez que se maximizan los efectos positivos

del desarrollo turístico (Frey y George, 2010). De manera específica, el turismo pro-pobre es una modalidad de turismo sostenible que busca reducir la pobreza, y que podría ser aplicado al crecimiento económico, en general, y a otros sectores económicos, como podría ser el caso de la agricultura pro-pobre.

Otra conclusión de la revisión teórica general se refiere al importante rol que juega el sector privado en el alivio de la pobreza y en la reducción de la desigualdad social. En este sentido, una importante novedad de esta tesis doctoral es la introducción del término “RSC pro-pobre” para hacer referencia a las iniciativas de RSC voluntarias que una empresa adopta con la intención de mejorar las condiciones económicas, socioculturales y ambientales de la población en situación de pobreza. Dado que ello implica posicionar a los pobres entre las prioridades de una empresa, este término se refiere al desarrollo turístico pro-pobre aplicado a las empresas turísticas. No obstante, la RSC pro-pobre podría aplicarse igualmente a empresas que operan en otros sectores, como la agricultura o la industria.

En el capítulo teórico de la tesis doctoral también se realizó una revisión de la investigación empírica que ha sido publicada a partir de 1999 sobre los impactos del turismo, en general, y de las organizaciones turísticas, en particular, sobre la pobreza. Dicha revisión abarcó los siguientes aspectos: 1) el ámbito geográfico y el ámbito turístico de las publicaciones que fueron objeto de análisis 2) los métodos de estudio (*i.e.*, fuentes de información, tipos de análisis, medición de la pobreza) y 3) los impactos que sobre la pobreza genera el turismo, en general, y las organizaciones turísticas, en particular (*i.e.*, impactos económicos, socioculturales y ambientales, así como el impacto neto sobre la pobreza). Esta tesis doctoral demuestra que, a partir de 1999, la literatura sobre turismo y alivio de la pobreza ha experimentado una tendencia de crecimiento en el número de publicaciones, y que la mayoría de las investigaciones empíricas sobre los impactos de las organizaciones turísticas han sido publicadas a partir de 2007, por lo que podemos concluir que se trata de un tópico de investigación emergente. Además, la mayoría de estas investigaciones fueron aplicadas en el continente africano, el cual es considerado la zona con mayores tasas de pobreza a nivel mundial.

La primera contribución de esta revisión bibliográfica se refiere a la importancia de especificar de manera clara el ámbito turístico de la investigación (*i.e.*, tipos de organizaciones turísticas, productos turísticos y mercados turísticos). Dado que los

impactos pueden variar en función del tipo de organización objeto de análisis (e.g., pequeñas o grandes empresas turísticas privadas, empresas de TBC, proyectos turísticos, ONG o agencias gubernamentales), la variedad de organizaciones turísticas debe ser considerada en cualquier intento de discusión del rol del turismo y de las empresas turísticas en el alivio de la pobreza. Una recomendación más general se refiere a incrementar la evidencia empírica sobre cada tipo de organización turística. Los resultados y las conclusiones de los estudios previos también sugieren que algunos productos (e.g., ecoturismo, turismo basado en la naturaleza) y los turistas domésticos, en comparación con los internacionales, pueden generar un mayor impacto sobre el alivio de la pobreza. Por consiguiente, se hace necesario diseñar investigaciones empíricas que analicen cómo determinados productos y mercados turísticos contribuyen a reducir la pobreza en un determinado destino, tal y como en esta tesis doctoral se hizo a través de su investigación empírica, que fue acometida entre establecimientos de alojamiento con diferentes productos y mercados ubicados en África subsahariana.

Una segunda contribución es la identificación de cuatro enfoques diferentes para la medición de la pobreza: 1) el número de residentes, empleados o bien hogares con ganancias inferiores a cierta cantidad de dinero, 2) categorías diferentes de residentes, empleados y hogares pobres atendiendo a sus ingresos, tipo de trabajo, ocupación profesional o vulnerabilidad, 3) evaluación de la pobreza por parte de ONG internacionales y 4) las percepciones de una variedad de individuos (*i.e.*, residentes, empleados, representantes de organizaciones turísticas, grupos de poder e informantes clave). Considerando que la pobreza es un concepto multidimensional, en esta tesis doctoral se recomienda que se combinen los enfoques económicos para la medición de la pobreza con los indicadores de desarrollo humano. Con la finalidad de facilitar la comparación de los resultados de las investigaciones sobre turismo y pobreza, también se recomienda el desarrollo de un método general para la medición de la pobreza.

Una tercera contribución es la descripción detallada de la metodología que ha sido aplicada en la evaluación de los impactos de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza. De esta descripción se concluye que la utilización de fuentes secundarias de información se convierte en necesaria, pero no es suficiente. De hecho, 14 de las 16 investigaciones empíricas analizadas sobre organizaciones turísticas y pobreza adoptaron fuentes primarias de información, siendo las entrevistas semi-

estructuradas el tipo de cuestionario más usado. Otra conclusión se refiere a la complejidad del diseño del trabajo de campo, por cuanto que se podrían entrevistar una amplia variedad de individuos, entre los que se han considerado los siguientes: representantes gubernamentales, responsables y gestores de ONG, académicos, representantes de organizaciones turísticas y proveedores, residentes locales y empleados de organizaciones turísticas y proveedores. Sin embargo, 10 estudios administraron entrevistas entre un número reducido de individuos que varían entre 9 y 65. Aunque la selección de la muestra y del método de estudio depende de la naturaleza de la investigación, así como de las condiciones de ésta (e.g., presupuesto, plazos), se recomienda el diseño de tamaños muestrales adecuadas para grandes poblaciones. Una recomendación adicional es la evaluación de las posibles asociaciones entre las características de las organizaciones turísticas (e.g., tamaño, propiedad, tipo de oferta, iniciativas de RSC) y la pobreza (e.g., nivel de pobreza, medidas económicas y no económicas de la pobreza). En este sentido, se podrían considerar análisis bivariantes o multivariantes.

Una última contribución de la revisión de la investigación empírica previa consiste en una discusión integral de los impactos del turismo, en general, y de las organizaciones turísticas, en particular, sobre el alivio de la pobreza. Existe cierto consenso respecto a que las empresas turísticas privadas contribuyen a reducir la pobreza en los ámbitos locales, regionales y nacionales, pero se sugiere, a partir del análisis de las publicaciones seleccionadas, que su contribución está vinculada a la adopción de iniciativas voluntarias de RSC por parte de las empresas turísticas. Las empresas y proyectos de TBC también generan un impacto neto positivo sobre el alivio de la pobreza, pero con frecuencia es insignificante debido al pequeño volumen de sus operaciones. Al margen del impacto neto de las organizaciones turísticas en el alivio de la pobreza, en esta tesis doctoral también se evaluaron los impactos económicos, socioculturales y ambientales. En este sentido, se recomienda llevar a cabo investigaciones empíricas que adopten la misma metodología y medición de la pobreza con la finalidad de estimar los impactos de diferentes tipos de organizaciones e identificar los posibles determinantes.

Además de las contribuciones antes mencionadas relativas a la revisión teórica, en general, y la revisión de la investigación empírica, en particular, esta tesis doctoral realiza una contribución adicional a la literatura sobre turismo, responsabilidad social corporativa y alivio de la pobreza, que todavía se encuentra en una situación de ‘terra

incognita' entre los académicos del ámbito turístico (Zhao y Ritchie, 2007; Zeng y Ryan, 2012). Concretamente, para cumplir con el segundo objetivo de la tesis, se generó un modelo teórico sobre los antecedentes y los beneficios de la RSC de las empresas turísticas y de su compromiso con el alivio de la pobreza, mediante la aplicación de un enfoque de desarrollo sostenible basado en la RSC y la consideración de los resultados de la revisión de la investigación empírica previa sobre turismo y alivio de la pobreza. En el modelo teórico, que viene descrito en el epígrafe 1.5 (véase figura 1-3) se recoge un conjunto de posibles asociaciones teóricas que son agrupadas en tres grandes bloques de hipótesis: 1) la influencia positiva de la actividad de RSC voluntaria de las empresas turísticas sobre su compromiso con el alivio de la pobreza, 2) la influencia de una amplia gama de características internas de las empresas turísticas y de condiciones del entorno turístico sobre la actividad de RSC voluntaria y el compromiso con el alivio de la pobreza de las empresas turísticas, y 3) la influencia de la RSC voluntaria y del compromiso con el alivio de la pobreza en los resultados empresariales de las empresas turísticas. Estas hipótesis fueron evaluadas en la investigación empírica que fue acometida entre establecimientos de alojamiento turístico que están ubicados en varios países de África subsahariana, esencialmente en Kenia, Sudáfrica, Cabo Verde y Tanzania. En el siguiente apartado se presentarán las principales conclusiones obtenidas en esta investigación empírica.

Contribuciones, limitaciones, recomendaciones académicas e implicaciones profesionales a partir de la investigación empírica

Las contribuciones académicas de la investigación empírica presentada en esta tesis doctoral deben asociarse a su carácter novedoso y, por tanto, exploratorio, pudiéndose destacar que, de manera pionera, se desarrolla una escala de medida del compromiso con el alivio de la pobreza. Dado que la validez de esta escala podría ser objeto de mejora, una recomendación para futuras investigaciones se refiere a la inclusión de ítems adicionales que pudiesen mejorar la escala de medición desarrollada en esta investigación. Para ello, sería interesante profundizar en el concepto de pobreza e identificar ítems adicionales a los utilizados en esta investigación.

Otra contribución de la investigación empírica es la generación de evidencias sobre la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza de establecimientos de alojamiento turístico de diferentes categorías (e.g., en función del tipo de alojamiento, tamaño, precio), que están localizados en varios países de África, que ofrecen productos

turísticos diferentes y que operan en mercados turísticos también distintos, por lo que en una misma investigación se ha recopilado y analizado información sobre una amplia variedad de ámbitos y contextos turísticos. Tal y como fue apuntado en la revisión teórica, estas investigaciones escasean y son necesarias para poder llegar a conclusiones generales y por tipos de actividad turística. En este sentido, la participación de 239 alojamientos (*i.e.*, 84 de Kenia, 73 de Sudáfrica, 26 de Cabo Verde, 25 de Tanzania, 5 de Mauricio y 27 de otros países) supone la cifra más elevada de participación de empresas respecto a las investigaciones empíricas previas sobre turismo y alivio de la pobreza que fueron analizadas en el capítulo de revisión teórica. Las características del tópico de investigación podrían explicar el reducido porcentaje de respuesta sobre la muestra total seleccionada en esta investigación y otros estudios previos. Además, en esta investigación se ha tenido la dificultad añadida de no poder disponer de bases de datos completas y actualizadas de alojamientos turísticos en países africanos, por lo que el investigador se ha visto forzado a integrar y actualizar varias ya existentes.

