

# Revista de Responsabilidad Social de la Empresa

Nº 28 • 2018 • Cuatrimestre I

## NÚMERO ESPECIAL: TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

### ARTÍCULOS

TURISMO: ¿MENOS POBREZA O MAYOR EXCLUSIÓN?

*Martha Marivel Mendoza Ontiveros y Rafael Hernández Espinosa*

TURISMO VOLUNTARIO EN LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL AL DESARROLLO

*Susana Lima*

EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO EN EL CAPITALISMO DEL SIGLO XXI: IMPACTOS SOCIALES Y AMBIENTALES

*Moisés Hidalgo Moratal*

DESARROLLO TURÍSTICO EN CABO VERDE. PERFIL Y PERCEPCIÓN DEL RESIDENTE EN SAO NICOLAU

*Ana M<sup>a</sup> Castillo Canalejo, Sandra M<sup>a</sup> Sánchez Cañizares y Luna Santos Roldán*

GESTIÓN SOSTENIBLE DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS: LA NUEVA ECONOMÍA.

*Inmaculada C. Martín Rojo*

AVIACIÓN RESPONSABLE: UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA SOSTENIBILIDAD DE LAS PRINCIPALES LÍNEAS AÉREAS QUE OPERAN EN CANARIAS

*Ana Isabel Rodríguez Falcón y María de la Cruz Déniz Déniz*

RETOS INSTITUCIONALES EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS LOCALIZADOS EN PAÍSES EN DESARROLLO

*Dalai Perdomo Pérez, Sonia María Suárez Ortega y Antonia Mercedes García Cabrera*

---

## **Patronato de la Fundación Acción contra el Hambre**

### **Presidente**

José Luis Leal

### **Vicepresidente**

Emilio Aragón

Luis Escauriaza Ibáñez

### **Secretario**

Francisco Javier Ruiz Paredes

### **Vocales**

Carlos Mira Martín

Carmen Posadas

Crisanto Plaza Bayón

María Jaraiz Saliquet

Salvador Bangueses

Revista de

# Responsabilidad Social de la Empresa



---

La revista de Responsabilidad Social de la Empresa ha sido incluida en el catálogo del sistema de información LATINDEX, en el ISOC del CSIC y en DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades, ciencias Sociales y Jurídicas, CSIC-ANECA), Dialnet, CIRC, RESH y EBSCO.

La revista de Responsabilidad Social de la Empresa no se hace responsable de las opiniones vertidas por los autores de los artículos. Asimismo, los autores serán responsables legales de su contenido.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. La Editorial, a los efectos previstos en el art. 32.1 párrafo 2 del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquier fragmento de esta obra sea utilizada para la realización de resúmenes de prensa. La suscripción a esta publicación tampoco ampara la realización de estos resúmenes. Dicha actividad requiere una licencia específica. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra, o si quiere utilizarla para elaborar resúmenes de prensa [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com))

Diseño y maquetación: DCI Punto y Coma

[www.dcipuntoycoma.com](http://www.dcipuntoycoma.com)

## **Fundación Acción contra el Hambre**

Duque de Sevilla, 3. 4ª planta

28002 - Madrid

Telf: 911 840 834

[secretaria.rse@luisvives-ces.org](mailto:secretaria.rse@luisvives-ces.org)

---

## CONSEJO EDITORIAL

### Director

Juan José Durán Herrera, Catedrático en la **Universidad Autónoma de Madrid**.

### Secretaría de Redacción

Nuría Bajó Davó, Profesora de Finanzas de la **Universidad Autónoma de Madrid**.

### Secretaría Técnica

Sol Benavente Martín, **Fundación Acción contra el Hambre**

### Miembros del Consejo Científico

Óscar Alzaga Villaamil, Catedrático de Derecho Constitucional y Académico de la **Real Academia de Ciencias Morales y Políticas**.

Juan Alberto Aragón Correa, Catedrático de Organización de Empresas de la **Universidad de Granada**.

Fernando Becker Zuazua, Catedrático de Economía Aplicada. **Universidad Rey Juan Carlos**.

Marta De la Cuesta González, Profesora titular de Economía Aplicada de la UNED y miembro del **Consejo Estatal de RSE**.

Isabel De la Torre, Catedrática de Sociología de la **Universidad Autónoma de Madrid (UAM)**.

Elsa del Castillo, Rectora. **Universidad del Pacífico, Perú**.

José Luis Fernández Fernández, Director de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial (**ICADE-Universidad Pontificia Comillas**).

Domingo García-Maza, Catedrático de Ética de la **Empresa de la Universidad Jaime I**.

M<sup>a</sup> José García López, Profesora Titular. **Universidad Rey Juan Carlos**.

Joaquín Garralda Ruiz de Velasco, Profesor y Vicedecano de Ordenación Académica. **Instituto de Empresa (IE) de Madrid**.

Fernando Gómez-Bezares Pascual, Catedrático de Finanzas. **Universidad de Deusto**.

José Mariano Moneva Abadía, Catedrático de Contabilidad y Finanzas de la **Universidad de Zaragoza**.

Luis Montaña Hirose, Profesor de Sociología de las Organizaciones. **Universidad Autónoma Metropolitana de México**.

---

José Emilio Navas López, Catedrático de Organización de Empresas. **Universidad Complutense.**

Mariano Nieto Antolín, Catedrático de Organización de Empresas. **Universidad de León.**

Lars Oxelheim, Professor. Lund Institute of Economic Research. Lund University. **The Research Institute of Industrial Economics. Estocolmo.**

Esther de Quevedo Puente, Profesora Titular de Organización de Empresas, **Universidad de Burgos.**

Vicente Salas Fumás, Catedrático de Organización de Empresas de la **Universidad de Zaragoza y Consejero del Banco de España.**

Francesca Sanna Randaccio, Professor of Economics, Faculty of Engineering, **University of Rome.**

Vitor C. Simoes, Professor ISGE-Instituto Superior de Economia e Gestao. **Universidad Técnica de Lisboa.**

Justo Villafaña Gallego, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. **Universidad Complutense.**

## Comité Asesor

Valentín Alfaya, Director de Calidad, Prevención y Medio Ambiente de **Ferrovial.**

María Rosa Alberdi Gamazo, Directora de Responsabilidad Social Corporativa. **Grupo OHL.**

Joaquín de Ena Squella, Director de RSC del **Banco Santander.**

Antonio Fuertes Zurita, Director de Responsabilidad Social Corporativa. **Gas Natural-Fenosa.**

Juan Pedro Galiano, Jefe del Departamento de Responsabilidad Social y Reputación. **ADIF.**

Ana Gascón Ramos Directora de Responsabilidad Corporativa, **Banco Popular Español.**

Germán Granda, Director General. **Forética.**

Silvia Gutiérrez, Directora de la **Fundación Wellington.**

Olivier Longué, Director General de la **Fundación Acción contra el Hambre.**

Alejandro Martínez, Director de **Fundación Eroski.**

Antonio Mayor, Director de Comunicación de **ONCE.**

Antonio Núñez Tovar, Director General de Recursos y Medios de **Mapfre.**

Sara Pons, Directora de Responsabilidad Social de **MRW.**

Alicia Real Pérez, Profesora Titular de Derecho Civil, **Universidad Complutense de Madrid.**

Isabel Roser Hernández, Directora de la **Asociación Española de Directivos RS.**

---

# Índice

<b>EDITORIAL</b>	9
<b>ARTÍCULOS</b>	17
Turismo: ¿menos pobreza o mayor exclusión? <i>Martha Marivel Mendoza Ontiveros y Rafael Hernández Espinosa</i>	19
Turismo voluntario en la cooperación internacional al desarrollo <i>Susana Lima</i>	37
El turismo como factor de desarrollo en el capitalismo del siglo XXI: impactos sociales y ambientales <i>Moisés Hidalgo Moratal</i>	57
Desarrollo turístico en Cabo Verde. Perfil y percepción del residente en Sao Nicolau <i>Ana M<sup>a</sup> Castillo Canalejo, Sandra M<sup>a</sup> Sánchez Cañizares y Luna Santos Roldán</i>	77
Gestión sostenible de empresas y destinos turísticos: la nueva economía. <i>Inmaculada C. Martín Rojo</i>	103
Aviación responsable: un análisis descriptivo de la sostenibilidad de las principales líneas aéreas que operan en Canarias <i>Ana Isabel Rodríguez Falcón y María de la Cruz Déniz Déniz</i>	123
Retos institucionales en la actividad empresarial de establecimientos hoteleros localizados en países en desarrollo <i>Dalai Perdomo-Pérez, Sonia María Suárez Ortega y Antonia Mercedes García Cabrera</i>	149
<b>RECENSIONES</b>	
Poverty Alleviation through Tourism Development: A Comprehensive and Integrated Approach <i>Robertico Croes y Manuel Rivera</i>	183
Responsible Tourism: Using tourism for sustainable development (2 <sup>nd</sup> edition) <i>Harold Goodwin</i>	187







# **E**ditorial

El turismo sostenible aspira a ser una actividad económicamente viable que al tiempo evita destruir los recursos de los que el propio turismo dependerá en el futuro, principalmente en lo que afecta al entorno físico y a la estructura social de la comunidad local (Swarbrooke, 1999). Desde una perspectiva más amplia, el turismo sostenible puede conceptualizarse mediante la aplicación de los objetivos del Desarrollo sostenible (Butler, 1999; Saarinen, 2006), esto es, lograr el crecimiento económico, la justicia social y la protección del entorno. Estos objetivos aspiran a conjugar “las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (WCED, 1987, p.43). Bajo esta perspectiva, toda discusión sobre la industria turística, así como la planificación de la actividad cotidiana en un destino turístico particular debería considerar las tres dimensiones antes mencionadas: económica, social y medioambiental.

Las dimensiones económica y social se materializan principalmente en la creación de empleo y, para el caso de los países en desarrollo, éstas se extienden al alivio de la pobreza (Croes y Rivera, 2016). Esta última, además, es probablemente la principal contribución de la industria turística al desarrollo sostenible de los países en desarrollo (Fortanier y Wijk, 2010). A este respecto, existe una amplia evidencia que muestra el papel relevante de las empresas multinacionales turísticas por su contribución a la mejora de las condiciones económicas y sociales de estos países.

Las principales actividades del sector turístico las llevan a cabo los hoteles, las compañías de transporte, principalmente aéreas, y los turoperadores, pilares del desarrollo del sector en un destino particular (Telfer y Sharpley, 2016). Estas empresas están en su mayoría localizadas en países desarrollados y han experimentado un elevado crecimiento en las últimas décadas, de forma que se han convertido en multinacionales de gran tamaño y poder de mercado (UNCTAD, 2007). Frente a ellas, los países en desarrollo poseen industrias turísticas locales débiles. De esta forma, las multinacionales en buena medida controlan el sector a nivel mundial, pudiendo llegar a condicionar la diversificación económica hacia esta actividad de los países en desarrollo y, por ende, sus posibilidades de riqueza y crecimiento (Tao y Wall, 2009). Como resultado de su poder en el mercado, la actividad de estas empresas afecta a la dimensión económica del desarrollo sostenible de los países, tanto desarrollados como en desarrollo, con fuerte repercusión en la dimensión económica de estos últimos.

Por otra parte, la empresa multinacional turística pueden facilitar y contribuir a la transferencia de conocimiento, tecnología e innovación entre países, y de esta forma propiciar la formación de capital humano y el desarrollo de la industria local (Saffu *et al*, 2008). Esta transferencia afecta de forma positiva al desarrollo sostenible en lo que nuevamente refiere a las facetas social y económica de la industria turística.

Frente a estos resultados positivos, también existe una vertiente negativa en el desarrollo a gran escala del sector. Por ejemplo, y desde una perspectiva más económica, Fortanier y Wijk (2010) advierten que algunos hoteles procedentes de terceros países y establecidos en Mozambique, Tanzania y Etiopía, más que contribuir al desarrollo del capital humano local vía formación, optaron por contratar personal cualificado y ya empleado en los hoteles lo-

cales existentes. De esta forma, no sólo no generaban capital humano en el sector sino que debilitaban la incipiente industria turística local.

Desde una perspectiva social, el establecimiento de hoteles y resorts turísticos de lujo puede generar perjuicios a la población local cuando los turistas buscan conocer y/o disfrutar experiencias innovadoras que entran en contradicción con el mantenimiento de las costumbres y cultura de la población local –e.g., las comunidades locales pueden valorar sus lugares o entornos sagrados e intentar protegerlos de la explotación turística–, o cuando con el transcurrir de los años la actividad turística consigue trivializar acontecimientos culturales de gran tradición que son año tras años comercializados como parte de paquetes turísticos –e.g., carnaval, fiestas populares, etc.– (Telfer y Sharpley, 2016).

Por otra parte, las empresas turísticas también pueden causar daños medioambientales, perjudicando el desarrollo de las economías de los países a largo plazo (Liu y Wall, 2006). Por ejemplo, el transporte aéreo es el principal generador de gases invernadero, los hoteles y resorts generan un nivel importante de residuos y contaminación que puede deteriorar la calidad del paisaje, y ha sido común los movimientos ciudadanos exigiendo a los gobiernos que cesen en dar a las costas un uso netamente turístico (Telfer y Sharpley, 2016). En este sentido, los daños medioambientales pueden llegar a ser determinantes para el desarrollo futuro de los destinos turísticos y, además, ser más graves en las economías en desarrollo que en las desarrolladas, debido a la mayor fragilidad de las primeras en lo que a desarrollo de marcos regulativos que las protejan se refiere.

En síntesis, las empresas turísticas pueden servir como vehículo para el desarrollo sostenible de países desarrollados y en desarrollo, contribuyendo con su actividad al progreso en términos económicos, sociales y medioambientales, si bien este comportamiento no está siempre garantizado. A este respecto, en aquellos casos en los que las necesidades presentes de la empresa turística superan la importancia que ésta concede al uso sostenible de los recursos de los países en los que se establece, el futuro puede ser incierto pues se incurre en el riesgo de que la actividad desarrollada por la empresa no mantenga el compromiso con las vertientes económica, social y medioambiental del turismo sostenible.

La relevancia que en la actualidad tiene la actividad turística para el desarrollo económico de numerosos países y los retos sociales y medioambientales que acompañan al desarrollo de la misma, con mayor incidencia en los países en desarrollo, justifica la edición de este número especial que abordará desde **dos perspectivas, positiva y negativa, los potenciales efectos del turismo en las tres vertientes del desarrollo sostenible (económica, social y medioambiental)**. A este respecto se abordarán trabajos que analizan el fenómeno tanto **en economías desarrolladas como en desarrollo**, con mayor presencia de estas últimas debido al mayor impacto que la actividad turística puede tener en las mismas.

En concreto, el presente número monográfico, titulado “Turismo y desarrollo sostenible”, consta de 9 colaboraciones, 7 en forma de artículo y 2 en forma de reseña, en las que han inter-

venido **15 profesores de un total de 7 universidades de 4 países distintos**: España, México, Portugal y la República Checa. Las primeras tres colaboraciones ofrecen una visión crítica de la aportación del turismo al desarrollo sostenible: la primera enfocada en la incapacidad de la actividad turística actual para conseguir una inclusión social que permita la verdadera eliminación de la pobreza, la segunda centrada en el marco de la cooperación internacional para el desarrollo aportando una visión crítica del turismo de voluntarios, y la tercera orientada a los efectos negativos del turismo en los ámbitos social y medioambiental. Tras este primer bloque crítico con la aportación que el turismo puede realizar para aliviar la pobreza y las desigualdades, encontramos una cuarta contribución que, a través de la percepción de los habitantes de un destino turístico en desarrollo, dibuja una visión más positiva del turismo como promotor del desarrollo económico. En tercer lugar, el monográfico incluye tres contribuciones que abordan el tema desde la perspectiva empresarial, abordando cuestiones como los obstáculos encontrados para operar en entornos institucionalmente débiles, como presentan muchos de los destinos turísticos en países en desarrollo, y las acciones de responsabilidad social corporativa de las empresas turísticas y su efecto en los resultados empresariales de las mismas. El monográfico se cierra con dos reseñas de sendos libros de reciente publicación que abordan el turismo y su contribución al desarrollo sostenible y a la reducción de la pobreza.

De entre las estrategias para la reducción de la pobreza destaca cada vez más el turismo, y las nuevas políticas de organismos multilaterales sobre el sector incluyen compromisos para aprovecharlo, por su capacidad para generar divisas y puestos de trabajo. A este respecto, el número se abre con el trabajo de **Mendoza Ontiveros y Hernández Espinosa** de la Universidad Autónoma del Estado de México quienes, enfatizando la perspectiva social del turismo sostenible, se cuestionan si el turismo es un agente de movilidad y de inclusión social, o simplemente una forma productiva que refuerza las asimetrías pre-existentes. Para poder dar respuesta a este importante interrogante su trabajo, titulado "Turismo: ¿menos pobreza o mayor exclusión?", presenta una revisión de la literatura al respecto que permite al lector reflexionar sobre la contribución del turismo en el combate a la pobreza al analizar el enfoque que sustenta al turismo pro pobre basado en los teóricos de la exclusión. Finalmente, en el trabajo se establece la condición previa para el funcionamiento ideal de cualquier proyecto de desarrollo comunitario, de forma que se evite generar expectativas inalcanzables en sociedades que anhelan salir de la precariedad.

En línea con el trabajo de **Mendoza Ontiveros y Hernández Espinosa**, el trabajo titulado "Turismo voluntario en la cooperación internacional al desarrollo" de la profesora **Lima** de la Escola Superior de Educação de Coimbra, Portugal, contribuye al tema del turismo como instrumento de lucha contra la pobreza desde la óptica de la cooperación internacional para el desarrollo. Específicamente, en el trabajo se abordan las limitaciones inherentes al papel del voluntariado y del turismo voluntario en los programas de cooperación al desarrollo.

Así, desde una visión crítica, en este trabajo se va más allá del mero concepto de turismo voluntario para abordar el voluntariado más especializado en proyectos de desarrollo turístico en el marco de la cooperación internacional.

En tercer lugar, y cerrando el primer bloque de colaboraciones muy crítico con la aportación del turismo al desarrollo sostenible, se encuentra el trabajo titulado “El turismo como factor de desarrollo en el capitalismo del siglo XXI: impactos sociales y ambientales”. Para el profesor **Hidalgo Moratal** de la Universidad de Alicante, autor de dicho trabajo, los elevados niveles de crecimiento de las actividades turísticas durante el último medio siglo intensifican los impactos sociales y ambientales propios del capitalismo tanto en sus efectos positivos -alta capacidad de generación de empleo-, como en los más adversos -precariedad laboral con elevado nivel de explotación de clase e impactos sobre el ambiente-. Para este autor, en el largo plazo, la actividad turística desarrollada en el sistema capitalista actual podría conllevar tal nivel de desequilibrios socioambientales que eclipsarían los beneficios obtenidos por dicha actividad, especialmente en los ámbitos del cambio climático y el agotamiento de combustibles fósiles. Por tal motivo, el autor propone que la reducción del turismo de larga distancia se convierta en una tarea prioritaria, aunque admite su difícil abordaje dadas la evolución del crecimiento del sector en el largo plazo y las características del sistema capitalista actual.

Por su parte, **Castillo Canalejo, Sánchez Cañizares y Santos Roldán** de la Universidad de Córdoba, España, abordan el tema del turismo y el desarrollo desde la perspectiva del residente de países en desarrollo con potencialidad turística alta. Partiendo del hecho de que el desarrollo turístico de una determinada zona requiere de la interacción de una serie de agentes, entre los que se encuentran los propios residentes de la zona, los autores realizan un trabajo de campo para conocer las percepciones de los residentes en una zona de gran potencial turístico de Cabo Verde. Así, el artículo titulado “Desarrollo turístico en Cabo Verde. Perfil y percepción del residente en Sao Nicolau”, presenta los resultados de una investigación en la que se analiza la opinión y percepción que tienen los residentes de Sao Nicolau (una de las islas del archipiélago de Cabo Verde) respecto a diferentes aspectos del desarrollo turístico de su isla. Asimismo, se analiza la evolución que ha tenido la actividad turística en el país. Sus conclusiones muestran que la mayoría de la población está a favor de un mayor desarrollo turístico porque percibe los impactos positivos del mismo en mayor medida que los negativos.

La “Gestión sostenible de empresas y destinos turísticos: la nueva economía” es el título y el tema de la aportación de la profesora **Martín Rojo** de la Universidad de Málaga, España, al número monográfico que estamos presentando. El trabajo tiene un doble objetivo, por una parte, verificar si la gestión sostenible de las empresas turísticas repercute también en sus beneficios económicos, además de en el bien de la sociedad, y, por otra parte, identificar las variables a considerar para llevar a cabo un desarrollo turístico sostenible en los destinos; todo ello desde el marco teórico de la nueva economía.

El desarrollo de una actividad turística que contribuya al desarrollo sostenible pasa porque las empresas del sector desarrollen su actividad empresarial de una manera socialmente responsable. La responsabilidad social corporativa se convierte así en una cuestión de gran relevancia en el sector turístico. El trabajo de **Rodríguez Falcón y Déniz Déniz** de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España, “Aviación responsable: un análisis descriptivo de la sostenibilidad de las principales líneas aéreas que operan en canarias” aborda esta cuestión

para la industria de las aerolíneas, una industria clave para el desarrollo de la actividad turística. En este sector el tema de la responsabilidad social corporativa, dada la naturaleza altamente competitiva de la industria y lo contaminante de la actividad que se desarrolla en la misma, es muy importante. El análisis descriptivo de la información publicada por una muestra de importantes compañías aéreas que operan en Canarias nos permite concluir que existe aún una importante agenda de trabajo en materia de sostenibilidad en dicho sector.

Se cierra el apartado de artículos de este monográfico con el trabajo titulado “Retos institucionales en la actividad empresarial de establecimientos hoteleros localizados en países en desarrollo” presentado por **Perdomo-Pérez, Suárez-Ortega y García-Cabrera**, también desde la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Si bien el turismo representa un sector estratégico para el desarrollo socio-económico de las economías menos avanzadas, no es menos cierto ni menos relevante el hecho de que estos países cuentan con entornos institucionales débiles en los que es común la existencia de retos institucionales que perjudican el desarrollo de la actividad empresarial. En esta línea, este trabajo presenta evidencia empírica a partir de una muestra integrada por establecimientos alojativos que operan en Marruecos. Los resultados identifican los retos institucionales que afronta la empresa hotelera tanto para iniciar sus operaciones como en el desarrollo posterior de la actividad mostrando, además, que estos afectan en mayor medida a los establecimientos de menor tamaño y a los gestionados por directivos extranjeros. Además, de los resultados se derivan sugerencias de utilidad para la mejor promoción de la actividad empresarial turística en estas economías.

Por último, el monográfico presenta dos reseñas referidas a sendos libros de gran actualidad que abordan la cuestión. La primera reseña está elaborada por **Miroslav Horák** (Mendel University in Brno, República Checa) y comenta el libro titulado “Poverty Alleviation through Tourism Development: A Comprehensive and Integrated Approach” escrito por Robertico Croes y Manuel Rivera. La segunda la elabora **Francisco Gutiérrez Pérez** (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España) y comenta el libro de Harold Goodwin titulado “Responsible Tourism: Using tourism for sustainable development (2nd edition)”.

**Antonia Mercedes García Cabrera y Sonia María Suárez Ortega**<sup>1</sup>  
Universidad de las Palmas de Gran Canaria

<sup>1</sup> Las autoras agradecen el apoyo financiero proporcionado por el Ministerio de Economía y Competitividad (Proyecto ECO2016-80518-R)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUTLER, R. (1999), "Sustainable Tourism: A State-of-the-Art Review", *Tourism Geographies*, 1, 7–25.
- CROES, R. y RIVERA, M. (2016), *Poverty Alleviation through Tourism Development*, Waretown, NJ, USA, Apple Academic Press.
- FORTANIER, F., WIJK J. (2010), "Sustainable tourism industry development in sub-Saharan Africa: Consequences of foreign hotels for local employment", *International Business Review*, 19, 191–205.
- SAARINEN, J. (2006), "Traditions of sustainability in tourism studies", *Annals of Tourism Research* 33, 4, 1121–1140.
- SAFFU, K., APORI, S.M., ELIJAH-MENSAH, A. y AHUMATAH, J. (2008), "The Contribution of Human Capital and Resource-based View to Small-and Medium-sized Tourism Venture Performance in Ghana", *International Journal of Emerging Markets*, 3, 3, 268–284.
- SWARBROOKE, J. (1999), *Sustainable Tourism Management*, Oxon, CAB International.
- TAO, T.C.H. y WALL, G. (2009), "Tourism as a sustainable livelihood strategy", *Tourism Management*, 30, 90–398.
- TELFER, D.J. y SHARPLEY, R. (2016), *Tourism and Development in the Developing World*, New York, USA, Routledge.
- UNCTAD (2007), *FDI in Tourism: The Development Dimension*, New York and Geneva, United Nations.
- WCED (1987), *Our common future*, Oxford, UK, Oxford University Press.