Una tercera contribución se refiere a la generación, de manera pionera, de evidencias sobre los siguientes aspectos: 1) la asociación entre la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza, 2) la influencia de ciertas características internas de los alojamientos y de su entorno sobre el compromiso con el alivio de la pobreza, y 3) los efectos que sobre los resultados financieros y estratégicos de la actividad empresarial ocasiona el compromiso con el alivio de la pobreza. Así mismo, en esta investigación se ha evaluado, también de manera exploratoria, la influencia de la transferencia de conocimiento con otras organizaciones del entorno como posible determinante de la actividad de RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza.

Una cuarta contribución consiste en la propuesta de un modelo, también pionero y exploratorio, sobre los antecedentes y las consecuencias de la RSC y del compromiso con el alivio de la pobreza, que fue desarrollado a partir del análisis de la información recopilada sobre las variables recogidas en las hipótesis y otras variables que también fueron observadas, como es el caso de los resultados sociales de la actividad empresarial y el alivio de la pobreza como propósito de la actividad de RSC (véase figura 3-1). En términos generales, este modelo plantea, en primer lugar, que la legislación nacional sobre RSC y el nivel de pobreza en la zona de ubicación del alojamiento, como condiciones básicas del entorno de la actividad de RSC, influyen en que el alojamiento considere el alivio de la pobreza como un propósito de su actividad

de RSC. En segundo lugar, se sugiere que la transferencia de conocimiento útil con otras organizaciones locales juega un papel importante en la actividad de RSC y se ve afectada por las condiciones del entorno y la importancia del alivio de la pobreza para la empresa. En tercer lugar, se recoge una posible asociación entre la RSC y el compromiso con el alivio de la pobreza. Y, en cuarto lugar, se propone una influencia del compromiso con el alivio de la pobreza sobre los resultados económicos de las empresas (*i.e.*, resultados financieros y estratégicos) y sus resultados sociales (*i.e.*, contribución al alivio de la pobreza y a la reducción de la desigualdad social, así como la distribución justa de los ingresos entre los grupos de poder).

A continuación, se procederá a discutir los principales resultados que fueron obtenidos en la investigación empírica, siguiendo para ello el orden establecido en el capítulo de resultados. En la tabla 4-1 se exhibe un resumen de las conclusiones obtenidas para cada hipótesis atendiendo a los resultados generados por los análisis bivariantes que fueron acometidos: tests de diferencia de medias (análisis ANOVA de un factor y test de la *t* para muestras independientes) y tests de correlación lineal (coeficiente lineal *r* de Pearson). En este capítulo de conclusiones, se comentarán los resultados derivados de los diversos análisis jerárquicos de regresión lineal que fueron realizados con la intención de evaluar los efectos conjuntos.

Tabla 4-1: Resumen de resultados sobre las hipótesis

HIPÓTESIS	RESULTADOS SIGNIFICATIVOS
H1: Influencia de la RSC en el compromiso con el alivio de la pobreza	Se acepta la hipótesis H1: <ul style="list-style-type: none"> La RSC ética influye en las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza La RSC discrecional influye en las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza
H2: Influencia de las características de los alojamientos en la RSC H2a: Tipo de establecimiento H2b: Tamaño H2c: Vinculación a una cadena H2d: Tipo de propiedad H2e: Categoría del establecimiento H2f: Localización H2g: Tipo de turismo H2h: Procedencia de la clientela	Se aceptan las sub-hipótesis H2a, H2b, H2e y H2f, y, por tanto, la hipótesis H2: <ul style="list-style-type: none"> El tipo de establecimiento influye en la RSC discrecional El tamaño influye positivamente en la RSC ética y la RSC discrecional La categoría del establecimiento influye positivamente en la RSC discrecional El país de localización influye en la RSC ética y la RSC discrecional
H3: Influencia de las características de los alojamientos en el compromiso con el alivio de la pobreza H3a: Tipo de establecimiento H3b: Tamaño H3c: Vinculación a una cadena H3d: Tipo de propiedad H3e: Categoría del establecimiento H3f: Localización H3g: Tipo de turismo H3h: Procedencia de la clientela	Se aceptan las sub-hipótesis H3a, H3b, H3e, H3f, H3g y H3h, y, por tanto, la hipótesis H3: <ul style="list-style-type: none"> El tipo de establecimiento influye en el compromiso con la pobreza económica local El tamaño influye positivamente en tres dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: pobreza social, creación de empleo social y pobreza económica La categoría del establecimiento influye en el compromiso con el alivio de la pobreza social y ambiental El país de localización influye en las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza La zona turística influye en las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza El tipo de turismo influye en el compromiso con el alivio de la pobreza social y la pobreza ambiental La procedencia de los clientes influye en el compromiso con la pobreza ambiental
H4: Influencia del nivel de pobreza de la zona en la RSC	Se acepta la hipótesis H4: <ul style="list-style-type: none"> El nivel de pobreza en la zona influye positivamente en la RSC discrecional
H5: Influencia del nivel de pobreza de la zona en el compromiso con el alivio de la pobreza	Se acepta la hipótesis H5: <ul style="list-style-type: none"> El nivel de pobreza en la zona influye positivamente en el compromiso con el alivio de la pobreza social
H6: Influencia de la transferencia de conocimiento en la RSC	Se acepta la hipótesis H6: <ul style="list-style-type: none"> La transferencia de conocimiento influye en la RSC ética y la RSC discrecional
H7: Influencia de la transferencia de conocimiento en el compromiso con el alivio de la pobreza	Se acepta la hipótesis H7: <ul style="list-style-type: none"> La transferencia de conocimiento influye en las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza social
H8: Influencia de la regulación nacional sobre RSC en la RSC	Se acepta la hipótesis H8: <ul style="list-style-type: none"> La regulación nacional sobre RSC influye en la RSC discrecional
H9: Influencia de la regulación nacional sobre RSC en el compromiso con el alivio de la pobreza	Se acepta la hipótesis H9: <ul style="list-style-type: none"> La regulación nacional sobre RSC influye en el compromiso con el alivio de la pobreza social
H10: Influencia de la RSC en los resultados de la actividad empresarial	Se acepta la hipótesis H10: <ul style="list-style-type: none"> La RSC ética y la RSC discrecional influyen positivamente en los resultados financieros y estratégicos
H11: Influencia del compromiso con el alivio de la pobreza en los resultados de la actividad empresarial	Se acepta la hipótesis H11: <ul style="list-style-type: none"> Las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza influyen positivamente en los resultados financieros y estratégicos

Los resultados de los análisis jerárquicos de regresión múltiple que fueron efectuados para evaluar el efecto que sobre las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza tienen las características internas de los establecimientos de alojamiento y las condiciones del entorno, permiten extraer las siguientes conclusiones:

La transferencia de conocimiento útil con organizaciones locales contribuye a explicar de manera positiva y significativa las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Concretamente, esta condición del entorno es la que muestra mayores niveles de significación, alcanzando los siguientes valores de β : 0,686 para el compromiso con el alivio de la pobreza social, 0,650 para la creación de empleo social, 0,677 para la pobreza ambiental y 0,564 para la pobreza económica.

La ausencia de literatura previa sobre la asociación entre la transferencia de conocimiento y el compromiso con el alivio de la pobreza no permite la comparación de resultados con estudios previos. Considerando estos resultados, una implicación profesional de esta investigación se refiere a que cualquier estrategia de la Administración o de las agencias internacionales para el desarrollo, como es el caso de la UNCTAD, que pretenda fomentar la RSC pro-pobre o el compromiso con el alivio de la pobreza por parte de las empresas de alojamiento turístico debería incluir iniciativas para fomentar la cooperación y el intercambio de información y conocimiento entre estas empresas y otras organizaciones locales, como los propios gobiernos, las comunidades locales y los empresarios locales. Así mismo, aquellas empresas de alojamiento interesadas en incrementar su actividad de RSC pro-pobre podrían adoptar medidas en este mismo sentido.

La zona turística en la que se localiza el establecimiento de alojamiento también resultó significativa para explicar las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. En primer lugar, se observa que los establecimientos ubicados en zonas rurales, en comparación con los situados en zonas costeras, exhiben un mayor compromiso con las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Cuando los establecimientos rurales son comparados con los urbanos se observa que son los rurales los que apuntan un mayor compromiso con la pobreza social, la creación de empleo social y la pobreza ambiental. Los establecimientos rurales también muestran un mayor compromiso con la creación de empleo social y el alivio de la pobreza ambiental que los localizados en zonas suburbanas. Los valores β obtenidos

para las tres variables dicotómicas creadas para los establecimientos en la costa, los urbanos y los suburbanos varían entre -0,120 y -0,428.

Estos resultados podrían explicarse por la existencia de ciertas características diferenciadoras de las zonas rurales que fomentan la actividad de RSC pro-pobre por parte de las empresas de alojamiento. A modo de ejemplo, el turismo que se desarrolla en las zonas rurales cuenta entre sus atractivos turísticos el medio ambiente y el patrimonio local, así como el posible contacto de los turistas con la población rural. Ello podría conducir a las empresas de alojamiento a contribuir en mayor medida al bienestar de la población local y a la conservación del medio ambiente y patrimonio local. La necesidad de contar con proveedores locales adecuados también podría explicar una mayor inversión en iniciativas conducentes a un mayor intercambio comercial y social con la comunidad local, e incluso a la dinamización de las empresas locales. La mayor presencia de pobres en zonas rurales, en comparación con zonas urbanas, podría igualmente animar a las empresas de alojamiento a mostrar un mayor compromiso con el alivio de la pobreza. Atendiendo a esta conclusión, se recomienda realizar investigaciones adicionales que permitan conocer qué características de las zonas rurales fomentan la actividad de RSC pro-pobre en las zonas rurales. Como implicación profesional se plantea la necesidad de incrementar el compromiso con el alivio de la pobreza especialmente entre las empresas de alojamiento ubicadas en zonas costeras, urbanas y suburbanas. Para ello, se podría diseñar un plan de actuación específico que busque una mayor concienciación de los responsables de estas empresas con los problemas sociales, en general, y la pobreza y la desigualdad social, en particular.

El tipo de turismo que ofrece el alojamiento resultó igualmente significativo para explicar tres dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Concretamente, el turismo de costa afecta positivamente al compromiso con la creación de empleo social ($\beta = 0,254$), la pobreza ambiental ($\beta = 0,266$) y la pobreza económica ($\beta = 0,235$). Por su parte, el turismo de *wildlife* (vida salvaje) influye negativamente en la creación de empleo social ($\beta = -0,159$), el turismo de montaña lo hace positivamente en la pobreza ambiental ($\beta = 0,163$) y el ecoturismo influye positivamente en la pobreza económica local ($\beta = 0,187$).