# **A**rtículos



# Turismo: ¿Menos pobreza o mayor exclusión?

Martha Marivel Mendoza Ontiveros

marivelmo@hotmail.com

Profesora de tiempo completo de la Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Texcoco. Licenciatura en Turismo. Doctora en Ciencias Antropológicas (2004) Universidad Autónoma Metropolitana. Líneas de investigación: Antropología del turismo y Gestión del patrimonio cultural. Autora y coautora de 36 artículos y un libro con la temática de turismo

Rafael Hernández Espinosa

rafa\_he@hotmail.com

Doctor en Antropología por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México. Tiene estudios de Licenciatura en Psicología Social por la Universidad Autónoma Metropolitana, México. Sus intereses se perfilan hacia la reflexión epistemológica de las ciencias sociales y los métodos de investigación cualitativa. Sus líneas de investigación se enfocan en la construcción social de los espacios públicos, los espacios turísticos y recreativos. Actualmente es profesor investigador del área de Turismo del Centro Universitario Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México

## RESUMEN

De entre las recientes estrategias para la reducción de la pobreza destaca cada vez más el turismo, y las nuevas políticas sobre el sector incluyen compromisos para aprovecharlo por su capacidad para generar divisas y empleos. Sin embargo, se necesita sustentar a esta opción, con enfoques robustos y resultados comprobados. ¿Es el turismo un agente de movilidad y de inclusión social?, o ¿simplemente una forma productiva que refuerza las asimetrías pre-existentes? Por lo anterior, el objetivo de este documento fue reflexionar sobre

la contribución del turismo en el combate a la pobreza al analizar el enfoque que sustenta al turismo pro pobre con base en los teóricos de la exclusión. Finalmente se postula que si se quiere mitigar la pobreza, los planteamientos deben dejar de ser simplistas y superficiales para no generar expectativas inalcanzables en sociedades que anhelan salir de la precariedad.

## PALABRAS CLAVE

Turismo, pobreza, exclusión social

## CÓDIGOS JEL

I31, L83

## TOURISM: LESS POVERTY OR GREATER EXCLUSION?

### ABSTRACT

Among recent strategies for poverty reduction, tourism is increasingly prominent, and new policies on the sector include commitments to take advantage of it because of its capacity to generate foreign exchange and employment. However, this option needs to be supported, with robust approaches and proven results. Is tourism an agent of mobility and social inclusion? Or, is it only a productive way that reinforces pre-existing asymmetries? Therefore, the objective of this document is to reflect on the contribution of tourism in the fight against poverty by analyzing the approach that supports pro-poor tourism based on exclusion theorists. Finally, it is postulated in this document that if poverty alleviation is to be sought, the approaches should stop being simplistic and superficial so as not to generate unattainable expectations in societies that yearn to emerge from precariousness.

### KEYWORDS:

Tourism, poverty, social exclusion

### JEL CODES:

I31, L83

## 1. INTRODUCCIÓN

El discurso de la lucha contra la pobreza se instituye como uno de los mecanismos que funcionan como motor de la generación y justificación de múltiples políticas globales y propuestas de la cooperación internacional. Frecuentemente han sido asociadas a la implementación de proyectos productivos cuya finalidad es la dinamización de la economía de mercado para generar riqueza que pueda ser aprovechada por las regiones pobres o subdesarrolladas del planeta.

El turismo ha constituido una actividad que se presenta como uno de estos instrumentos de generación de riqueza y lucha contra la pobreza, en especial los modelos de turismo comunitario. No obstante, después de varios años de ejercicio de estos modelos de turismo orientados hacia “la salvación” de los pobres, ellos han mostrado limitaciones importantes en los propósitos de disminuir las condiciones de pobreza.

El propósito de este texto es introducir algunas reflexiones en torno a las implicaciones que tiene el uso del concepto de pobreza en el estudio y diseño de modelos turísticos orientados a la lucha contra la misma. En este sentido, se propone abordar la problemática y su estudio desde otros conceptos más recientes, como el de exclusión social, lo que permite observar aspectos relevantes que permanecen vagos desde el enfoque de la pobreza. Entre ellos, la importancia de la dimensión relacional de los mecanismos de integración o exclusión de individuos y sectores a la sociedad de pertenencia.

Lo que se presenta a continuación está dividido en cinco apartados. En el primero de ellos, se rastrea la noción del usar al turismo como mitigante o salvador de la pobreza, luego de analizar las diversas aproximaciones al concepto de pobreza y se le relaciona con la exclusión. Se sigue con la concreción de la pobreza y la exclusión en el turismo comunitario al resaltar los problemas que han generado.

## 2. TURISMO Y POBREZA

La idea de que una actividad económica puntual como el turismo podría tener un rol importante en el desarrollo, se remonta a 1969 cuando el Banco Mundial la propuso como motor de la riqueza de la misma forma que la industria lo había sido en Europa en el siglo XIX (Tello y Paredes, 2002). Por este motivo, el Banco Mundial realizó préstamos importantes para impulsar la preservación de zonas arqueológicas, la construcción de carreteras, aeropuertos, dotación de servicios básicos, así como para la construcción de hoteles (De Kadt, 1991). Muchos de estos proyectos turísticos en combinación con el financiamiento del sector privado tuvieron gran éxito y se consolidaron como destinos turísticos a nivel internacional, como es el caso de Bali, Kenia, Gambia, México, La República Dominicana y Túnez. 40 años después los informes finales sobre tales proyectos turísticos muestran excelentes resultados en lo que se refiere al crecimiento económico, generación de divisas y

empleo. Sin embargo, diversos estudios también mostraban sus consecuencias negativas al no considerar políticas adecuadas para disminuir el impacto social y medioambiental en los destinos.

Para 1990, el enfoque del Banco Mundial cambió a partir de los resultados anteriores y mostró mayor interés en el modelo de desarrollo sostenible al apoyar la conservación ambiental, el desarrollo social y la conservación del patrimonio cultural. Para ese momento, el turismo era ya una realidad en muchos países en desarrollo, no obstante, se advirtió que no era suficiente el crecimiento económico para reducir la pobreza y la desigualdad social, ahora el problema se trasladaba hacia cómo se podrían distribuir equitativamente los beneficios de dicho crecimiento entre un grupo más amplio de la población ya que la teoría del goteo<sup>1</sup> no permitió la reducción en el número de pobres en estos países.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que el turismo está mejor posicionado en su relación con las necesidades de los pobres, es decir que según este organismo internacional, el turismo genera más desarrollo, empleo y oportunidades que otros sectores para los más desfavorecidos. Sin embargo, también ha reconocido que el desarrollo turístico, principalmente en los países pobres, puede tener consecuencias negativas para el desarrollo local y la reducción de la pobreza. El problema radica en que son los intereses privados extranjeros los que mueven el turismo y es difícil incrementar los beneficios económicos locales porque los propietarios son en gran medida extranjeros, lo que significa que las fugas son cuantiosas y las conexiones locales escasas (OMT, 2004), particularmente en el modelo de enclave en el que generalmente la población local tiene muy pocas oportunidades de participar en el mercado turístico. Por ejemplo, los pasajeros de cruceros o los que se hospedan en hoteles o complejos de “todo incluido” son inaccesibles para los empresarios locales. Este problema generalmente no se tiene en cuenta en la planificación turística y con frecuencia el acceso de las empresas o micro empresas locales al mercado turístico está restringido. Por lo tanto, el turismo no estaría contribuyendo a la eliminación de la pobreza ya que los únicos beneficiarios son las grandes cadenas internacionales que mantienen al turista cautivo en un ambiente protegido lejos de la pobreza y del asedio de vendedores ambulantes o intermediarios. Al contrario, se hace presente la marginación de la población local que es desplazada para evitar que los turistas vean el lado oscuro de los destinos que visitan (Cabezas, 2008).

De esta forma, en 1998, la idea de usar al turismo como herramienta para el combate a la pobreza toma fuerza en el Reino Unido cuando agencias de cooperación e instituciones inician una investigación para conocer el impacto del turismo en el desarrollo. Un año más tarde, H. Goodwin acuñó el término *Pro-poor tourism* (PPT) para denominar a los estudios cuyo interés fuera analizar la contribución del turismo a la disminución de la pobreza (Pinto Faria e Hidalgo Moratal, 2012). El PPT considera que el turismo es una eficiente herramienta para reducir

<sup>1</sup> Los economistas crearon la «teoría del derrame», del «goteo», también llamada entre los anglosajones «teoría del trickle down effect», según la cual, cuando en un período de auge económico los ricos se vuelven más ricos, inevitablemente «goteará» parte de esa riqueza hacia las capas más humildes, generándoles un espléndido bienestar.

la pobreza en los países menos desarrollados al incrementar los ingresos de la población más depauperada (Gascón, 2011).

Los resultados de los informes del grupo “pro pobre” provocaron un revuelo en la literatura e influyeron a instituciones en el diseño de políticas para el turismo. Así, desde 2002, la Organización Mundial de Turismo (OMT) ha recomendado la adopción del enfoque del *Pro-poor Tourism* en los lineamientos para el desarrollo turístico y durante la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible presentó el Programa *Turismo Sostenible-Eliminación de la Pobreza* para contribuir a dos objetivos del milenio: el combate a la pobreza extrema y la promoción de la igualdad de género. En este documento se argumentaba que, si bien el turismo se comercializa internacionalmente, se consume en el punto de producción. En otras palabras: los turistas visitan la fábrica. Por ello, si con el turismo pretende reducirse la pobreza, es a nivel del destino que deben maximizarse las oportunidades para que los residentes obtengan beneficios. En general, el programa *Sustainable Tourism- Eliminating Poverty (ST-EP)* busca reorientar e incentivar el turismo sostenible desde el punto de vista social, económico y ecológico, para convertirlo en un instrumento de reducción de la pobreza en los países más pobres del mundo.

Finalmente, la OMT (2004) propone siete mecanismos para lograr que los beneficios del turismo lleguen a los pobres. Esta propuesta se basa principalmente en las siguientes acciones:

1. Empleo de los pobres en empresas turísticas;
2. Suministro de bienes y servicios a las empresas turísticas por los pobres;
3. Creación de pequeñas empresas turísticas gestionadas por la población local;
4. Venta directa de bienes y servicios a los visitantes por los pobres (economía informal);
5. Impuestos sobre los ingresos o beneficios del turismo, cuya recaudación se destine a ayudar a los pobres,
6. Donaciones y apoyo voluntario de las empresas turísticas y de los turistas;
7. Inversión en infraestructura básica, estimulada por el turismo, que beneficie también a los pobres de la localidad.

Para lograr dichos objetivos se propone una intervención financiando proyectos de turismo rural comunitario y el apoyo de políticas empresariales turísticas de gran capital que generen empleo directo e indirecto para la población local. Tal mecanismo de cooperación internacional busca incidir en la realidad para transformarla, basado en el paradigma de que la pobreza puede combatirse incrementando los ingresos de los pobres hasta alcanzar un mínimo de bienestar (Gascón, s/f).

Actualmente los principales objetivos de la OMT están centrados en la promoción del turismo sostenible y la reducción de la pobreza en los países menos desarrollados, tal como los señala Miralbell Izard (2010:132-133):

- Acelerar y fomentar la contribución del turismo (internacional y nacional) a la paz, a la comprensión, la salud y la prosperidad en todo el mundo.
- Elevar los estándares de vida en las regiones menos desarrolladas del mundo, al ayudar a promocionar facilidades para el turismo extranjero y la promoción de los flujos turísticos en estas zonas especialmente.
- Mejorar las condiciones de los habitantes del país y contribuir así al desarrollo de la economía mundial.