Una implicación profesional de estos resultados se refiere a la conveniencia de formular estrategias de desarrollo y comercialización de productos turísticos en

función de sus posibles contribuciones a las auténticas y particulares necesidades económicas, sociales y ambientales del destino. A modo de ejemplo, las zonas turísticas en África con una importante presencia de parques nacionales y reservas de fauna salvaje, pero a la vez con necesidad de crear empleos atendiendo a las necesidades sociales de la comunidad, quizás no deberían apostar por el turismo de *wildlife*, sino por otras modalidades turísticas que parecen contribuir más a la mejora del bienestar de la población local y la resolución de los principales problemas sociales y ambientales, como podría ser el turismo de montaña o el ecoturismo. En tal sentido, se recomienda la realización de investigaciones empíricas adicionales que pretendan profundizar en los beneficios sociales, ambientales y económicos de los diversos productos turísticos que podrían ofrecer las zonas con mayores niveles de pobreza y desigualdad social.

El tipo de alojamiento (*i.e.*, hotel, *lodge*, casa de huéspedes, camping, otros alojamientos) influyó en dos dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza. Por una parte, las casas de huéspedes, en comparación con los alojamientos calificados como “otros”, muestran un menor compromiso con la creación de empleo social ($\beta = -0,258$) y la pobreza económica ($\beta = -0,203$). Por otra parte, los hoteles también muestran un menor compromiso con la pobreza ambiental ($\beta = -0,318$).

Atendiendo a estos resultados, la principal implicación profesional se refiere a que cualquier estrategia de desarrollo turístico debería incluir los tipos de alojamiento que supongan mayores beneficios sociales, ambientales y económicos para el destino. En cualquier caso, sorprende que los hoteles, que por lo general se corresponden con el tipo de alojamiento más importante en el sector de alojamiento, exhiban un menor compromiso con la pobreza ambiental de los alojamientos integrados en la categoría de “otros”. Ello podría deberse a que en esta categoría se hayan incluido alojamientos de ecoturismo que presten una atención especial al medio ambiente.

Considerando las conclusiones anteriores, referidas al efecto conjunto de las características de las empresas sobre el compromiso con el alivio de la pobreza, se considera relevante destacar que los resultados obtenidos en esta investigación no indican una influencia significativa del tamaño, el tipo de propiedad y la vinculación a una cadena de alojamiento, tal y como sugieren algunos estudios previos (*e.g.*, Manyara y Jones, 2007; McGehee *et al.*; Scheyvens y Russell, 2012a ; Bagur-Femenías *et al.*, 2015).

El compromiso con la creación de empleo social se ve afectado de manera significativa por otras características internas y condiciones del entorno distintas a las mencionadas con anterioridad. De manera específica, la presencia de turistas internacionales explica que los alojamientos muestren un mayor compromiso con esta dimensión de la pobreza ($\beta = 0,115$). Por el contrario, cuanto más desarrollada está la legislación nacional sobre RSC, menor es el compromiso con la creación de empleo social ($\beta = -0,125$).

Estos resultados sugieren que los turistas internacionales, que por lo general proceden de países con niveles inferiores de pobreza que los países representados en esta investigación, podrían ejercer cierta influencia para evitar situaciones de sobrecarga laboral o de cualquier tipo de discriminación laboral, ya que estos turistas interactúan directamente con los empleados de los alojamientos y su nivel de satisfacción se ve afectado por ello. Una implicación profesional que se podría derivar de esta conclusión se refiere a la conveniencia de desarrollar estrategias de marketing encaminadas a atraer turistas exigentes con el compromiso social y ambiental de las empresas, así como con el compromiso con el alivio de la pobreza y la desigualdad social, o con cualquier otro problema social o ambiental que tenga el destino. Con relación a la influencia negativa de la legislación nacional sobre RSC en el compromiso con la creación de empleo social, ello podría deberse a que la legislación podría estar imponiendo prioridades de RSC distintas a la creación de empleo social, por lo que el efecto de esta legislación podría ser contrario al deseado.

La RSC ética influye positivamente en el compromiso con la creación de empleo social ($\beta = 0,383$), el alivio de la pobreza ambiental ($\beta = 0,176$) y el alivio de la pobreza económica local ($\beta = 0,448$). Por tanto, parece que el comportamiento ético se expresa esencialmente en la relación con la sociedad, el medio ambiente y la economía, siendo algo más discrecional el compromiso con la creación de empleo social. De esta conclusión se plantea como implicación profesional la necesidad de que la Administración y las agencias de desarrollo internacionales fomenten la RSC ética entre las empresas de alojamiento que operan en destinos con elevados niveles de pobreza social, ambiental y económica.

La RSC discrecional influye positivamente en el compromiso con el alivio de la pobreza social ($\beta = 0,279$), la creación de empleo social ($\beta = 0,207$) y el alivio de la pobreza ambiental ($\beta = 0,299$). Estos resultados sugieren que las relaciones económicas con la

comunidad local podrían estar guiadas esencialmente por criterios basados en el negocio y la ética, y no tanto por las iniciativas discrecionales de RSC pro-pobre. Es por ello que una implicación profesional sería la conveniencia de fomentar la RSC discrecional de las empresas turísticas en destinos con importantes problemas de desigualdad social en el ámbito laboral, así como evidentes problemas sociales y ambientales.

La influencia significativa de cada dimensión de la RSC sobre tres de las cuatro dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza supone la generación de evidencias que confirman la importancia de la RSC como un instrumento esencial para promover el desarrollo sostenible de las empresas, así como para generar beneficios para los pobres (McLachlan y Binns, 2014).

Los resultados financieros de la actividad empresarial se ven afectados positivamente por el compromiso con el alivio de la pobreza económica local ($\beta = 0,310$). Las restantes dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza no resultaron significativas, al igual que la RSC ética y la RSC discrecional. Por consiguiente, esta investigación sugiere la inexistencia de una influencia significativa de la actividad RSC sobre los resultados financieros corporativos, si bien la literatura previa ha generado resultados muy variados (Lee y Park, 2009; Inoue y Lee, 2011; Garay y Font, 2013; Lee *et al.*, 2013).

La influencia significativa del compromiso con el alivio de la pobreza económica sugiere la existencia de un posible interés económico o financiero en la adopción de actividades de RSC a favor de los pobres por parte de los establecimientos de alojamiento turístico. Por tal motivo, se recomienda la adopción de medidas por parte de la Administración y agencias de desarrollo encaminadas a fomentar el interés de las empresas turísticas por las restantes dimensiones del compromiso con el alivio de la pobreza: la creación de empleos sociales, la pobreza social y la pobreza ambiental.

Los resultados estratégicos de la actividad empresarial se ven afectados positivamente por la RSC discrecional ($\beta = 0,169$), el compromiso con el alivio de la pobreza social ($\beta = 0,211$) y el compromiso con el alivio de la pobreza económica ($\beta = 0,311$). Estas asociaciones significativas sugieren que las actividades de RSC relacionadas con el medio ambiente, que parecen ser las más habituales en el ámbito empresarial (*e.g.*, Springett, 2013; Barkemeyer *et al.*, 2014), no generan beneficios estratégicos significativos como, por ejemplo, la mejora de la imagen o reputación de la empresa

o de las relaciones con la comunidad. Los efectos positivos que sobre el compromiso con el alivio de la pobreza tienen la RSC ética y la RSC discrecional sugieren como implicación profesional la necesidad de comunicar estos resultados entre las empresas de alojamiento, con la finalidad de estimular su actividad de RSC voluntaria pro-pobre.

Además de las implicaciones y recomendaciones profesionales específicas antes mencionadas, en términos generales, se recomienda el diseño de legislaciones que exijan ciertos estándares legales de RSC pro-pobre (*e.g.*, exigiendo dar prioridad a los residentes locales y a los integrantes de ciertos grupos minoritarios en los procesos de selección o bien mantener y ampliar los vínculos con los proveedores locales) siempre en función de las auténticas necesidades económicas, sociales y ambientales del destino. También se recomienda a los gobiernos y las agencias de desarrollo que animen las iniciativas de RSC pro-pobre mediante la comunicación de su potencial como fuente de beneficios financieros y estratégicos para la empresa.

De manera específica y a modo de ejemplo, podrían popularizar la RSC pro-pobre mediante la publicación periódica de información respecto a iniciativas exitosas adoptadas por determinadas empresas turísticas o ciertos sectores empresariales. Así mismo, podrían diseñar certificaciones de calidad de RSC pro-pobre e incluso premios que reconozcan a las empresas que muestran un importante compromiso con el alivio de la pobreza, ya que ello podría beneficiarles económicamente a través de un efecto positivo sobre la imagen y reputación de estas empresas.

Como ya se ha sugerido previamente, la principal limitación del trabajo gira en torno a la representatividad de la muestra y a la extrapolación de los resultados a otros sectores. A este respecto, se debe considerar el ámbito al que se circunscriben las empresas que componen la muestra de este estudio, esto es, a los alojamientos turísticos ubicados en África subsahariana.

Esta limitación, junto al carácter exploratorio de algunas medidas y asociaciones entre variables, como es el caso de la medida del compromiso con el alivio de la pobreza o de la asociación entre esta medida y la RSC, aconseja la realización de futuros trabajos de investigación que mejoren algunas medidas utilizadas en esta investigación y repliquen el modelo planteado en otros contextos turísticos y geográficos, al objeto de llevar a cabo un estudio comparativo que permita obtener evidencias sobre la posible existencia de diferencias entre sectores de actividad turística y no turística, y

entre diversos marcos geográficos. También sería recomendable profundizar en los resultados obtenidos en esta investigación mediante técnicas cualitativas de investigación, como por ejemplo la realización de entrevistas semi-estructuradas a informantes clave en los propios países de África subsahariana.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, J.C. y Gerbing, D.W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103 (3): 411-423.
- Anderson, W. (2014). Cultural tourism and poverty alleviation in rural Kilimanjaro, Tanzania. *Journal of Tourism and Cultural Change*. DOI: 10.1080/14766825.2014.935387.
- Ashley, C. (2006). Participation by the Poor in Luang Prabang Tourism Economy: Current Earnings and Opportunities for Expansion. *Overseas Development Institute*, Working paper 273.
- Ashley, C. y Roe, D. (2002). Making tourism work for the poor: strategies and challenges in southern Africa. *Development Southern Africa*, 19(1): 61-82.
- Ashley, C., Boyd, C, y Goodwin, H. (2000). Pro-poor tourism: Putting poverty at the heart of the tourism agenda. *Natural Resource Perspectives*, 51: 1-6.
- Babalola, A.B. y Ajekigbe, P.G. (2007). Poverty alleviation in Nigeria: Need for the development of archaeo-tourism. *Anatolia*, 18(2): 223-242.
- BAfD (1998). *African Development Report 1998*. BAfD: Abidjan. Costa de Marfil.
- BAfD (2014a). *African Development Report 2014: Regional Integration for Inclusive Growth*. BAfD: Abidjan. Costa de Marfil.
- BafD (2014b). *In-Depth Situational Analysis of the Reliability of Economic Statistics in África: With a Special Focus on GDP Measurement & Methodological Requirements*. Statistical Capacity Building Division, Statistics Department, ECON Complex, Febrero 2014.
- BAfD, NYU y ATA (2014). *Africa Tourism Monitor Volume 2 - Issue 1*. Nueva York y Abiyán: BAfD, NYU y ATA. Estados Unidos y Costa de Marfil.
- BAfD, OECD y PNUD (2014). *African Economic Outlook 2014: Global Value Chains and Africa's Industrialisation*. París: OECD Publishing. Francia.
- Bagur-Femenías, L., Martí, J. y Rocafort, A. (2015). Impact of sustainable management policies on tourism companies' performance: the case of the metropolitan region of Madrid. *Current Issues in Tourism*, 18 (4): 376-390.
- Banco Mundial (1978). *World Development Report, 1978*. Washington, D.C: The World Bank. Estados Unidos.
- Banco Mundial (2009). *A Unified Approach to Measuring Poverty and Inequality: Theory and Practice*. Washington: The World Bank. Estados Unidos.
- Banco Mundial (2010). *Sub-Saharan Africa Hospitality Sector Overview*. Washington, DC: World Bank. Estados Unidos.