Según Gascón (2011:4) la finalidad del PPT es “el incremento de los ingresos de los sectores más desfavorecidos de la población, aunque estas ganancias sean marginales y otros acaparen la mayor parte de los beneficios que genera la actividad”. Esta concepción se sustenta en que a pesar de que los beneficios para la población local no sean de gran relevancia a nivel macro, pueden significar un aporte importante para las grandes masas sumergidas en la pobreza.

Por su parte, Jiménez López y Cavazos Arroyo (2012:453) afirman que el Turismo Orientado a los Pobres (TOP) no se sustenta en un modelo o teoría determinada ni plantea un cambio estructural, sino que se trata de una orientación u aproximación pragmática que busca disminuir la pobreza en zonas que pueden ofrecer algún tipo de turismo, en donde los beneficios retornen a los más desfavorecidos.

En fin, de lo mencionado hasta ahora, puede decirse en síntesis que las posturas de estudiosos y organismos de la cooperación internacional coinciden en que el turismo es una actividad que puede constituir una herramienta para mitigación de la pobreza en las regiones que más sufren de esta condición. Ello, claro, mediante ciertos mecanismos y criterios que garantizarían el cumplimiento de dicho objetivo. Aunque resulta obvio, es importante subrayar que en el centro de este conjunto de reflexiones y propuestas se encuentra una conceptualización específica de la pobreza y que, por lo tanto, es la noción de la misma lo que guía estas recomendaciones. Se propone por ello un breve examen del concepto de pobreza para aproximarnos con mayor claridad a las implicaciones del diseño de propuestas de desarrollo con base en esa noción.



### 3. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR POBREZA?

Uno de los puntos que han suscitado más críticas al modelo PPT es la definición de pobreza que subyace en él, que tiene base en un enfoque monetario. En éste, la pobreza es la insuficiencia de recursos para adquirir la canasta de consumo mínima aceptable socialmente (Herrera, 2002).

Para estudiar la pobreza existen tres enfoques principales que incluyen aspectos monetarios y no monetarios. Javier Herrera (2002) explica que el enfoque monetario es el paradigma dominante en los estudios empíricos. El primer enfoque monetario es el de la pobreza absoluta o el método de línea de pobreza que toma en cuenta el costo de una canasta mínima de alimentos y servicios, y por lo tanto, considera pobres a todos aquellos cuyo consumo está por debajo de este valor. El segundo es el de la pobreza relativa que reconoce como pobres al grupo de personas cuyos ingresos están por debajo de un determinado nivel. Este enfoque insiste en la capacidad de comprar los bienes y servicios considerados básicos y no su consumo efectivo.

Sin embargo, la principal objeción a estos enfoques monetarios es que dan una idea relativa de la pobreza limitando su estudio a la falta de ingresos. Por esa razón, la definición monetaria de la pobreza o basada en los ingresos es refutada desde hace varios años por varios autores (Bhalla y Lapeyre, 1999; Narayan, 2000; Sen, 2000; Herrera, 2002, Saraví, 2006; Paugam, 2007).

Amartya Sen (2000) sostiene que la falta de ingresos es una de las principales causas de la pobreza, pero el análisis no debe limitarse a este factor. Sen explica el tema de la pobreza y la desigualdad social y económica a partir del análisis de la igualdad. Si bien en todas las teorías de orden social se busca la procuración de la igualdad en algún ámbito, estas pueden resultar ineficaces y conllevar a la desigualdad en otros. Para Sen, la idea de igualdad se enfrenta con dos aspectos fundamentales. En primer lugar, la profunda diversidad humana y, en segundo lugar, la multiplicidad de variables desde las que puede juzgarse la igualdad. Por consiguiente para el análisis y la evaluación de la igualdad Sen plantea una pregunta esencial: igualdad ¿de qué? (Figueroa Pinedo, 2014).

El principal aporte teórico de Sen para responder a la pregunta es el término de capacidad, el cual se refiere a la capacidad de elegir aquellos funcionamientos valiosos que componen nuestra vida o para conseguir nuestra libertad de fomentar los fines que valoramos (Sen, 1995). Para este autor, la pobreza debe entenderse como la privación de capacidades; dicho enfoque se centra en las privaciones que son intrínsecamente importantes a diferencia de los ingresos que sólo son instrumentalmente relevantes. Así, puede hablarse de dos tipos de pobreza que están íntimamente ligados, pues uno conlleva al otro: la pobreza de ingresos y la pobreza de capacidades (Sen, 2000; Nussbaum, 1997). En ese sentido, Sen define la pobreza como el fracaso de las capacidades básicas para alcanzar determinados niveles aceptables (Sen, 1999). Entonces, su enfoque se basa en el papel esencial de las capacidades y de las posibilidades de los individuos de alcanzar el bienestar.

Así, el enfoque de Amartya Sen aleja los estudios de la pobreza desde enfoques puramente monetarios para incluir aspectos sociales en los mismos: el método de necesidades básicas insatisfechas, índice de desarrollo humano, el déficit calórico, entre otros, que tienen en cuenta el bienestar y las condiciones de vida como la mortalidad, analfabetismo, esperanza de vida, etc.

De este modo, la pobreza es definida como un fenómeno multidimensional que debe incluir habilidades y capacidades del pobre de manejar su propia vida, capacidad de adaptarse, tener acceso a servicios, participar en la vida social o comunitaria de su grupo, tener seguridad, entre otros (Mitchell y Ashley, 2010). La capacidad de una persona consiste en combinaciones de funcionamientos posibles, es decir, que ella es capaz de alcanzar. De acuerdo con este argumento, una persona es pobre cuando no fue capaz de alcanzar las oportunidades necesarias para desarrollar capacidades.

A partir de esta forma alternativa de entender a la pobreza, un tercer enfoque para su estudio es el de la exclusión social. Incluso a Sen se le ubica entre los llamados teóricos de la exclusión, por llamar la atención sobre “cómo vive la gente”, al plantear que los pobres presentan una variedad de problemas y privaciones, más allá de los bajos ingresos, que constituyen un círculo vicioso. Como señala Gonzalo Saraví (2006) los aportes al debate entre el carácter relativo y absoluto de la pobreza, principalmente entre Peter Townsend y Amartya Sen, contribuyeron a incluir aspectos sociales, y acercan el problema hacia el ámbito de la pertenencia o membresía de los individuos a la sociedad. No obstante, la noción de exclusión ha ido tomando distancia de los estudios sobre pobreza en diversos sentidos.

Amartya Sen (2007) considera el concepto de exclusión social muy útil y versátil porque puede interesarse al mismo tiempo tanto por la exclusión política y civil como por las económicas y sociales. Sin embargo, advierte que la noción de exclusión no está libre de imprecisiones pues muchas situaciones relacionadas con las privaciones son el resultado de una inclusión pero en condiciones de desigualdad. Para Roca Rey y Rojas (2002) los conceptos de pobreza y exclusión social aunque están relacionados son diferentes. La exclusión social, señalan los autores, es parte de la trampa o círculo vicioso de la pobreza, es decir, un individuo puede ser excluido sin estar considerado como pobre, por ejemplo “los nuevos ricos” que a pesar de tener altos ingresos están excluidos de la “alta sociedad”. Sin embargo, señalan, son los grupos más pobres los más susceptibles de ser excluidos.

Por su parte, Bhalla y Lapeyre (1999), argumentando a favor del concepto de exclusión social, sostienen que éste tiene una ventaja explícita sobre el de pobreza, aún en su noción más amplia, en la medida en que hace referencia al nivel *relacional* y no sólo al nivel *distribucional* de las condiciones de privación. Es decir, la exclusión social denota, además de la privación material, la privación de relaciones sociales. Las personas, por ejemplo, pueden ser pobres y no estar necesariamente excluidas de ciertas necesidades básicas, pues es posible, en algunos casos, disponer aún de acceso al mercado de trabajo, a algunos recursos físicos y a los derechos y obligaciones políticas. Por otra parte, el estado de pobreza no es siempre una condición de exclusión de ciertas redes sociales, es decir, pobreza no siempre significa exclusión de los ámbitos sociales (Bhalla y Lapeyre, 1999).

De tal suerte, tanto los asuntos distribucionales (económicos) y relacionales (sociales) se ubican en el corazón del concepto de exclusión social. Sin embargo como señala Saraví (2006) es el aspecto relacional el que se privilegia y con el que se va más allá, abarcando tanto aspectos políticos como los derechos civiles y sociales que determinan una relación entre los individuos o grupos y el Estado, así como entre aquéllos y la sociedad. Ello aleja de forma importante al enfoque de la exclusión social del enfoque de Sen, en el cual prevalece un matiz economicista, centrado en el individuo, donde la exclusión se ve como parte de la pobreza.

En este sentido, este concepto se constituye como un enfoque que privilegia el análisis de los procesos de acumulación de desventajas en individuos o grupos sociales que pueden provocar una progresiva ruptura de los lazos sociales. Es decir, esas desventajas acumuladas y potenciadas entre sí suponen el riesgo de quedar atrapado en una espiral de debilitamiento progresivo de la pertenencia y participación en la sociedad desde sus dimensiones económicas, políticas y sociales (Saraví, 2006). Es en ese sentido que se habla de desigualdades dinámicas.

Podemos entonces comprender en términos generales a la exclusión social como el resultado final de un proceso complejo, multidimensional y dinámico, de acumulación de desventajas que progresivamente socava la relación entre individuos o grupos con la sociedad de pertenencia. Por ello, retomando a Saraví (2006), el concepto de exclusión social se constituye en un tipo ideal, en la medida en que se refiere a un estado final hipotético de ruptura de lazos sociales, lo cual metodológicamente implica observar las situaciones específicas de vulnerabilidad desde sus distintas dimensiones y no necesariamente hablar de excluidos y no excluidos. Ello permite también explorar dimensiones cualitativamente relevantes de la desigualdad.

Finalmente, el concepto de exclusión social necesariamente remite a la definición de los mecanismos de integración social. Es por ello que para trasladar el concepto de exclusión social al análisis de la cuestión social de sociedades específicas, por ejemplo las latinoamericanas, se debe en primer lugar señalar la especificidad de los mecanismos de integración social.

## 4. TURISMO, EXCLUSIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO

En este contexto, planificar el turismo sobre una definición de pobreza que excluye muchas otras posibilidades se hace parte del problema y no de la solución. Ante dichos cuestionamientos los especialistas en sus estudios intentan responder a preguntas tales como: ¿Es el turismo un agente de movilidad y de inclusión social?, o ¿simplemente una forma productiva que refuerza las asimetrías pre-existentes? (Korstanje, 2015).

Para avanzar en las posibles respuestas a estas cuestiones diremos, con base en lo discutido en el apartado anterior, que las implicaciones sociales de los proyectos turísticos en las co-

comunidades locales, en efecto, tendrían que analizarse a la luz de los mecanismos de inclusión o integración social que se favorecen, limitan o incluso se minan. Así también debe analizarse si las estructuras de oportunidades preexistentes permiten o no que las poblaciones tengan plena participación en cada ámbito de responsabilidades y obligaciones de dichos proyectos.

El modelo de enclave turístico, por ejemplo, constituye un obstáculo para que los residentes locales adquieran mayor protagonismo dentro de la cadena de comercialización. La comunidad por lo general queda excluida no solo del contacto con los visitantes, lo cual afecta la confianza entre ambos, sino también del usufructo del espacio desfavoreciendo sus condiciones de negociación frente a los inversores extranjeros (Mullins, 1991; Butler 1999; Korstanje, 2011). Turner y Ash (1975) estipularon que el turismo, lejos de generar mayores beneficios económicos para los locales los subordina a prestar los servicios “como atractivo” o etno-mercancías.

El enclave, más que un mecanismo de inclusión, es el signo de un valor donde el otro no tiene presencia, no es escuchado. Se define como un proyecto centralizado de gran escala circundado por grandes cordones de pobreza y exclusión en donde el bienestar de los residentes pasa a un segundo o tercer plano, centrando los esfuerzos de la planificación a favor de satisfacer las necesidades de la demanda (Korstanje, 2015).

A diferencia del enclave turístico centralizado o de gran escala, el turismo comunitario se ha concebido como un tipo de turismo gestionado por familias campesinas, comunidades, cooperativas o los mismos pueblos indígenas que integrarían una actividad complementaria a las tradicionales. El turismo comunitario, según Cañada (2012), es un tipo de turismo en el que la población rural, principalmente pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus diversas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. Se trataría, por lo tanto, de un turismo de formato pequeño o de nicho que debe permitir establecer sinergias con otras políticas de desarrollo (Gascón, 2011). De esta forma, se impulsa al turismo comunitario como una estrategia cómoda y rápida de desarrollo y de lucha contra la pobreza, por su facilidad de generar altos beneficios económicos con poca inversión debido a que el paisaje y la cultura nativa, materia prima para ello, ya estaba ahí de manera gratuita (Gascón, 2011).

Sin embargo, el turismo comunitario no ha estado exento de defensores ni de detractores. Por un lado, ahí donde ha logrado consolidarse, ha promovido una diversificación de las actividades productivas y con ello generar nuevas fuentes de empleo, se han revalorizado bienes y servicios comunitarios como el agua, el bosque o la tierra. Además, el turismo comunitario pone a disposición de la mayoría de la población espacios, infraestructuras y servicios. Por su parte, las mujeres que participan en esta actividad turística han incrementado su protagonismo en asuntos públicos de la comunidad y el contacto, intercambio y conocimiento con otras formas de plantearse la vida, la maternidad, las relaciones de pareja, etc. (Cañada, 2012).

Pero, por el otro lado, la introducción del turismo comunitario en poblaciones rurales no ha estado exenta de dificultades y riesgos (Gascón, 2011 y 2013). Por ejemplo, se ha visto que mientras la oferta de ecoturismo, turismo rural, turismo indígena ha tenido un incremento exponencial, después de más de 15 años, la demanda se ha estancado. Además, se ha destacado que la llegada de turistas está mediada por agentes externos (tour-operadores) lo que impide a las comunidades tener el verdadero control del negocio. Asimismo, se presentan aspectos de carácter cultural que suelen traducirse en desventajas. En este sentido, Gascón (2013) señala que el turismo comunitario ha detonado una serie de cambios en las comunidades rurales tradicionales debido al choque entre una actividad moderna y el mundo campesino, pues el turismo representa una experiencia ajena a las comunidades rurales, es decir, es una actividad extraña a la “vocación social del territorio”<sup>2</sup>. Las familias rurales generalmente, no han experimentado el ser turistas ni mucho menos saben qué es un prestador de servicios turísticos; tampoco tienen conocimientos ni habilidades para imaginar, crear y gestionar una empresa de corte mercantil, en competencia dentro del mercado global. El desconocimiento de sus características significa que la gente no puede participar con pleno conocimiento en su diseño y gestión. Por otra parte, cuando la comunidad no logra apropiarse de la propuesta, los proyectos fracasan o caen en la tutela de personas foráneas (Cañada, 2012). Asimismo, los servicios ofertados a los turistas –comida, hospedaje, atenciones-, por tradición son otorgados de manera gratuita a los visitantes por lo que muchas veces les cuesta trabajo calcular el monto a cobrar.

Otro conflicto alrededor del turismo comunitario se refiere al aspecto distributivo de los beneficios de la actividad, lo que en ecología política se conoce como conflictos ecológicos distributivos, pues la parte preponderante de la población que controla el recurso acapara las ganancias, lo que profundiza las diferencias socioeconómicas entre el sector minoritario que se beneficia de la renta generada por el turismo, mientras la mayoría pierde calidad de vida (Gascón, 2012). Así, aquella comunidad que al interior resultaba relativamente homogénea, pronto empieza a dar muestras de exclusión de quienes que no poseen los recursos solicitados por los turistas.

Otras posturas críticas desde la antropología del desarrollo han resaltado el hecho de que las culturas no occidentales o los países subdesarrollados no tenían posibilidad de cambiar su condición a través de simples créditos que luego no iban a poder pagar por falta de capital. Por ello, tanto los organismos de crédito internacional como el Banco Mundial o agencias de colaboración enviaron a sus asesores expertos a aquellos “Estados” que solicitaban (o no) una ayuda financiera y los “guiaban” en materia de “reformas estructurales” (Korstanje, 2015). Ello derivó en una centralización planificada cuyas consecuencias fueron la indiferencia hacia los

<sup>2</sup> Parte de la idea de que cualquier cambio en el uso del territorio, además de suponer un cambio en la distribución y explotación de los recursos naturales, también comporta un costo social, ya que la población ha de asumir procesos que pueden convertir en anacrónicos los conocimientos locales, los mecanismos de gestión comunitarios, los sistemas de distribución del poder y las tradiciones culturales existentes en favor de otros nuevos. Y para enfrentar estos cambios se requieren periodos de adaptación y procesos de aprendizaje que no siempre son factibles y accesibles para la comunidad o para parte de ella (Gascón, 2013).

valores culturales locales y la creación de proyectos según los parámetros de racionalidad occidental. Así grupos humanos no occidentales eran evaluados según programas confeccionados para otras sociedades. A la larga, los préstamos se volvieron impagables por los intereses exorbitantes sin que sus programas de desarrollo hayan llegado al éxito.

Por su parte, los teóricos de la exclusión sostienen que en la realidad el modelo PPT ha demostrado que los beneficios netos del turismo favorecen a la población más próspera y no a la más pobre y los ejemplos que demuestren los beneficios reales para los pobres cuando éstos se dedican al turismo, siguen siendo escasos (Ashley y Goodwin, 2007). Las voces críticas hacia el PPT afirman que sólo se ha enfocado en el nivel micro, como un producto nicho en los casos de ecoturismo y turismo comunitario. Asimismo, se ha puesto poca atención en los vínculos con el mercado. Los recursos económicos de organismos nacionales e internacionales se destinan a proporcionar capacitación, en el mejor de los casos, o a la construcción de infraestructura, en su mayoría, pero los productos fracasan por no tener una demanda doméstica o internacional, lo que reditúa en que no se mejoren los medios de vida. En casi todos los casos, se anima a las comunidades a iniciar proyectos turísticos y luego de invertir dinero, trabajo y propiedades, los turistas no llegan (Ashley y Goodwin, 2007; Meyer, 2010).

Al respecto, resulta interesante el análisis de Gascón (2011:5) quien critica que el PPT considere cualquier modelo turístico como como válido, pues lo que cuenta es su capacidad de crear beneficios netos para la población local. Es decir, el PPT no cuestiona, ni juzga el modelo económico dominante sino que incluso plantea la posibilidad de convertir en agentes de cooperación a aquellos sectores que promueven y se benefician de ese modelo económico, como es el caso del capital transnacional (Figuroa, 2014). Lo importante para el modelo de PPT es que los índices globales de pobreza disminuyan (Gascón, 2011).

Figuroa (2014) sostiene que tanto las propuestas de la OMT para el alivio de la pobreza como los planteamientos del PPT se centran básicamente en incluir a los pobres en el mercado laboral del turismo y la creación de pequeñas empresas turísticas gestionadas por la población local. Sin embargo, algunos autores cuestionan que las medidas llevadas a cabo por la OMT para aliviar la pobreza son incongruentes con sus propuestas. En ese sentido, las críticas más directas se dirigen hacia la OMT por defender planteamientos neoliberales que estarían incentivando la concentración de los beneficios en empresas transnacionales, en particular, como señala Gascón (2011:5), por:

su participación junto con la Organización Mundial del Comercio, en el desarrollo del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (General Agreement on Trade in Services – GATS), que tiene como objetivo impulsar la liberalización del sector servicios, entre ellos todos los concernientes a la actividad turística, socavando cualquier medida proteccionista.

Lo cual estaría generando mayor concentración de la riqueza en pocas manos y perjudicando a los pequeños empresarios turísticos locales porque tienen pocas posibilidades de subsistir en el agresivo y competitivo mercado turístico.

Entre otros aspectos, los señalados anteriormente constituyen algunas razones por las cuales el turismo, en particular el PPT o TOP, no está siendo un factor de desarrollo para las poblaciones desfavorecidas. Para que ello sea una realidad, los proyectos de turismo comunitario, en opinión de algunos autores, deberían seguir una serie de pasos que les ayuden a lograr una transformación de la comunidad (Korstanje, 2015):

- 1) Emplear personal con menores recursos para elevar la condición social de los que más necesitan, al ofrecer cursos de capacitación para ocupar puestos en el sector de turismo y crear verdaderos cuadros de trabajo que permitan vencer el círculo vicioso de la pobreza.
- 2) La comunidad local debe organizarse con el fin de monopolizar los bienes y servicios que se le van a ofrecer al turista y no permitir la entrada de personas foráneas al negocio turístico.
- 3) Proveer a la planta turística de los insumos necesarios para generar un efecto multiplicador en la economía local. En este contexto, la participación estatal debe poner nuevos incentivos para cambiar la cadena de distribución que se origina en la demanda de los segmentos a favor de los residentes.
- 4) La creación de microempresas turísticas, con el fin de vencer la caridad estatal, adoptando posturas de micro-emprendimiento en manos locales así como una alta diversificación de productores involucrados.
- 5) El cobro de impuestos sobre las transacciones turísticas que ayude a los sectores más vulnerables.

Sin embargo, volviendo a la cuestión acerca de la exclusión social y en particular sobre su enfoque multidimensional en torno a la acumulación de desventajas que ponen en riesgo la condición de membresía a una sociedad determinada, debe tenerse en cuenta, además de los elementos arriba enlistados, otros aspectos de igual o mayor relevancia. Es decir, el análisis y las soluciones no deben centrarse sólo en los vínculos con el mercado y el trabajo, como lo hacen los enfoques distribucionales de la pobreza, sino también en la la administración pública y la ciudadanía, pues estos aspectos son los que dan un carácter relacional y no sólo distribucional de las desventajas y vulnerabilidades. Como señala Jordi Estivill, la exclusión refiere a la acumulación de procesos confluyentes que alejan “a personas, grupos, comunidades y territorios con respecto a los centros de poder, los recursos y los valores dominantes” (2003: 19).

Habría que tomar en cuenta, además, el hecho de que el proceso de exclusión-integración social en América Latina, por ejemplo, se da dentro de contextos de profunda desigualdad, que tienen como trasfondo una marcada historicidad de la pobreza y una concentración espacial de la misma (Saraví, 2006); que los derechos ciudadanos (políticos, sociales, económicos y culturales) presentan graves limitaciones y que las poblaciones indígenas han cargado históricamente con el estigma colonialista por considerarse poco aptas para “integrarse” a los modelos de desarrollo modernos y ahora globales.

En este sentido, si se busca que la actividad turística tenga un efecto positivo en los sectores y regiones más vulnerables, debe superarse su concepción como herramienta de combate a la pobreza y buscar mecanismos integrales que permitan una transformación general de las condiciones de vida de esas personas. Es decir, no es el turismo por sí mismo lo que va a transformar las condiciones de vulnerabilidad de esos sectores, sino, al contrario, es la transformación previa de esas condiciones la que va a permitir que el turismo pueda constituir una herramienta de desarrollo con un grado de sostenibilidad real.

Una participación justa en los beneficios de la actividad turística implica que de antemano los participantes sean actores con garantía de derechos políticos, sociales, económicos y culturales, más aún, que no sólo sean sujetos de derecho, sino que se hallen en el ejercicio pleno de los mismos. Una solución integral que tome en cuenta estas características permite facilitar a esos sectores con mayores desventajas los mecanismos de participación en el ámbito turístico, por ejemplo, desde la toma de decisiones, en optar o no por un desarrollo turístico, en el control de sus recursos y la forma de su explotación, en los mecanismos de generación de empleo y los de distribución de los beneficios. De tal suerte, el desafío sigue siendo el logro de una transformación, multidimensional en la que múltiples actores, sectores e instituciones sociales se involucren en la construcción de estructuras de oportunidades más equitativas en todos los ámbitos.

## 5. REFLEXIONES FINALES

Como se ha observado, los enclaves turísticos constituyen el modelo más representativo en cuanto a los mecanismos de exclusión que genera para las poblaciones locales, pues tanto la participación en el empleo como en su derrama económica queda lejos de ser aprovechada equitativamente por estas poblaciones.

Los modelos de turismo pro-pobre, en los que se incluye principalmente el denominado turismo comunitario, poseen la característica de brindar mayores mecanismos de involucramiento y control de la actividad a las comunidades de base. No obstante, ciertas condiciones estructurales en cuanto a los actores del mercado turístico, así como a las condiciones socio-culturales y políticas de las regiones en cuestión no permiten que las comunidades locales sean partícipes plenos de todos sus beneficios.