- Banco Mundial (2013a). *A Unified Approach to Measuring Poverty: Theory and Practice*. Washington, DC: World Bank. Estados Unidos.
- Banco Mundial (2013b). *Africa's Pulse: An analysis of issues shaping Africa's economic future, Volume 8*. Washington, D.C: The World Bank. Estados Unidos.
- Banco Mundial (2015a). *Global Monitoring Report 2014/2015: Ending Poverty and Sharing Prosperity*. Washington, D.C: The World Bank. Estados Unidos.
- Banco Mundial (2015b). *Africa's Pulse: An analysis of issues shaping Africa's economic future, Volume 12*. Washington, D.C: The World Bank. Estados Unidos.
- Barkemeyer, R., Holt, D., Preuss, L., Tsang, S. (2014). What happened to the development? in sustainable development? Business guidelines two decades after Brundtland. *Sustainable Development*, 22: 15-32.
- Barnett, M.L. y Salomon, R.M. (2006). Beyond Dichotomy: The Curvilinear Relationship between Social Responsibility and Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 27(11): 1101-1122.
- Blake, A. (2008). Tourism and income distribution in East Africa. *International Journal of Tourism Research*, 10(6), 511-524.
- Blake, A., Arbache, J.S., Sinclair, M.T. y Teles, V. (2008). Tourism and poverty relief. *Annals of Tourism Research*, 35(1): 107-126.
- Blome, C., Schoenherr, T. y Eckstein, D. (2014). The impact of knowledge transfer and complexity on supply chain flexibility: A knowledge-based view. *International Journal of Production Economics*, 147(B): 307-316.
- Bowden, J.Y. (2005). Pro-poor tourism and the Chinese experience, Asia Pacific. *Journal of Tourism Research*, 10(4): 379-398.
- Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C. y Poussing, N. (2013). Are firms with different CSR profiles equally innovative? Empirical analysis with survey data. *European Management Journal*, 31: 642- 654.
- Briedenhann, J. (2011). Economic and Tourism Expectations of the 2010 FIFA World Cup - A Resident Perspective. *Journal of Sport Tourism*, 16(1): 5-32(28).
- Burns, P.M. (2004). Tourism planning: A third way? *Annals of Tourism Research*, 31(1), 24-43.
- Butcher, J. (2011). Can ecotourism contribute to tackling poverty? The importance of 'symbiosis'. *Current Issues in Tourism*, 14(3): 295-307.
- Butler R., Curran, R. y O'Gorman, K.D. (2013). Pro-poor tourism in a first world urban setting: case study of Glasgow Govan. *International Journal of Tourism Research*, 15: 443-457.
- Butler, R. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse? *Journal of Travel Research*, 28(3), 40-45.

- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4: 497-505.
- Centro Internacional para el Turismo Responsable (2015). [En línea] URL: <http://www.icrtourism.org>. Fecha de acceso: 10.06.2015.
- Chen, S. y Ravallion, M. (2013). More Relatively-Poor People in a Less Absolutely-Poor World. *Review of Income and Wealth*, 59 (1): 1-28.
- Chok, S., Macbetha, J. y Warren, C. (2007). Tourism as a Tool for Poverty Alleviation: A Critical Analysis of 'Pro-Poor Tourism' and Implications for Sustainability. *Current Issues in Tourism*, 10 (2-3): 144-165.
- Christie, I., Fernandes, E., Messerli, H. y Twining-Ward, L. (2013). *Tourism in Africa: Harnessing Tourism for Growth and Improved Livelihoods*. Washington, DC: 2013 International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Estados Unidos.
- Clarkson, M.B.E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1): 92-117.
- Coles, T., Fenclova, E., Dinan, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility: a critical review and research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 6: 122-141.
- Comisión Europea, Dirección General de Cooperación Internacional y Desarrollo EuropeAid, Grupo de Sistemas de Información Geográfica (2012). Sub-saharian Africa Region [Mapa]. Recuperado el 2 de octubre de 2015 de: http://capacity4dev.ec.europa.eu/system/files/imagecache/geo_grid/images/region/page/sub-saharan_africa.png.
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987). *Our Common Future: the Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford: Oxford University Press. Inglaterra.
- Croes, R. (2014). The role of tourism in poverty reduction: An empirical assessment. *Tourism Economics*, 20(2), 207-226.
- Croes, R. y Vanegas, M. (2008). Cointegration and causality between tourism and poverty reduction. *Journal of Travel Research*, 47: 94-103.
- Deller, S. (2010). Rural poverty, tourism and spatial heterogeneity. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 180-205.
- De Grosbois, D. (2011). Corporate social responsibility reporting by the global hotel industry: Commitment, initiatives and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31: 896- 905.
- Díaz de Rada, V. (2012). Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet. *Papers: revista de sociologia*, 97 (1): 193-223.
- Dillman, D.A. (2000). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method (2nd ed.)*. Nueva York: Wiley. Estados Unidos.

- Duygan, B. y Bump, J.B. (2007). Can trade help poor people? The role of trade, trade policy and market access in Tanzania. *Development Policy Review*, 25(3), 293-310.
- Dwyer, L. y Thomas, F. (2012). Tourism yield measures for Cambodia. *Current Issues in Tourism*, 15(4), 303-328.
- Dwyer, L. y Thomas, F. (2012). Tourism yield measures for Cambodia. *Current Issues in Tourism*, 15(4), 303-328.
- Ekwe-Ekwe, H. (2007). What Is "Sub-Sahara Africa"?. *West Africa Review*, 11.
- Eweje, G. (2007). Strategic partnership between MNEs and civil society: the post-WSSD perspectives. *Sustainable Development*, 15: 15-27.
- Ferraro, P.J. y Hanauer, M.M. (2014). Quantifying causal mechanisms to determine how protected areas affect poverty through changes in ecosystem services and infrastructure. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(11), 4332-4337.
- FMI (2012). *Ficha técnica: Documentos de estrategia de lucha contra la pobreza (DELP)*. Washington: FMI. Estados Unidos.
- FMI (2015). *Regional Economic Outlook: Sub-Saharan Africa - Navigating Headwinds*. Washington, D.C.: FMI. Estados Unidos.
- Font, X., Tapper, R., Schwartz, K. y Kornilaki, M. (2008). Sustainable Supply Chain Management in Tourism. *Business Strategy and the Environment*, 17: 260-271
- Frey, N. y George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31 (5): 621-628.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits [Artículo de prensa] Friedman, M. (1970). *New York Times Magazine*, 13 (32-33): 122-126.
- Galbreath, J. (2010). How does corporate social responsibility benefit firms?: Evidence from Australia. *European Business Review*, 22 (4): 411-431.
- Garay, L. y Font, X. (2013). Corporate social responsibility in tourism small and medium enterprises - evidence from Europe and Latin America. *Tourism Management Perspectives*, 7: 38-46.
- Gobierno de Kenia (2013). *National Tourism Strategy 2013-2018*. Nairobi: Ministry of East Africa, Commerce and Tourism. Kenia.
- Godfrey, P.C. y Hatch, N.W. (2007) Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century. *Journal of Business Ethics*. 70(1): 87-98.
- Goldstein, A. (2002). The New Regionalism in Sub-Saharan Africa: More Than Meets the Eye?. *OECD Development Centre*, Policy Brief No. 20.

- Goodwin, H. (2008). Pro-poor tourism: A response. *Third World Quarterly*, 29(5): 869-871.
- Guoqing, H. y Yang, Z. (2012). Research on tourism poverty alleviation model of Reservoir region. *Communications in Computer and Information Science*, 268 CCIS (2): 603-608.
- Gurung, D.B. y Seeland K. (2011). Ecotourism benefits and livelihood improvement for sustainable development in the nature conservation areas of Bhutan. *Sustainable Development*, 19: 348-358.
- Handley, G., Higgins, K., Sharma, B., Bird, K. y Cammack, D. (2009). Poverty and poverty reduction in sub-Saharan Africa: An overview of the issues. *Overseas Development Institute*, Working Paper 299.
- Harrison, D. (2008). Pro-poor tourism: A critique. *Third World Quarterly*, 29(5), 851-868.
- Hill, T., Nel, E. y Trotter, D. (2006). Small-scale, nature-based tourism as a pro-poor development intervention: Two examples in Kwazulu-Natal, South Africa. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 27(2), 163-175.
- Holcomb, J.L., Upchurch, R.S. y Okumus F. (2007). Corporate social responsibility: what are top hotel companies reporting? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6): 461-475.
- Holden, A., Sonne, J. y Novelli, M. (2011). Tourism and poverty reduction: An interpretation by the poor of Elmina, Ghana. *Tourism Planning and Development*, 8(3): 317-334.
- Hsiu-Fen, L. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower*, 28 (3/4): 315-332.
- IINUDS (2011). *Combatir la pobreza y la desigualdad: Cambio estructural, política social y condiciones políticas (Sinopsis)*. Ginebra: IINUDS. Suiza.
- Inoue, Y. y Lee, S. (2011). Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries. *Tourism Management*, 32: 790-804.
- Instituto Nacional de Estadística de Cabo Verde (2015). *Estatísticas do Turismo 2014 - Inventário Anual dos Estabelecimentos Hoteleiros*. Praia: Instituto Nacional de Estatística. Cabo Verde.
- Jänis J. (2012). The role of local policy knowledge in the implementation of Namibian tourism policy. *International Journal of Tourism Policy*, 4(4): 302-316.
- Jiang, M., De Lacy, T., Mkiramweni, N.P. y Harrison, D. (2011). Some evidence for tourism alleviation poverty. *Annals of Tourism Research*, 38(3): 1181-1184.
- Job, H. y Paesler, F. (2013). Links between nature-based tourism protected areas, poverty alleviation and crises - The example of Wasini Island (Kenya). *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1-2: 18-28.