Ante ello los organismos de cooperación internacional y financieros mantienen una postura poco crítica y responsable, pues asumen que el objetivo fundamental es disminuir los índices globales de pobreza, no obstante que los beneficios continúan distribuyéndose inequitativamente en favor de los actores tradicionalmente favorecidos.

Entre los principales problemas que se hallan en la base del fracaso del modelo de turismo pro-pobre destacan dos. Por un lado, el hecho de que se parte de una definición tradicional de pobreza, con un enfoque eminentemente economicista y distribucional, desde el cual se presupone que la solución primordial es el aspecto monetario. Por el otro lado, el hecho de



que no cuestiona las evidentes desventajas del sistema de mercado global para los sectores vulnerables. Esto último deriva del primer aspecto, dado que se carece de una noción multidimensional de las desigualdades.

De tal manera, un abordaje analítico con mayor profundidad y con miras a desentrañar las posibilidades de la actividad turística en cuanto a constituirse como una herramienta que contribuya al desarrollo comunitario sostenible, reclama un ejercicio reflexivo sobre los mecanismos generales de integración social. En este sentido, el reforzar y garantizar las diferentes vías de participación, es decir, los vínculos, de individuos y grupos con la sociedad de pertenencia, es el desafío que se presenta como condición previa para el funcionamiento ideal de cualquier proyecto de desarrollo comunitario.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHLEY, C. y Goodwin, H. (2007) "Turismo pro-pobre" – ¿Qué ha ido bien y qué ha ido mal? Overseas Development. Development Institute Opinion 80. Disponible en: <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/142.pdf>
- BHALLA, A. S. y F. Lapeyre. (1999). Poverty and Exclusion in a Global World. New York: St. Martin's Press.
- BUTLER, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, 1(1), 7-25.
- CABEZAS, A. (2008) Tropical Blues. *Tourism and Social Exclusion in the Dominican Republic. Latin American Perspectives*, 160 (35), 3: 21-36.
- CAÑADA, E. (2012) Turismo comunitario, un espacio en disputa en Baudes, J. Cañada, E y Gascón, J. El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces. Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario, Madrid. 130-131
- DE KADT, E. (1991). Turismo: pasaporte al desarrollo?: perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo. Endynion.
- ESTIVILL, J. (2003). Panorama de la lucha contra la exclusión social, conceptos y estrategias. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- FIGUEROA PINEDO, J. R. (2014). Turismo, pobreza y desarrollo sostenible en el Perú. Los casos de Cuzco, Cajamarca y La Libertad URI: <http://hdl.handle.net/10803/132090>. Tesis doctoral.
- GASCÓN, J. (2012) "La metodología "Pro-poor Tourism" (PPT) un análisis crítico, en Buades, J. Cañada, E y Gascón, J. El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces. Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario, Madrid. 157-171
- GASCÓN, J. (2011) La metodología "Pro-Poor Tourism": un análisis crítico. *Opiniones en Desarrollo. Programa Turismo responsable*. Artículo núm. 9. Enero de 2011. Disponible en: [www.albasud.org](http://www.albasud.org) [info@albasud.org](mailto:info@albasud.org)
- GASCÓN, J. (2013) The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept in *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 21, No. 5, 716–731
- GASCÓN, J. s/f (Acción para un Turismo Responsable); ¿Pro-poor tourism? La cooperación internacional como fuente de legitimidad de los intereses transnacionales. En *Turismo para el Desarrollo*. Obra Social Fundación La Caixa. Disponible en [http://multimedia.lacaixa.es/lacaixa/ondemand/obrasocial/agendaelectronica/cooperacion\\_internacional/turismo/pdf/turismo\\_para\\_el\\_desarrollo.pdf](http://multimedia.lacaixa.es/lacaixa/ondemand/obrasocial/agendaelectronica/cooperacion_internacional/turismo/pdf/turismo_para_el_desarrollo.pdf)
- HERRERA, J. (2002). La pobreza en el Perú en 2001: Una visión departamental. Disponible URI <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/244>

- JIMÉNEZ LÓPEZ, O. Y CAVAZOS ARROYO, J. (2012). El turismo orientado a los pobres: una alternativa estratégica para los países en desarrollo. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio* Vol. 10 Nº 5, 451-465. 2012 10, 451.
- KOPECEK, J. (2007). VI. Turismo y pobreza. Una aproximación a los modelos de desarrollo turístico. *TURISMO Y DESARROLLO*, 135.
- KORSTANJE, M. E. (2015): "Filosofía del turismo y pobreza: un resumen", *Revista DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, n. 22 (febrero 2015). En línea: <http://www.eumed.net/rev/delos/22/turismo.html>
- KORSTANJE, M. E. (2011). "Reconnecting with poverty: New challenges of disaster management". *International Journal of Disaster Resilience in the Built Environment*, 2(2), 165-177.
- MEYER, D. (2011). "Pro-poor Tourism-Can Tourism Contribute to Poverty Reduction in Less Economically Development Countries?" en COLE, S. y MORGAN, N. (eds.), *Tourism and Inequality: Problems and Prospects* (pp.164-182). Oxfordshire: CAB International
- IZARD, O. M., Simón, R. A., i Hereu, J. C., Reverté, F. G., & i de Pineda, J. M. P. (2010). *Gestión pública del turismo* (Vol. 159). Editorial UOC.
- MITCHELL, J. y Ashley, C. (2010) *Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity*. London: Earthscan
- MULLINS, P. (1991). Tourism urbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 15(3), 326-342
- NARAYAN, D. *et al* (2000). *La voz de los pobres ¿Hay alguien que nos escuche?* Madrid: Banco Mundial, Mundi-Prensa
- NUSSBAUM, M. (1997) *Capabilities and Human Rights*, 66 *Fordham L. Rev.* 273 (1997). Disponible en: <http://ir.lawnet.fordham.edu/flr/vol66/iss2/2>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2004). *Turismo y atenuación de la pobreza. Recomendaciones para la acción*. Madrid: OMT.
- PAUGAM, S. (2007). *Las formas elementales de la pobreza*. Madrid: Alianza Editorial
- PEÑA-COLLAZOS, W. (2008) "Ecosofía, Turismo y Pobreza". En *Turismo, pobreza y territorio en América Latina*. Editor C. Carbonell. Bogotá, Universidad Externado de Colombia, pp. 51-68.
- PINTO FARIA, D. y M. Hidalgo Mortal (2012) *¿Hay evidencias del turismo como un factor para aliviar la pobreza?* En 5º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística Sao Paulo Brasil, Marzo
- ROCA REY, I., Y ROJAS, B. (2002). Pobreza y exclusión social: una aproximación al caso peruano. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, (31 (3)), 699-724.

- RUBÍ GONZÁLEZ, F. y PALAFOX MUÑOZ, A. (2017). El turismo como catalizador de la pobreza. Trabajo turístico y precariedad en Cozumel, México. Barcelona: Alba Sud Editorial. Prólogo de Ernest Cañada.
- SARAVÍ, G. (2006). "Nuevas realidades y nuevos enfoques: exclusión social en América Latina", en Gonzalo A. Saraví (Ed.) De la Pobreza a la Exclusión: Continuidades y Rupturas de la Cuestión Social en América Latina. Buenos Aires: CIESAS / Prometeo, pp. 19-52.
- SEN, A (2003). "Capacidad y bienestar", en M. C. Nussbaum y A. Sen, La calidad de vida. México: FCE
- SEN, A. K. (2000) Social Exclusion: Concept, Application, and Scrutiny, Social Development Papers No. 1, Office of Environment and Social Development Asian Development Bank
- SEN, A. K. (1999). Nuevo examen de la desigualdad. Madrid: Alianza Editorial
- SEN A. K. (1995). Nueva economía del bienestar (Vol. 11). Universitat de València.
- SERRANO MANCILLA, A. (2006). El impacto del turismo sobre la pobreza. Departamento de Economía Aplicada. Universidad Autónoma de Barcelona
- TELLO ROSAS, S. y PAREDES IZQUIERDO, J.C. (2002) "Turismo, pobreza y desarrollo. Una propuesta de análisis para América Latina". Alcuth, 1/2002, 29-51
- TURNER, L., & ASH, J. (1991). La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer. Madrid: Endymion.

# Turismo y voluntariado en la cooperación internacional al desarrollo

Susana Lima

Profesora Adjunta de Turismo  
Instituto Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação de  
Coimbra (IPC/ESEC) Rua D. João III – Solum  
3030-329 Coimbra. Portugal  
www.esec.pt  
sulima@esec.pt

## **BREVE CURRICULUM VITAE**

Susana Lima es profesora adjunta de la Escola Superior de Educação del Instituto Politécnico de Coimbra (IPC/ESEC), Portugal ([www.esec.pt](http://www.esec.pt)). Es licenciada en Gestión y Planeamiento en Turismo, master en Gestión y Políticas del Medioambiente y doctora en Turismo, los tres grados por la Universidad de Aveiro. Es miembro colaboradora de la Unidad de Investigación en Gobernanza, Competitividad y Políticas Públicas (GOVCOPP) y miembro integrada del Centro de Investigação aplicada em Turismo (CITUR). Además, integra el equipo del Programa UNWTO. Volunteers, siendo participado en proyectos de desarrollo turístico en países en desarrollo. Sus investigaciones se centran en temas relacionados con turismo y cooperación internacional para el desarrollo, turismo sostenible, turismo y cambio climático, entre otros. En la actualidad, es docente en varios cursos superiores de Turismo, coordinadora de un Postgrado en Gestión Turística y Hotelera y de un Master en International Tourism for Development, de la ESEC.

## RESUMEN

**E**l turismo es considerado como uno de los sectores de actividad con mayor potencial de intervención para la mitigación de la pobreza. Se pretende con este artículo contribuir a la discusión en torno a algunas cuestiones relacionadas con la problemática del turismo como instrumento de lucha contra la pobreza en el marco de la cooperación internacional para el desarrollo. Igualmente se abordan las limitaciones inherentes a estos procesos y en particular el papel del voluntariado y del turismo voluntario en estos programas. Para poder analizar con rigor los impactos que este tipo de iniciativas y programas pueden generar en los destinos, sería necesario llevar a cabo monitorizaciones y evaluaciones, incluyendo las comunidades receptoras, para evaluar el impacto de los proyectos e introducir los cambios necesarios para la obtención de mejores resultados en programas de cooperación internacional para el desarrollo a través del turismo y del voluntariado especializado.

## PALABRAS CLAVE

Cooperación internacional; Turismo y Desarrollo; Voluntariado

## CÓDIGOS JEL

I31, L83

## TOURISM AND VOLUNTEERISM IN INTERNATIONAL COOPERATION FOR DEVELOPMENT

## ABSTRACT

**T**ourism is considered as one sector of activity with a great potential to mitigate poverty. This article aims to contribute towards the discussion around some questions relating to tourism as a tool for poverty alleviation within the frame of international cooperation for development. At the same time we will approach the inherent limitations of these processes and in particular the role of volunteerism and volunteer tourism in these programs. In order to analyze rigorously the impacts that these kinds of initiatives and programs may generate at the destinations, monitoring actions and evaluations will need to be set up, with close collaboration with the local communities, so as to evaluate the impact of such projects and thus introduce the necessary changes to obtain better results among international cooperation programs for development through tourism and specialized volunteerism.

## KEY WORDS

International cooperation; Tourism and Development; Volunteerism

## JEL CODES

I31, L83

## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se verificó un interés creciente por el turismo como un instrumento de reducción de la pobreza, por parte de los gobiernos, de los donadores, de instituciones bilaterales y multilaterales, organizaciones no gubernamentales y organismos oficiales nacionales e internacionales de turismo. De hecho, el turismo presenta un enorme potencial para la atenuación de la pobreza en los países en desarrollo, por su capacidad de creación de empleos y empresas y el desarrollo de infraestructuras e ingresos. Estos ingresos constituyen para muchos países la primera categoría de exportación, compensando la falta de capacidad de exportación en otros sectores de actividad.

Sin embargo, hay la tendencia de confundir crecimiento económico con desarrollo en diversos sectores y el turismo no es excepción. Se generan expectativas demasiado elevadas en cuanto al turismo como motor de desarrollo y de lucha contra la pobreza, cuando muchas veces ese crecimiento lo que hace es agravar muchos de los problemas de las poblaciones más pobres. Esto ocurre a menudo porque no se considera en todo el proceso una visión integrada de la situación de privación en muchos niveles del desarrollo humano en que viven estas poblaciones, la cual impide una participación activa y benéfica para todos.

Con el objetivo de aprovechar el potencial de desarrollo que el turismo presenta y definir estrategias que permitan a los más pobres beneficiarse de ello, muchas organizaciones, desde instituciones bilaterales y multilaterales a organizaciones no gubernamentales, vienen implementando diversos programas de intervención de lucha contra la pobreza en países en desarrollo. Sin embargo, hay una falta de evidencias sobre el impacto de dichos programas, no existe muchas veces una adecuada articulación entre las varias intervenciones y los recursos utilizados no son los más adecuados en muchas de las situaciones. En lo que se refiere a los recursos humanos en concreto, hay muchas iniciativas que son soportadas por voluntarios que no siempre reúnen los requisitos necesarios de exigencia de las intervenciones en curso ni tampoco siguen un plan que resulte de un diagnóstico de necesidades de intervención previo y adecuado.

En este contexto, se pretende con este artículo contribuir para la discusión en torno a algunas cuestiones relacionadas con la problemática del turismo como instrumento de lucha contra la pobreza en el marco de la cooperación internacional para el desarrollo, las limitaciones inherentes a estos procesos y en particular el papel del voluntariado y del turismo voluntario en estos programas.

En la sección siguiente se discute la importancia económica del turismo actualmente y su papel como instrumento de desarrollo considerando el complejo concepto de pobreza bien como las barreras inherentes a sus diversas dimensiones que impiden muchas veces la concreción de aquel objetivo. La tercera sección se centra en el turismo y la cooperación internacional para el desarrollo, discutiendo sobre la diversidad de organizaciones, programas e iniciativas en este ámbito y sus posibles implicaciones. En la cuarta sección se discute el



papel que el voluntariado y el designado turismo voluntario pueden asumir en el marco de la cooperación internacional para el desarrollo, se identifican algunos ejemplos de programas de turismo y cooperación internacional de la Organización Mundial del Turismo basados en voluntariado internacional, para terminar discutiendo algunas de sus limitaciones y críticas por parte de la literatura científica. La quinta y última sección presenta un conjunto de reflexiones y conclusiones sobre los temas tratados.

## 2. EL TURISMO COMO INSTRUMENTO DE LUCHA CONTRA LA POBREZA

El turismo se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico, con un crecimiento sostenido y una diversificación cada vez mayor entre destinos de las economías más avanzadas y economías emergentes en las últimas décadas. Su papel como uno de los mayores motores económicos y sociales en el mundo contemporáneo es reconocido como primordial en la realización de los objetivos de desarrollo establecidos por las Naciones Unidas desde la década de 1990 – Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015 y Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 – con el propósito de comprometer las naciones en el necesario proceso de cooperación global para el desarrollo en el siglo XXI.

La falta de las condiciones mínimas para vivir dignamente constituye el principal desafío de la actuación en el combate centrado en la lucha contra la pobreza. Esta es una de las prioridades “en el marco de la cooperación para el desarrollo sostenible, en un mundo cada vez más globalizado e interdependiente, donde la reducción de las desigualdades entre países desarrollados y en desarrollo se asume no solamente como un imperativo ético y moral, sino como una prioridad en términos de seguridad global” (Lima *et al*, 2012b: 304).

En este contexto, es fundamental comprender el complejo concepto de pobreza, que integra distintas dimensiones como los bajos rendimientos, el difícil acceso a la salud y educación, la privación del conocimiento y la comunicación, la inhabilidad para ejercer los derechos humanos y políticos y la ausencia de dignidad, confianza y auto-expresión (UNDP, 1997). Asimismo, el análisis de la pobreza no debe limitarse al abordaje económico, basado esencialmente en el rendimiento y consumo - medido a través del PIB per capita – sino al abordaje no-económico, que incorpora tres dimensiones esenciales de la vida humana como la longevidad, el conocimiento y un nivel decente de vida – medido por el Índice de Pobreza Humana (IPH), que fue introducido por el PNUD en 1997 (UNDP, 1997).

Bajo esta perspectiva, ¿cómo puede el turismo contribuir a atenuar la pobreza en sus diversas dimensiones? El turismo se asume como una actividad de excelencia para combatir la extrema pobreza, pudiendo constituirse como un importante instrumento de desarrollo de regiones desfavorecidas, si es conducido teniendo como marco de acción los principios elementales del desarrollo sostenible. De hecho, si analizamos los datos del turismo internacional, se verifica la importancia creciente del turismo como motor de progreso en muchas

economías, a través de la creación de empleos y empresas, desarrollo de infraestructuras e ingresos de exportación. Estos ingresos constituyen para muchos países en desarrollo la primera categoría de exportación, compensando la falta de capacidad de exportación en otros sectores de actividad. En concreto, para el conjunto de las economías emergentes, el turismo representa actualmente un 40% de las exportaciones de servicios (UNWTO, 2017).

Las llegadas de turistas en todo el mundo ascendieron a 1.235 millones en 2016, siendo el séptimo año consecutivo de crecimiento sostenido en el panorama del turismo internacional, con las llegadas registrando un crecimiento medio anual de aproximadamente 4% desde la crisis económica de 2009, lo que no se verificaba desde la década de los 60 (UNWTO, 2017). Las recetas del turismo siguieron esta tendencia de crecimiento aunque en un nivel inferior. En este escenario, sobresale la cuota de mercado de las economías emergentes, la cual registró un crecimiento de 30% en 1980 a un 45% en 2016, estando previsto que alcance un 57% del total de llegadas en 2030, ultrapasando así las verificadas en las economías avanzadas (UNWTO, 2017).

Estas cifras demuestran la importancia del turismo y su potencial de crecimiento en lo que se refiere a la generación de ingresos y creación de empleo. No obstante, si la importancia económica del turismo para los países en desarrollo ya es ampliamente reconocida, su papel como instrumento de lucha contra la pobreza no siempre es debidamente considerado. Esto ocurre porque la reducción de la pobreza es muchas veces encarada como un aporte natural del crecimiento económico regional que el turismo puede inducir, sin que se establezcan las necesarias estrategias de desarrollo que maximicen los impactos positivos y minimicen los impactos negativos que dicho crecimiento puede generar para los más pobres. Sin embargo, en los últimos años, se verificó un interés creciente por el turismo como instrumento de reducción de la pobreza (Zhao y Ritchie, 2007).

De las diferentes formas en que el turismo puede contribuir a la reducción de la pobreza, la UNWTO (2004) destaca las siguientes: (1) empleo de los pobres en empresas turísticas; (2) oferta de bienes y servicios a las empresas turísticas realizadas por los pobres o empresas que emplean pobres; (3) ventas directas de bienes y servicios por los pobres a los visitantes; (4) creación de empresas turísticas por los pobres; (5) tasas o impuestos sobre el rendimiento turístico que van a beneficiar a los pobres; (6) donativos a los pobres por los turistas o empresas turísticas; (7) inversión en infraestructura estimulada por el turismo y que también beneficia a los pobres.

Sin embargo, el crecimiento que el turismo pueda generar en los países en desarrollo encuentra frecuentemente diversas barreras que necesitan atención a la hora de definir estrategias de desarrollo. Diversos autores (e.g., Brohman, 1996; Carbone, 2007; Scheyvens y Momsen, 2008) destacan en esa discusión los siguientes aspectos: falta de recursos humanos calificados para trabajar en el sector; elevado control extranjero sobre los recursos locales; sustancial fuga de capitales al exterior; falta de articulación con otros sectores de la economía; bajo efecto multiplicador fuera de los enclaves turísticos y refuerzo de los patrones de desigualdad socioeconómica y espacial.

### 3. EL TURISMO Y LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

Al mismo tiempo que existen varios estudios que analizan los impactos positivos y negativos de la ayuda al desarrollo por parte de las agencias de desarrollo y bancos multilaterales, se verifica que son escasos los estudios sobre el turismo como estrategia de desarrollo, habiendo poco trabajo realizado a día de hoy que una esas dos disciplinas (Telfer, 2002; Font *et al*, 2012).

De la misma forma y aunque se hayan hecho muchos proyectos y evaluaciones, la mayoría se mantiene confidencial y sin publicar, excepto algunas piezas aisladas que se utilizan en artículos científicos que integran casos de estudio donde se ha utilizado el turismo como actividad de reducción de la pobreza. Algunos estudios más completos que unen los dos campos de conocimiento que se han identificado son los que han desarrollado Hawkins y Mann (2007), Lindberg *et al* (1999), y Mitchell y Ashley (2007).

Lindberg *et al* (1999) afirman que las agencias para el desarrollo y bancos multilaterales han incentivado proyectos de gran escala que no han contemplado estrategias de participación local. Sin embargo, en ciertos niveles sí ha evolucionado a favor de proyectos y políticas de desarrollo comunitario con especial énfasis en las comunidades indígenas. Para mitigar el vacío existente en la literatura sobre el papel que las agencias de desarrollo han tenido en el proceso de turismo de desarrollo, Hawkins y Mann (2007) examinaron la función histórica del Banco Mundial durante cuarenta años. A este propósito destacaron que en los años 70, y después de una década de apoyar solamente proyectos enfocados en el valor económico del turismo a través de la financiación de préstamos y proyectos, el Banco Mundial organizó junto con la UNESCO el primer seminario sobre turismo y desarrollo.

Durante los años 90 hubo un intento de ampliar la planificación, el desarrollo de políticas y el control sobre el proceso del desarrollo turístico después de la adopción del concepto de desarrollo sostenible basado en el informe de Brundtland, de 1987. Este proceso se reforzó en la Cumbre de la Tierra de Rio de Janeiro en 1992 con la adopción de la agenda 21. Por lo tanto “el desarrollo sostenible proporcionó a los donantes y las ONG un punto de entrada legítimo y responsable en los programas de turismo” (Hawkins y Mann, 2007: 352). Sin embargo incluso estos abordajes fueron objeto de críticas debido a la falta de resultados palpables y a problemas recurrentes de abordajes neoliberales (Telfer y Sharpley, 2008).

La búsqueda de un nuevo paradigma necesita nuevos abordajes en lo referente al desarrollo del turismo en el marco de la cooperación internacional al desarrollo. La demanda creciente para utilizar el turismo como herramienta de desarrollo se ha reflejado en el amplio abanico de instituciones de desarrollo que ahora apoyan proyectos y programas en este campo, así como proporcionar asistencia técnica en países en desarrollo.

Hay un vasto conjunto de proyectos y programas apoyados por instituciones multilaterales que buscan responder a la creciente demanda para usar el turismo como una herramienta

de desarrollo que puede facilitar la asesoría técnica en los países en desarrollo. Entre estas instituciones multilaterales se pueden nombrar diversas agencias de las Naciones Unidas como la Organización Mundial de Turismo, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el Programa de Educación de las Naciones Unidas, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y, la Conferencia de Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas, los bancos Africano, Asiático e Interamericano de Desarrollo, o la Unión Europea entre otros.

Por otra parte, hay que destacar las instituciones bilaterales que actúan como agencias de desarrollo por parte de diversos gobiernos, principalmente de países de la OCDE, que cuentan con delegaciones en el extranjero con el objetivo de apoyar y financiar proyectos de desarrollo a través del turismo. Algunos ejemplos son las agencias Alemana, Holandesa y Española, todas con el objetivo específico de postular al turismo como herramienta para el desarrollo y la reducción de pobreza (Ferguson, 2007; Hawkins y Mann, 2007).

Existe además una variedad de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que tienen objetivos específicos para el turismo, particularmente en lo que se refiere al desarrollo de las comunidades y la conservación del patrimonio natural y cultural.