- Kanbur, R. (2010). Globalization, Growth, and Distribution: Framing the Questions. En R. Kanbur y M. Spence, *Equity and Growth in a Globalizing World*. Washington, DC: Commission on Growth and Development. Estados Unidos.
- Ketola T. (2006). From CR-psychopaths to responsible corporations: waking up the inner sleeping beauty of companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13: 98-107.
- Kingombe, C. (2014). África's Rising Middle Class amid Plenty and Extreme Poverty. *European Centre for Development Policy Management (ecdpm)*, Discussion Paper No. 167, Octubre 2014.
- Kirchgeorg, M., Winn, M.I. (2006). Sustainability marketing for the poorest of the poor. *Business Strategy and the Environment*, 15: 171-184.
- Kiregyera, B. (2015). *The Emerging Data Revolution in África - Strengthening the Statistics, Policy and Decision-making Chain*. Stellenbosch: UN MeDIA. Sudáfrica.
- Kolk, A., Van Tulder, R. y Westdijk, B. (2006). Poverty Alleviation as Business Strategy? Evaluating Commitments of Frontrunner Multinational Corporations. *World Development*, 34 (5), 789-801.
- Koutra, C. (2010). Rapid situation analysis: A hybrid, multi-methods, qualitative, participatory approach to researching tourism development phenomena. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 1015-1033.
- Lakner, C., y Milanovic, B. (2013). Global Income Distribution: From the Fall of the Berlin Wall to the Great Recession. Policy Research Working Paper 6719. Washington, D.C: The World Bank. Estados Unidos.
- Lapeyre R. (2010). Community-based tourism as a sustainable solution to maximise impacts locally? The Tsizeb Conservancy case, Namibia. *Development Southern Africa*, 27(5): 757-772.
- Lapeyre R. (2011). The Grootberg lodge partnership in Namibia: towards poverty alleviation and empowerment for long-term sustainability? *Current Issues in Tourism*, 14(3): 221-234.
- Lee, S. y Park, S. (2009). Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goals? *International Journal of Hospitality Management*, 28: 105-112.
- Lee, S., Singal, M., y Kang, K. H. (2013). The Corporate social responsibility-financial performance link in the U.S. restaurant industry: Do economic conditions matter? *International Journal of Hospitality Management*, 32: 2-10.
- Lepper, C.M. y Goebel, J.S. (2010). Community-based natural resource management, poverty alleviation and livelihood diversification: A case study from northern Botswana. *Development Southern Africa*, 27 (5): 726-739.
- Leys, C. (1994). Confronting the African Tragedy. *New Left Review*, 1/204: 33-47.

- Lima, J., Eusébio, C. y Amorim, C. (2011). Combate à exclusão social através de programas de turismo social para famílias economicamente carenciadas. *Proceedings of the 1st International Conference on Tourism & Management Studies*, Algarve, Portugal, 639-653.
- Lindgreen, A., Swaen, V. y Johnson, W. (2009). Corporate Social Responsibility: An Empirical Investigation of U.S. Organizations. *Journal of Business Ethics*, 85: 303-323.
- Luvanga, N. (2005). *The Role of Tourism in Poverty Alleviation in Tanzania*. Dar es Salaam: Mkuki na Nyota Publishers. Tanzania.
- Mahajan, V. (2008). *África Rising: How 900 Million African Consumers Offer More Than You Think*. Nueva York: Prentice Hall. Estados Unidos.
- Maignan, I. y Ferrell, O.C. (2000). Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France. *Journal of Business Ethics*, 23: 283-297.
- Maignan, I. y Ferrell, O.C. (2001). Corporate Citizen as a Marketing Instrument - Concepts, Evidence and Research Directions. *European Journal of Marketing*, 35 (3/4): 457-484.
- Manente, M., Minghetti, V. y Mingotto, E. (2012). Ranking assessment systems for responsible tourism products and corporate social responsibility practices. *Anatolia - An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(1): 75-89.
- Manwa, H., y Manwa, F. (2014). Poverty alleviation through pro-poor tourism: The role of Botswana forest reserves. *Sustainability*, 6: 5697-5713.
- Manyara, G. y Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: an exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6): 628-644.
- Mathieu, J.E. y Taylor, S.R. (2006). Clarifying conditions and decision points for mediational type inferences in Organizational Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 27 (8): 1031-1056.
- Mbaiwa, J.E. (2005). Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management*, 26(2): 157-172.
- Mbaiwa, J.E. (2011). The effects of tourism development on the sustainable utilisation of natural resources in the Okavango Delta, Botswana. *Current Issues in Tourism*, 14(3): 251-273.
- McGehee, N.G., Wattanakamolchai, S., Perdue, R. y Calvert, E.O. (2009). Corporate Social Responsibility Within the U.S. Lodging Industry: an Exploratory Study. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33 (3): 417-437.
- McLachlan, S. y Binns, T. (2014). Tourism, development and corporate social responsibility in Livingstone, Zambia. *Local Economy*, 29(1-2): 98-112.

- Meyer, D. (2007). Pro-poor tourism: From leakages to linkages. A conceptual framework for creating linkages between the accommodation sector and 'poor' neighbouring communities. *Current Issues in Tourism*, 10(6), 558-583.
- Mitchell, J. (2012). Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low-income households in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3): 457-475.
- Mitchell, J., y Ashley, C. (2010). *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*. Londres: Earthscan. Inglaterra.
- Morton, J. (2013). *Poor Numbers - How We are Misled by African Development Statistics and What to Do about It*. Ithaca, Nueva York: Cornell University Press. Estados Unidos.
- Mshenga, P.M., Richardson, R.B., Njehia, B.K. y Birachi, E.A. (2010). The contribution of tourism to micro and small enterprise growth. *Tourism Economics*, 16: 953-964.
- Muchapondwa, E. y Stage, J. (2013). The economic impacts of tourism in Botswana, Namibia and South Africa: Is poverty subsiding? *Natural Resources Forum*, 37: 80-89.
- Muganda, M., Sahli, M. y Smith, K.A. (2010). Tourism's contribution to poverty alleviation: A community perspective from Tanzania. *Development Southern Africa*, 27, 630-646.
- Muhanna, E. (2007). The contribution of sustainable tourism development in poverty alleviation of local communities in South Africa. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 6(1), 37-67.
- Mutana, S., Chipfuva, T., Muchenje, B. (2013). Is tourism in Zimbabwe developing with the poor in mind? Assessing the pro-poor involvement of tourism operators located near rural areas in Zimbabwe. *Asian Social Science*, 9(5): 154-161.
- Naciones Unidas (2008). *Committing to action: achieving the Millennium Development Goals -Background note by the Secretary General*. New York: United Nations. Estados Unidos.
- Naciones Unidas (2014). *Objetivos de Desarrollo del Milenio: Informe de 2014*. Nueva York: Naciones Unidas. Estados Unidos.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection. *Natural Resources Forum*, 27(3), 212-222.
- Novelli, M., y Hellwig, A. (2011). The UN Millennium Development Goals, tourism and development: The tour operators' perspective. *Current Issues in Tourism*, 14(3): 205-220.
- Ntibanyurwa, A. (2010). Tourism multiplier effects: Empirical evidence from Rwanda. *International Journal of Ecology and Development*, 16(10), 47-60.

- Nyahunzvi, D.K. (2013). CSR reporting among Zimbabwe's hotel groups: a content analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(4): 595-613.
- O'Rourke, A. (2003). A new politics of engagement: shareholder activism for corporate social responsibility. *Business Strategy and the Environment*, 12: 227-239.
- OCDE (2001). *DAC Guidelines: Rising to the Global Challenge, Partnership for Reducing World Poverty*. París: OCDE. Francia.
- OCDE (2008). *Growing Unequal?: Income Distribution and Poverty in OECD Countries*. París: OECD Publishing. Francia.
- OCDE (2015). *Development Co-operation Report 2015: Making Partnerships Effective Coalitions for Action*. París: OECD Publishing. Francia.
- OMT (2002). *Tourism and Poverty Alleviation*. UNWTO: Madrid.
- OMT (2005). *Declaración: El turismo al servicio de los Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Nueva York: OMT. Estados Unidos.
- OMT (2009). *Cooperation activities*, URL: <http://ekm.unwto.org/english/activities.php>. OMT
- OMT (2014). *Compendio de estadísticas de turismo, 2008 - 2012*. Edición 2014, Madrid: OMT.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., y Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
- Oxfam (2015). [Documento de Prensa] *Africa: Rising for the few*. Oxford: Oxfam International. Inglaterra.
- Oya, C. y Sender, J. (2014). Pobreza y empleo en África subsahariana: mitos y realidades. In Oya, C. y Santamaría, A. (eds.), *Economía Política del Desarrollo en África*. Madrid: Akal, pp. 85-108.
- Phommavong S, Sörensson E. 2014. Ethnic tourism in Lao PDR: gendered divisions of labour in community-based tourism for poverty reduction. *Current Issues in Tourism*, 17(4): 350-362.
- Picard, C.H. (2003). Post-apartheid perceptions of the Greater St Lucia Wetland Park, South Africa. *Environmental Conservation*, 30(2): 182-191.
- Pillay, D. (2015). The global economic crisis and the África rising narrative. *África Development*, 40 (3): 59-75.
- PNUD (2010). *Informe sobre Desarrollo Humano 2010: La verdadera riqueza de las naciones: Caminos al desarrollo humano*. Nueva York: PNUD. Estados Unidos.
- PNUD (2014). *Informe sobre Desarrollo Humano 2014: Sostener el Progreso Humano: Reducir vulnerabilidades y construir resiliencia*. PNUD: Nueva York. Estados Unidos.

- PNUMA (2002). Las regiones de Global Environment Outlook 3, GEO-3 [Mapa]. Recuperado el 6 de octubre de 2015 de: <http://www.grid.unep.ch/geo/geo3/spanish/033.htm>.
- Prahalad, C.K. y Hart, S.L. (2002). The fortune at the bottom of the pyramid. *Strategy + Business*, 26: 1-14.
- Ravallion, M. (2012). Why Don't We See Poverty Convergence?. *American Economic Review*, 102 (1): 504-23.
- Ravallion, M., Chen, S. y Sangraula, P. (2009). CSR reporting among Zimbabwe's hotel groups: a content analysis. *World Bank Economic Review*, 23(2): 163-184.
- Red internacional de Comercio Justo en el Turismo (2015). URL: <http://www.tourismconcern.org.uk>. Fecha de acceso: 10-06-2015.
- Reimann, F., Ehrgott, M., Kaufmann, L. y Carter, C. (2012). Local Stakeholders and Local Legitimacy: MNEs' Social Strategies in Emerging Economies. *Journal of International Management*, 18(1): 1-17.
- Rogerson, C. M. (2006). Pro-poor local economic development in South Africa: The role of pro-poor tourism. *Local Environment*, 11(1): 37-60.
- Rogerson, J.M. (2014). Unpacking the Growth of Hotel Chains in Africa: Enterprises and Patterns. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (14): 135-146.
- Saayman, M., Rossouw, R., y Krugell, W. (2012). The impact of tourism on poverty in South Africa. *Development Southern Africa*, 29(3): 462-487.
- Sarrasin, B. (2013). Ecotourism, poverty and resources management in Ranomafana, Madagascar. *Tourism Geographies*, 15(1): 3-24.
- Saville, A.D., y White, L. (2015). Ensuring that África keeps rising: The economic integration imperative. *South African Journal of International Affairs*, 22 (1): 1-21.
- Schaffnit-Chatterjee, C. (2013). *Sub-Saharan Africa, A bright spot in spite of key challenges*. Frankfurt y Main: Deutsche Bank Research. Alemania.
- Scheyvens, R. (2007). Exploring the tourism-poverty nexus. *Current Issues in Tourism*, 10(2-3): 231-254.
- Scheyvens, R. y Momsen, J. H. (2008). Tourism and poverty reduction: Issues for small island states. *Tourism Geographies*, 10(1): 22-41.
- Scheyvens, R. y Russell, M. (2012a). Tourism and poverty alleviation in Fiji: comparing the impacts of small- and large-scale tourism enterprises. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3): 417-436.
- Scheyvens, R. y Russell, M. (2012b). Tourism, land tenure and poverty alleviation in Fiji. *Tourism Geographies*, 14(1): 1-25.
- Schilcher, D. (2007). Growth versus equity: The continuum of pro-poor tourism and neoliberal governance. *Current Issues in Tourism*, 10(2/3): 166-193.

- Scott, D.J., Lemieux, C.J. y Malone, L. (2011). Climate services to support sustainable tourism and adaptation to climate change. *Climate Research*, 47(1/2): 111-122.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford: Oxford University Press. Inglaterra.
- Sjöström, E., Welford, R. (2009). Facilitators and impediments for socially responsible investment: a study of Hong Kong. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16: 278-288.
- Slocum, S.L., y Backman, K.F. (2011). Understanding government capacity in tourism development as a poverty alleviation tool: A case study of Tanzanian policy-makers. *Tourism Planning & Development*, 8(3), 281-296.
- Smith, M.S. (2006). *Beyond the 'African tragedy': Discourses on development and the global economy*. Hampshire: Ashgate. Inglaterra.
- Smith, R.A. y Ong, J.L. (2014). Corporate social responsibility and the operationalization challenge for global tourism organizations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. DOI: 10.1080/10941665.2014.918555.
- Snyman, S. (2013). Household spending patterns and flow of ecotourism income into communities around Liwonde National Park, Malawi. *Development Southern Africa*, 30(4-5): 640-658.
- Snyman, S.L. (2012). The role of tourism employment in poverty reduction and community perceptions of conservation and tourism in southern Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3): 395-416.
- Spenceley, A. y Goodwin, H. (2007). Nature-based tourism and poverty alleviation: Impacts of private sector and parastatal enterprises in and around Kruger National Park, South Africa. *Current Issues in Tourism*, 10(2/3): 255-277.
- Spenceley, A. y Meyer, D. (2012). Tourism and poverty reduction: theory and practice in less economically developed countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3): 297-317.
- Springett, D. (2013). [Editorial] Critical perspectives on sustainable development. *Sustainable Development*, 21: 73-82.
- Statistics Mauritius (2015). *International Travel and Tourism, 2014*. Port Louis: Statistics Mauritius. Mauricio.
- Statistics South Africa (2015). *Tourism Satellite Account for South Africa, final 2011 and provisional 2012 and 2013*. Report No. 04-05-07. Pretoria: Statistics South Africa. Sudáfrica.
- Steinicke, E. y Neuburger, M. (2012). The impact of community-based afro-alpine tourism on regional development. *Mountain Research and Development*, 32(4): 420-430.
- Sugiyarto, G.A., Blake, A., Sinclair, M. (2003). Tourism and globalization: economic impact in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 30: 683-701.

- Sultana, N. (2002). *Conceptualising livelihoods of the extreme poor*. Working paper 1, enero. Londres: Department for International Development. Inglaterra.
- Thomas, A. y Simerly, R. (1995). Internal determinants of corporate social performance: the role of top managers. *Academy of Management Proceedings*, 1995: 411-415.
- Thomas, F. (2014). Addressing the measurement of tourism in terms of poverty reduction: Tourism value chain analysis in Lao PDR and Mali. *International Journal of Tourism Research*, 16, 368-376.
- Timur, S., Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: how do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, 17: 220-232.
- Tourism Concern (2015). [En línea] URL: <http://www.tourismconcern.org.uk>. Accessed: 10.06.2015.
- Truong, V.D., Hall, C.M., y Garry, T. (2014). Tourism and poverty alleviation: Perceptions and experiences of poor people in Sapa, Vietnam. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(7):1071-1089.
- Twining-Ward (2009). *Sub Saharan Africa Tourism Industry Research*. Washington, DC: Africa Region's Finance and Private Sector Development Department, The World Bank. Estados Unidos.
- UNCTAD (2012). *The Least Developed Countries Report 2012: Harnessing Remittances and Diaspora Knowledge to Build Productive Capacities*. New York: United Nations. Estados Unidos.
- UNCTAD (2014a). *Informe sobre los Países Menos Adelantados: Crecimiento con transformación estructural, Una agenda para el desarrollo después de 2015*. Ginebra: United Nations. Suiza.
- UNCTAD (2014b). [Nota] *Social inclusion programmes and inclusive growth in developing countries*. Secretariado de la UNCTD, nota de 18 de septiembre.
- UNCTAD (2014c). *World Investment Report 2014: Investing in the SDGs: An Action Plan*. Nueva York y Ginebra: United Nations Publication. Estados Unidos y Suiza.
- UNECA (2011). *Economic Report on Africa 2011: Governing development in Africa - the role of the state in economic transformation*. Adís Abeba: Economic Commission for Africa. Etiopía.
- UNFPA (2014). *The State of World Population 2014: The Power of 1.8 Billion*. Nueva York: UNFPA. Estados Unidos.
- Vargas, C.M. (2000). Community development and micro-enterprises: fostering sustainable development. *Sustainable Development*, 8: 11-26.
- Wang, Z., Wang, N. y Liang, H. (2014). Knowledge sharing, intellectual capital and firm performance. *Management Decision*, 52 (2): 230-258.

- Welford, R., Chan, C. y Man, M. (2007). Priorities for corporate social responsibility: a survey of businesses and their stakeholders. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15: 52-62.
- Welford, R., Ytterhus, B. y Eligh, J. (1999). Tourism and sustainable development: an analysis of policy and guidelines for managing provision and consumption. *Sustainable Development*, 7: 165-177.
- WTTC (1995). *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: towards Environmentally Sustainable Development*. Londres: WTTC, UNWTO, Earth Council. Inglaterra.
- WTTC (2013). *Travel & Tourism: Economic Impact 2013: Sub-Saharan Africa*. Londres: WTTC. Inglaterra.
- WTTC (2015). *Travel & Tourism Economic Impact 2015: Sub-Saharan Africa*. Londres: WTTC. Inglaterra.
- WTTC Data Gateway [En línea].URL: <http://www.wttc.org/datagateway>. [fecha de consulta: 21 de mayo de 2015].
- Wu, M. (2006). Corporate social performance, corporate financial performance, and firm size: a meta-analysis. *Journal of American Academy of Business*, 8(1):163-171.
- Wunder, S. (2000). Big island, green forests and backpackers land-use and development options on Ilha Grande, Rio de Janeiro State, Brazil. *CDR Working Paper*, 00(4): 1-47.
- Zapata, M.J., Hall, C.M., Lindo, P., Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14(8): 725-749.
- Zeng, B. y Ryan, C. (2012). Assisting the poor in China through tourism development: A review of research. *Tourism Management*, 33 (2): 239-248.
- Zhao, W. y Ritchie, J.R.B. (2007). Tourism and poverty alleviation: an integrative research framework. *Current Issues in Tourism*, 10(2-3): 119-143.
- Zoomers, A. (2008). Global travelling along the inca route: Is international tourism beneficial for local development? *European Planning Studies*, 16(7): 971-983..

ANEXOS

Anexo 1. Establecimientos alojativos de grupos hoteleros globales y regionales en África subsahariana, 2015

Anexo 1. Establecimientos alojativos de grupos hoteleros globales y regionales en África subsahariana, 2015

Compañía hotelera	Marca	Nº propiedades	Países
A) Marcas hoteleras globales localizadas en África subsahariana			
& Beyond	-	51	Botsuana, Kenia, Mozambique, Namibia, Ruanda, Sudáfrica, Tanzania, Uganda, Zimbabue, Zambia
Accor Hotels	Hotel Novotel	6	Benin, Chad, Costa de Marfil, Ghana, Nigeria, Senegal
	MGallery Collection	1	Nigeria
	Hotel Sofitel	5	Costa de Marfil, Guinea Ecuatorial, Mauricio
	Ibis Hotels	11	Benin, Camerún, Costa de Marfil, Guinea Ecuatorial, Madagascar, Nigeria, Senegal, Togo
	Mercure Hotels	6	Chad, Reunión, Sudáfrica
	Pullman Hotels	3	Congo (RD), Costa de Marfil, Senegal
Banyan Tree Hotels & Resorts	Banyan Tree	1	Seychelles
Basecamp Explorer	Basecamp Kenya	3	Kenia
Belmond (ex Orient Express Hotels)	Belmond Safari	4	Botsuana, Sudáfrica
Best Western International	Best Western Plus	7	Benin, Ghana, Kenia, Nigeria, Tanzania, Zambia
	Best Western Premiers	3	Ghana, Kenia, Nigeria
	Best Western	7	Nigeria, Reunión, Sudáfrica, Tanzania
Carlson Rezidor Hotel Group	Park Inn by Radisson	5	Gabón, Mozambique, Nigeria, Sudáfrica
	Radisson Blu Hotels & Resorts	15	Chad, Etiopía, Gabón, Kenia, Mali, Mozambique, Nigeria, Senegal, Sierra Leona, Sudáfrica, Zambia
Club Med	-	3	Mauricio, Senegal
Constance Hotels & Resorts	Ultimate Collection	2	Madagascar, Mauricio
	Unique Collection	3	Mauricio, Seychelles
Decameron All Inclusive Hotels & Resorts	Royal Decameron	2	Cabo Verde, Senegal
Fairmont Raffles Hotels international	Fairmont Hotels & Resorts	5	Kenia, Sudáfrica
	Raffles Hotels & Resorts	1	Seychelles

Four Seasons Hotels & Resorts	-	4	Mauricio, Seychelles, Sudáfrica, Tanzania
Hotel Louvre Group	Golden Tulip	7	Burkina Faso, Ghana, Nigeria, Tanzania
	Tulip Inn	2	Ghana, Reunión
Hilton Worldwide	Conrad Hotels & Resorts	1	Sudáfrica
	DoubleTree Hotels & Resorts	4	Tanzania, Seychelles, Sudáfrica
	Hilton Hotels & Resorts	12	Camerún, Etiopía, Guinea Ecuatorial, Kenia, Mauricio, Namibia, Nigeria, Seychelles, Sudáfrica
Hyatt Corporation	Park Hyatt	1	Tanzania
	Hyatt Regency	2	Sudáfrica, Tanzania
Iberostar Hotels & Resorts	Premium	1	Cabo Verde
InterContinental Hotels Group (IHG)	Crowne Plaza Hotels & Resorts	3	Kenia, Sudáfrica, Zimbabue
	Holiday Inn Express Hotels	4	Sudáfrica
	Holiday Inn Hotels	8	Ghana, Mauricio, Sudáfrica, Tanzania, Zimbabue
	InterContinental Hotels & Resorts	6	Kenia, Mauricio, Nigeria, Sudáfrica, Sudáfrica, Zambia
Kempinski Hotels	-	7	Chad, Congo (DR), Kenia, Ruanda, Seychelles, Yibuti
Legacy Hotels & Resorts	-	23	Gabon, Ghana, Namibia, Nigeria, Sudáfrica
LUX* Resorts & Hotels	-	5	Mauricio
Marriott International	Protea Hotels	94	Nigeria, Sudáfrica, Tanzania, Uganda, Zambia
	Protea Hotel Fire & Ice	3	Sudáfrica
	Protea Hotels. African Pride Hotels	10	Sudáfrica
Maritim Hotels	-	2	Mauricio
Mövenpick Group	Mövenpick Hotels & Resorts	1	Ghana
NH Hotel Group	-	1	Sudáfrica
Meliá Hotels International	Meliá Dunas	1	Cabo Verde
	Melia Hotels & Resorts	2	Cabo Verde, Tanzania
Oasis Atlantico Hotels & Resorts	-	4	Cabo Verde
Oberoi Hotels & Resorts	-	1	Mauricio
One & Only Resorts	-	2	Mauricio, Sudáfrica
Preferred Hotel Group	LVX	1	Seychelles


	Lifestyle	13	Angola, Kenia, Madagascar, Sudáfrica, Tanzania
	Connect	2	Ghana, Zimbabue
	Connect. Sun Africa Hotels	7	Kenia
	Preferred Residences	2	Sudáfrica, Tanzania
	Preferred Serviced Residences	1	Ghana
Premier Hotels & Resorts	-	12	Sudáfrica
Red Carnation Hotel Collection	-	3	Sudáfrica
RIU Hotels & Resorts	-	7	Cabo Verde, Mauricio
Sanctuary Retreats	-	18	Botsuana, Kenia, Sudáfrica, Tanzania, Uganda, Zambia
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	Four Points by Sheraton	1	Nigeria
	Le Meridien	6	Gabon, Mauricio, Nigeria, Seychelles
	The Luxury Collection	1	Etiopía
	Sheraton Hotels & Resorts	6	Gambia, Nigeria, Sudáfrica, Uganda, Yibuti
	St. Regis Hotels & Resorts	1	Mauricio
	Westin Hotels & Resorts	2	Mauricio, Sudáfrica
Taj Hotels, Resorts & Palaces	TAJ	2	Sudáfrica, Zambia
Wyndham Hotel Group	Hawthorne Suites	1	Nigeria
	Ramada Hotels & Resorts	3	Ghana, Tanzania
B) Marchas hoteleras regionales (África subsahariana) (16 compañías hoteleras, 360 propiedades)			
African Hotels & Adventures (aha)	aha- Hotels	6	Sudáfrica
	aha- Lodges	5	Sudáfrica, Zimbabue
	aha- Resorts	3	Botsuana, Sudáfrica, Tanzania
	aha- Spirit	2	Sudáfrica
	Three Cities	21	Sudáfrica, Zambia
African Territories	Alex Walker's Serian	8	Kenia, Tanzania
	-	4	Kenia
Asilia Africa	-	17	Kenia, Tanzania
Beachcomber Hotels	-	9	Mauricio, Seychelles
Elewana Collection	-	14	Kenia, Tanzania

Governors Camp	-	7	Kenia, Ruanda
Laico Hotels and Resorts	-	7	Burkina Faso, Congo (R), Gambia, Kenia, República centroafricana, Tanzania, Uganda
Moivaro Lodges & Tented Camps	-	15	Kenia, Tanzania, Zimbabue
Neptune Hotels	-	7	Kenia, Tanzania
Newmark Hotels	-	10	Sudáfrica, Mozambique, Ruanda
PlanHotel Hospitality Group	Diamonds Hotels & Resorts	7	Tanzania, Kenia, Mozambique, Maldives
	Sandies Hotels & Resorts	2	Kenia
Peermont Group	Emperors Palace	4	Sudáfrica
	Khoroni	1	Sudáfrica
	Graceland	1	Sudáfrica
	Rio	1	Sudáfrica
	The Grand Palm	2	Botsuana
	-	8	Sudáfrica, Botsuana, Malawi
Serena Hotels	-	24	Kenia, Mozambique, Ruanda, Tanzania, Uganda
Sun International	-	27	Botsuana, Lesoto, Namibia, Nigeria, Swazilandia, Sudáfrica, Zambia
The City Lodge Group of Hotels	Fairview Hotel	1	Kenia
	Courtyard Hotels	11	Sudáfrica
	City Lodge Hotels	10	Sudáfrica
	Town Lodge	12	Botsuana, Kenia, Sudáfrica
	Road Lodge	21	Sudáfrica
Tsogo Sun (ex Southern Sun Hotels)	Maia	1	Seychelles
	Beverly Hills	1	Sudáfrica
	54 on Bath	1	Sudáfrica
	Garden Court	18	Sudáfrica
	Intercontinental	2	Sudáfrica
	Palazzo	1	Sudáfrica
	Sandton Sun	2	Sudáfrica
	Southern Sun Hotels	23	Kenia, Mozambique, Nigeria, Seychelles, Sudáfrica, Tanzania, Zambia
	Southern Sun Resorts	7	Sudáfrica

	StayEasy	8	Zambia, Sudáfrica
	Sun 1	21	Sudáfrica
	Sun Coast Towers	1	Sudáfrica
	Sun Square	3	Sudáfrica
	Associate hotels	4	Sudáfrica
TOTAL:	52 Cadenas globales y regionales	804	propiedades


Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión de los datos del Banco Mundial (2010), BAfD (2014), Rogerson (2014) y páginas web de los grupos hoteleros y establecimientos identificados.

Anexo 2. Modelo de cuestionario (*on-line*)



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

A Corporate Social Responsibility survey of tourist accommodation organizations in Africa



UNITED NATIONS
UNCTAD

[Edit this form](#)

The University of Las Palmas de Gran Canaria (Spain), in cooperation with UNCTAD, is conducting a survey of tourist accommodation establishments in Africa, with a focus on corporate social responsibility (CSR). CSR can be broadly defined as the economic, socio-cultural and environmental expectations that a society holds regarding enterprises. This questionnaire asks about the CSR initiatives that your establishment may have adopted. Kindly answer the following questions. The questionnaire will take about 12 minutes of your time. It is anonymous, and your responses will be kept confidential.

***Required**

Q1. Which of the following types of accommodation best describes your establishment?
(check one)

Hotel
 Non-hotel establishment

Q1-B. If you marked "non-hotel", please specify the type of accommodation:
(Answer only if your establishment is NOT a hotel)

Q2. Is your establishment a member of a foreign or national/local chain?
(check one)

Yes, it is member of a foreign chain
 Yes, it is member of a national/local chain
 No

Q2-B. If you marked "yes" in Q2, please specify the type of membership:
(Answer only if your hotel is NOT an independent hotel)

The establishment is totally/partly owned by the chain
 Franchise
 Joint venture
 Management contract

Q3. Which of the following types of organisations are owners/shareholders of your establishment?

- A foreign business group
- A national/local group
- A community-based organization
- The government
- Other:

Q4. What is the country in which your establishment is located? *

(Please specify)

Q5. Which of the following environments best describes the area where your establishment is located?

(check one)

- Rural
- Coastal
- Urban
- Suburban

Q6. Which of the following levels best describes the possible state of poverty in the area where your establishment is located?

(check one)

- High
- Moderately high
- Moderately low
- Very low

Q7. Which of the following price categories best describes your establishment?

(check one)

- Luxury
- Upscale
- Midprice
- Economy
- Budget

Q8. How many employees has your organization? (check one)

(check one)

- Less than 10 employees
- Between 10 and 19 employees
- Between 20 and 49 employe

- Between 20 and 49 employe
- Between 50 and 99 employees
- Between 100 and 199 employees
- Between 200 and 499 employees
- Between 500 and 999 employees
- More than 999 employees

Q9. Which of the following types of tourism best describes the main motivation of your guests?

(check one)

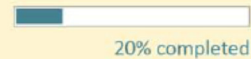
- Safari tourism
- Wildlife tourism
- Ecotourism
- Mountain tourism
- Other type of tourism in rural areas
- Urban/city tourism
- Cultural tourism
- Coastal tourism
- Sports tourism
- Health and wellness
- Business tourism
- Other:

Q10. Which of the following client profiles best describes your guests?

(check one)

- International tourists
- Domestic tourists
- Both (international and domestic) are important


[Continue »](#)



Powered by
 Google Forms


This content is neither created nor endorsed by Google.

[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

A Corporate Social Responsibility survey of
tourist accommodation organizations in Africa



[Edit this form](#)

(Page 2 of 5)

Q11. Please indicate the extent to which you agree with the following statements about your establishment's CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR).

Please use a 1 to 7 scale where 1 means "strongly disagree" and 7 means "strongly agree" (mark the chosen answer for each statement)

Q11-1) Our establishment has a comprehensive code of ethical conduct.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-2) We are recognized as a trustworthy company in general.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-3) Fairness toward other employees and business partners is an integral part of our staff evaluation process.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-4) A confidential procedure is in place for employees to report any misconduct at work (e.g., stealing or sexual harassment).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-5) Our employees are required to provide full and accurate information to all customers.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-6) The salaries offered by our company are higher than industry averages.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-7) Our establishment supports employees who seek additional education.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-8) Our establishment encourages employees to join civil society organisations that support local communities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-9) Flexible employment policies enable our employees to better coordinate work and personal life.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-10) Our establishment is generous to charities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-11) A program is in place to keep energy and material wasted to the minimum in our enterprise.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-12) We encourage partnerships with local businesses and schools.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q11-13) Our business supports local sports and cultural activities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12. Please indicate the extent to which you agree with the following statements concerning THE PURPOSES OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIONS that your establishment has adopted in the local communities where it operates.

Please use a 1 to 7 scale where 1 means "strongly disagree" and 7 means "strongly agree" (mark the chosen answer for each statement)

Q12-1) To promote the well-being of employees.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-2) To promote the well-being of society.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-3) To stimulate economic development in neighbouring communities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-4) To promote local entrepreneurship and stimulate the creation of enterprises.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-5) To protect and improve the natural environment.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-6) To protect heritage and support the local culture.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-7) To stimulate local people's access to education.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-8) To stimulate local people's access to health services.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-9) To develop the local infrastructure (transport, clean water...).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-10) To provide social assistance.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-11) To reduce poverty.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q12-12) To reduce social inequalities and support minorities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree ○ ○ ○ ○ ○ Strongly agree


« Back Continue »

40% completed


Powered by  Google Forms

This content is neither created nor endorsed by Google.
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

[Edit this form](#)



A Corporate Social Responsibility survey of
tourist accommodation organizations in Africa



(Page 3 of 5)

Q13. Does your establishment have a specific section devoted to CSR initiatives, or employees who regularly allocate time to such initiatives?

Yes
 No

Q14. Does your establishment have a CSR action plan or agenda?

Yes
 No

Q15. Have government regulations in your country set social responsibility standards for your organisation?

Please indicate the extent to which you agree (1 means "strongly disagree" and 7 "strongly agree")

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16. Please indicate the extent to which you agree with the following statements concerning your establishment SHARING KNOWLEDGE WITH OTHER ORGANISATIONS in the local communities where it operates.

All statements start with *"Our establishment frequently shares useful knowledge with..."*.

Please use a 1 to 7 scale where 1 means "strongly disagree" and 7 means "strongly agree" (mark the chosen answer for each statement)

Q16-1) ... external knowledge creators (universities, research and development centers...).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-2) ... representatives of local communities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-3) ... representatives of governmental tourism agencies.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-4) ... representatives of governmental environmental agencies.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-5) ... representatives of governmental social agencies.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-6) ... our suppliers.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-7) ... channels of distributions (tour operators, travel agencies...).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-8) ... our guests.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-9) ... our employees.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-10) ... representatives of workers.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-11) ... other tourist accommodation establishments.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-12) ... other enterprises in the tourism industry.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-13) ... tourism clusters, networks or virtual communities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-14) ... enterprises in other economic industries.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-15) ... non-governmental organisations.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q16-16) ... international development agencies.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17. Please indicate the extent to which you agree with the following statements concerning your establishment's **COMMITMENT TO REDUCING POVERTY** in the local communities where it operates.

All statements start with *"In the local communities where our establishment operates..."*.

Please use a 1 to 7 scale where 1 means "strongly disagree" and 7 means "strongly agree" (mark the chosen answer for each statement)

Q17-1) ... it has contributed to reducing the number of poor (vulnerable residents with earnings below the national poverty line).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-2) ... it has contributed to reducing the state of poverty in the area (i.e., the poverty rate).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-3) ... it gives priority to local residents when recruiting employees.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-4) ... it has provided stable jobs for the poor.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-5) ... it offers decent work conditions (e.g., safety and health conditions).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-6) ... it offers adequate job security (e.g., non-seasonal jobs).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-7) ... it generates important revenues for local communities (e.g., labour income, public revenues).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-8) ... it has strong linkages with local suppliers of goods and services.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q17-9) ... it has strong linkages with the farming sector (e.g., fruits and vegetables).

1 2 3 4 5 6 7


Strongly disagree Strongly agree


Q17-10) ... it actively encourages informal sector activities and small businesses (e.g., handicraft).

1 2 3 4 5 6 7


Strongly disagree Strongly agree

[« Back](#) [Continue »](#)

 60% completed

Powered by  Google Forms


This content is neither created nor endorsed by Google.
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

A Corporate Social Responsibility survey of
tourist accommodation organizations in Africa

Edit this form



(Page 4 of 5)

Q18. Please indicate the extent to which you agree with the following statements concerning your establishment's SOCIAL IMPACT in the local communities where it operates.

All statements start with *"In the local communities where our establishment operates..."*.

Please use a 1 to 7 scale where 1 means *"strongly disagree"* and 7 means *"strongly agree"* (mark the chosen answer for each statement)

Q18-1) ... it contributes to improving the general standard of living of employees and communities.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-2) ... it contributes to reducing the vulnerability of the poor (e.g., by providing financial security).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-3) ... it contributes to developing the local infrastructure (transport, communication, clean water...).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-4) ... it supports local people's access to education and health services.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-5) ... it contributes to the empowerment of employees and residents (e.g., career opportunities).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-6) ... it contributes to building physical assets among employees and residents (e.g., houses).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-7) ... it contributes to developing human capacities among employees and residents (e.g., basic education, work skills).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-8) ... it contributes to reducing social inequalities (e.g., in terms of income, gender, race...).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-9) ... it fairly distributes income/benefits among stakeholders (e.g., shareholders, employees, community).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-10) ... it promotes diversity in the workforce (in terms of gender, race, age, religion, social origin).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-11) ... it prevents discrimination in employees' compensation and promotion.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-12) ... it contributes to protecting the environment.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-13) ... it has environmental management practices to prevent negative effects on the environment.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-14) ... it contributes to environmental conservation programmes (e.g., reforestation, waste management).

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-15) ... it contributes to heritage conservation.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q18-16) ... it contributes to raising residents' awareness of environmental and heritage conservation.

1 2 3 4 5 6 7


Strongly disagree Strongly agree

« Back


Continue »

80% completed

[Edit this form](#)



A Corporate Social Responsibility survey of
tourist accommodation organizations in Africa



(Page 5 of 5)

Q19. Please indicate the extent to which you agree with the following statements about THE BUSINESS PERFORMANCE of your organisation, AS COMPARED WITH THAT OF ITS COMPETITORS OVER THE PAST 3 YEARS.
All statements start with *"Relative to our competitors, over the past 3 years..."*.
Please use a 1 to 7 scale where 1 means *"strongly disagree"* and 7 means *"strongly agree"* (mark the chosen answer for each statement)

Q19-1) ... our sales growth has been substantially better.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q19-2) ... our profit growth has been substantially better.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q19-3) ... our return on investment has been substantially better.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q19-4) ... our corporate image/reputation has been substantially better.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree

Q19-5) ... our relationship with employees have been substantially better.

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree**Q19-6) ... our relationship with local suppliers and businesses have been substantially better.**

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree**Q19-7) ... our relationship with local authorities have been substantially better.**

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree**Q19-8) ... our relationship with local communities have been substantially better.**

1 2 3 4 5 6 7

Strongly disagree Strongly agree**CLASSIFICATION DATA ON THE RESPONDENT:****Q20. Gender.**

- Male
 Female

Q21. Age.

(Please specify)

Q22. Current position at the organization.

(Please specify)

THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR HELP!

If you have any additional comments on this questionnaire, please use the following text box:

The image shows a screenshot of a Google Forms submission page. At the top, there is a large empty white rectangular box. Below this box, on the left, are two buttons: a grey button with a left-pointing arrow and the text « Back », and a blue button with the text Submit. Below these buttons is the text *Never submit passwords through Google Forms.* On the right side, there is a progress bar that is completely filled with a teal color, and below it, the text 100%: You made it. At the bottom left, it says Powered by Google Forms with the Google Forms logo. At the bottom right, it says This content is neither created nor endorsed by Google. Below that, there are three links: Report Abuse - Terms of Service - Additional Terms.

Anexo 3. Modelos de correo electrónico a managers y directivos

ANEXO 3.1 - MODELO EMAIL N°1 DIRIGIDO A MANAGERS/DIRECTIVOS

To: ... (*dirección de E-mail*)

Subject: To the Director/General Manager of the ... (*nombre del establecimiento de alojamiento turístico*)

Dear Director/General Manager:

The University of Las Palmas de Gran Canaria (Spain), in cooperation with the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), is conducting a survey of tourist accommodation establishments in Africa, with a focus on corporate social responsibility (CSR). CSR can be broadly defined as the economic, socio-cultural and environmental expectations that a society holds regarding enterprises.

We have selected your establishment as one of the 1,000 tourist accommodation establishments that will be surveyed in this research. Kindly answer the questions that are included in the on-line questionnaire to which you can access by clicking in the following link: <http://goo.gl/forms/4tRLATfZfq>.

This on-line questionnaire asks about the CSR initiatives that your establishment may have adopted. The questionnaire will take about 12 minutes of your time. It is anonymous and your responses will be kept confidential. We would be pleased to answer any question you might have by e-mail (francisco.gutierrez107@alu.ulpgc.es) or by calling +34-(Número de móvil).

We thank you in advance for your time and help, and look forward to receiving your responses. As a participant in this study, you will be able to receive a summary of the results by only sending an email to us.

Very truly yours,

Francisco J. Gutiérrez-Pérez

Doctoral student
University of Las Palmas de Gran Canaria
Edificio de Empresariales, Módulo C-3.04
35017, Las Palmas de Gran Canaria
Gran Canaria, Canary Islands, Spain
francisco.gutierrez107@alu.ulpgc.es

ANEXO 3.2 - MODELO EMAIL N°2 DIRIGIDO A MANAGERS/DIRECTIVOS

To: ... (*dirección de E-mail*)

Subject: To the Director/General Manager of the ... (*nombre del establecimiento de alojamiento turístico*)

Dear Director/General Manager:

I sent you an email two weeks ago to request your participation in a survey regarding corporate social responsibility (CSR) conducted by the University of Las Palmas de Gran Canaria (Spain) in cooperation with the United Nations/UNCTAD.

If you have already completed our questionnaire I want to sincerely thank you for your attention and participation (please, disregard the rest of this email). If you have not yet had a chance to respond us, I would greatly appreciate if you can take some time to fill in our online questionnaire, available through the following link: <http://goo.gl/forms/4tRLATfZfq>.

The main purpose of our study is to improve research on CSR initiatives in the tourism sector and their contribution to poverty alleviation. To this end we are conducting a survey to managers and executive directors of tourist accommodation establishments in Africa. All the information included in this survey is confidential and only used in the scientific purposes of the research.

Please, do not forget to click on the "Submit" button on the last page of the questionnaire when you have finished so we can properly receive your answers.

If you have any problems with the online questionnaire contact me by email and I will send you a fillable PDF version of the form which can be completed offline.

Very truly yours,

Francisco J. Gutiérrez-Pérez

Doctoral student
University of Las Palmas de Gran Canaria
Edificio de Empresariales, Módulo C-3.04
35017, Las Palmas de Gran Canaria
Gran Canaria, Canary Islands, Spain
francisco.gutierrez107@alu.ulpgc.es

ANEXO 3.3 - MODELO EMAIL N°3 DIRIGIDO A MANAGERS/DIRECTIVOS

To: ... (*dirección de E-mail*)

Subject: To the Director/General Manager of the ... (*nombre del establecimiento de alojamiento turístico*)

Dear Director/General Manager:

This is my last email to kindly request your participation in our survey regarding corporate social responsibility (CSR) in african tourism sector conducted by the University of Las Palmas de Gran Canaria (Spain) in cooperation with the United Nations/UNCTAD.

The data collection stage of this research will be finished in the next few days so I would greatly appreciate if you can take 12 minutes to fill in our anonymous online questionnaire, available through the following link: <http://goo.gl/forms/4tRLATfZfq>. For more information about our study please read my previous emails attached below.

If you have already completed our questionnaire I want to sincerely thank you again for taking time out to participate in our survey. We truly value the information you have provided and we're now processing the results and will publish a report soon.

Best regards,

Francisco J. Gutiérrez-Pérez

Doctoral student
University of Las Palmas de Gran Canaria
Canary Islands, Spain
francisco.gutierrez107@alu.ulpgc.es