El principal problema que resulta de este vasto conjunto de iniciativas, programas, instituciones involucradas en diferentes tipologías de proyectos es que, en muchos casos, se sigue adoptando una visión de los receptores de la ayuda internacional como “víctimas” pasivas, que no disponen de capacidades propias para participar activamente en el proceso de desarrollo de las comunidades de las que forman parte (Lima *et al*, 2014). En este sentido, la ayuda internacional al desarrollo debe considerar la construcción de capacidades como algo que resulta de dos abordajes complementarios principales: a) el primero, como la creación de capacidades de las personas mediante su formación, concienciación y organización, de forma que puedan articular sus intereses y promover el cambio social, a través de procesos de empoderamiento; b) el segundo, como un desarrollo institucional, esto es, la creación y refuerzo de organizaciones o instituciones locales que enriquezcan la sociedad civil y defiendan los intereses de los pobres, a lo cual se puede contribuir, por ejemplo, mediante la formación de recursos humanos en gestión y planificación, o el establecimiento de redes institucionales (Dubois, 2007).

No obstante, en el vasto conjunto de iniciativas y programas existentes actualmente se aprecian diversos problemas que resultan, en parte, de una falta de articulación entre intervenciones esporádicas, de proyectos sin la debida planificación entre los varios actores implicados y que a menudo utilizan recursos que no son adecuados a las necesidades de las comunidades receptoras. Muchos de esos proyectos son soportados por voluntarios que no siempre reúnen los requisitos necesarios a la exigencia de las intervenciones en curso ni tampoco siguen un plan que resulte de un diagnóstico de necesidades de intervención previo y adecuado. Esto ocurre a menudo y no contribuye a una eficaz “construcción de capacidades” a largo plazo en los destinos de los países en desarrollo (Lima *et al*, 2014).

Así, es fundamental reflexionar sobre la naturaleza de dichos programas de desarrollo a través del turismo y, en particular, en lo que se refiere a los recursos técnicos y humanos implicados en los mismos. A este respecto, a continuación se discutirá el papel que el voluntariado y el designado turismo voluntario pueden asumir en la cooperación internacional para el desarrollo.

## 4. TURISMO VOLUNTARIO Y VOLUNTARIADO EN PROYECTOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

### 4.1. Discusión conceptual

El turismo voluntario es un concepto que integra la noción del ejercicio de voluntariado bajo la perspectiva de un viaje turístico. Si, por un lado, el voluntariado ya tiene raíces históricas profundas, lo mismo ya no se puede decir con el denominado turismo voluntario, designado también turismo de voluntariado o volunturismo, que es un concepto mucho más reciente (Ferreira, 2009).

La atención que este tipo de turismo ha generado ha sido acompañada desde muy temprano por un creciente interés de la literatura científica contemporánea internacional. Esta tendencia empezó a constatarse a partir del año 2000 con la aparición de numerosos autores que comienzan a preguntarse sobre las varias perspectivas que encierra el turismo voluntario (e.g., Callanan y Thomas, 2005; Guttentag, 2009; McGehee y Santos, 2005; McGehee, 2014; Mustonen, 2005; Smith y Font, 2014; Taplin, Dredge y Scherrer, 2014; Wearing, 2001).

A Wearing se le considera uno de los primeros autores en desarrollar investigación científica sobre el turismo de voluntariado habiendo presentado una primera definición de lo que se podría considerar como turistas voluntarios (Wearing 2001, p.1): "Aquellos que por varias razones se presentan como voluntarios de forma organizada para disfrutar sus vacaciones de forma que impliquen ayudar a reducir la pobreza material de algunos grupos de la sociedad, restablecer algunos ambientes o investigar sobre aspectos de la sociedad o medioambiente".

Desde entonces, varios autores se han dedicado al estudio del turismo voluntario intentando complementar el propio concepto. Por ejemplo McGehee y Santos (2005) consideran que los turistas voluntarios son aquellos que utilizan el tiempo e ingresos discretos para viajar fuera de su ambiente habitual con el objetivo de ayudar a los más necesitados. Mustonen (2005) se refiere al turismo voluntario como una de las formas más nobles de viajar por su potencial catalizador para la promoción de la paz mundial.

Su crecimiento se debe fundamentalmente al reconocimiento de los diversos problemas que afectan a la humanidad, los impactos negativos provenientes del turismo de masas y la demanda de formas de turismo más sostenible (Callanan y Thomas, 2005; Novelli, 2005). Por otro lado, un conjunto de factores relativos a la oferta y demanda turística han contribuido

para impulsar el turismo voluntario como (Callanan y Thomas, 2005): la creciente diversidad de tipo de proyectos, variedad de destinos posibles donde se desarrollan estos proyectos así como el abanico de segmentos de mercado y el tipo de actores y organizaciones implicadas, que tanto puede incluir instituciones de caridad como empresas del sector privado u operadores turísticos, entre otros.

Al contrario de otras formas de voluntariado de mayor duración, el turismo de voluntariado es una actividad no remunerada que el turista ejerce en los tiempos libres por un período inferior a un año y el cual en la gran parte de los casos deberá asumir los respectivos costes, entre otros el viaje, alojamiento, alimentación, etc. dependiendo del tipo de proyectos y organizaciones en causa. Se trata de un turista que no viaja exclusivamente por placer sino también con el objetivo de desarrollar acciones de voluntariado en los ámbitos social, ambiental, y otros, buscando experiencias que contribuyan, no solamente al desarrollo social, natural y económico de la comunidad local a la que viaja, sino también para su propio desarrollo personal (Callanan y Thomas, 2005; Ferreira, 2009).

Los proyectos del turismo voluntario pueden implicar diferentes tipos de actividad, siendo que las categorías de proyectos más frecuentes se relacionan con el bienestar de las comunidades, la investigación y la conservación de la naturaleza, y la educación y salud (Callanan y Thomas, 2005). Al mismo tiempo, los proyectos pueden ser muy variados en términos de las exigencias necesarias y de su duración verificándose que los proyectos más comunes son los de corta duración, muchas veces inferior a un mes (Callanan y Thomas, 2005; Guttentag, 2009).

Las organizaciones de turismo voluntario existentes están, en su gran mayoría, ligadas a aquellas organizaciones que sirven de promotoras de proyectos que se puedan asociar a ese tipo de turismo. Estas organizaciones crean programas específicos para este nicho de mercado o desarrollan protocolos de apoyo conjuntamente con entidades del sector turístico, como las agencias de viajes, para dar respuesta al aumento de la demanda de los turistas de este tipo y a la creciente importancia del voluntariado como forma de contribuir a una sociedad mejor.

Uno de los segmentos del mercado del turismo de voluntariado que ha ganado atención a nivel internacional desde la década de los años 2000 es el de *Gap Year* (Callanan y Thomas, 2005; Simpson, 2004), y que se asocia mucho al concepto de *backpacking*. Se trata de un año en el cual se hace una pausa en la vida corriente, normalmente durante un año escolar o de 12 meses, y que se aprovecha para llevar a cabo una actividad diferente a la habitual, normalmente en otro país. Puede llevarse a cabo en diferentes etapas de la vida desde la juventud hasta la tercera edad.

Son así varias las opciones existentes desarrolladas en el ámbito del voluntariado que pueden atraer a los más jóvenes para esta actividad colocándolos en contacto con realidades muy diferentes de aquellas que conocen en sus países de origen, permitiéndoles contribuir directamente a la mejora de esas condiciones al mismo tiempo que descubren esos países y desarrollan nuevas competencias que pueden ser clave como complemento a su formación.

## 4.2. Impactos del turismo voluntario

La diversidad de proyectos y actores envueltos en el turismo voluntario y su crecimiento exponencial en los últimos años vuelven difícil cualquier intento de identificar sus impactos y encontrar la mejor manera de monitorizarlo. Por esta razón, es fundamental reforzar la investigación en este área y principalmente en aquella que permita comprender la naturaleza de las diferentes organizaciones, tipología de las actividades que desarrollan, el impacto en las comunidades que pretenden ayudar y los actores implicados, así como el análisis del perfil de los propios turistas voluntarios (Lima, *et al*, 2014; Lima, *et al*, 2012a; McGehee, 2014; Taplin *et al*, 2014). A pesar de los múltiples beneficios asociados durante muchos años al turismo voluntario y a la propia comunidad científica, son cada vez más los autores (e.g Callanan y Thomas, 2005; Coghlan, 2007; Wearing y McGehee, 2013) que llaman la atención sobre los impactos que pueden surgir de estas intervenciones.

Entre los impactos positivos que más se apuntan, se destacan las motivaciones de la demanda originada por experiencias altruistas en alternativa al turismo de masas, el autodesarrollo proporcionado por esas experiencias, la oportunidad de contribuir para el desarrollo y bienestar de las comunidades y la contribución para la comprensión mutua intercultural (Callanan y Thomas, 2005; Wearing y McGehee, 2013). También se apuntan los beneficios que surgen de las actividades de los propios proyectos asociados a la conservación de la naturaleza, restauración del patrimonio cultural, asistencia médica o soporte educacional (Coghlan, 2007; Wearing y McGehee, 2013).

No obstante, son muchos los estudios que apuntan hacia un escenario preocupante que resulta del crecimiento exponencial de la oferta y la demanda de estos proyectos y de las malas prácticas que se verifican en muchos países en desarrollo (e.g., Guttentag, 2009; Lima *et al*, 2012b; Lima *et al*, 2014; Palacios, 2010; Taplin *et al*, 2014). Guttentag (2009) destaca algunos de los principales riesgos que pueden surgir de estos proyectos entre los cuales se encuentran el renegar de los intereses de las comunidades locales; la interferencia en las economías locales; la reducción de las oportunidades de trabajo para los residentes y el refuerzo de su dependencia externa y alteraciones de la cultura local, entre otros.

Una de las preocupaciones más sentidas es el hecho de que este tipo de turismo pueda promocionar una especie de neocolonialismo ya que las poblaciones locales acaban por sentir que sus necesidades no se hicieron oír y que solamente las organizaciones y sus practicantes saben lo que es mejor para ellas, creando así un ambiente de hostilidad y de falta de respeto entre ambas (Guttentag, 2009; Taplin *et al*, 2014).

Otro impacto negativo de este crecimiento exponencial es la creación de subterfugios y falsas causas de solidaridad con un marketing muy agresivo y desajustado de esa realidad (Smith y Font, 2014). De esa forma, las personas que participan en los proyectos de turismo voluntario contribuyen involuntariamente al enriquecimiento de otros y no al de aquellos que verdaderamente lo necesitan (Taplin *et al*, 2014).

Algunos autores (e.g., Callanan y Thomas, 2005; Guttentag, 2009; Simpson, 2004) cuestionan inclusive hasta qué punto se puede esperar que estos proyectos beneficien a las comunidades locales de países en desarrollo cuando los mismos exigen educación básica o ninguna por parte de los voluntarios que participan, ya sin contar con aquellos que no tienen tiempo de conocer los contextos socioculturales en los que han de intervenir.

En algunos casos la intención es buena pero la falta de organización y una mala gestión de los recursos disponibles (técnicos, financieros, humanos) llevan a que determinados proyectos acaben por fracasar ya que hay que tener en cuenta que los proyectos tardan en nacer y necesitan estudios e investigaciones para que al final se tenga un plan con todos los objetivos y procesos debidamente esquematizados (Taplin *et al*, 2014).

Por último, los investigadores temen que eventualmente, y debido a un crecimiento exponencial, este tipo de turismo se vuelva una moda haciendo que las motivaciones para su práctica se conviertan en superficiales. Temen así que las organizaciones creen experiencias fabricadas en vez de auténticas para no defraudar las expectativas de la demanda (Crossley, 2012; Simpson, 2004; Tomazos y Cooper, 2012; Wearing, 2001).

#### 4.3. Turismo y voluntariado en la cooperación internacional para el desarrollo

En todas las perspectivas analizadas en la literatura científica sobre el voluntariado en el marco del desarrollo turístico, se observa un abordaje demasiado centrado en la dimensión del mercado del turismo voluntario, desde el punto de vista de la oferta y demanda turísticas, buscando comprender sus impactos como en cualquier otro tipo de actividad turística. No se ha dado la debida atención a otras perspectivas de análisis que vayan más allá del mero concepto de turismo voluntario y que consideren el voluntariado más especializado en proyectos de desarrollo turístico en el marco de la cooperación internacional.

Algunos ejemplos de este tipo de voluntariado especializado en proyectos de desarrollo turístico en destinos de países en desarrollo son llevados a cabo, por ejemplo, por diversos programas de las Naciones Unidas. Estos programas son normalmente más exigentes a la hora de seleccionar voluntarios, los cuales deberán detener determinado tipo de capacidades y conocimientos más especializados relacionados con las diversas áreas de intervención de programas de asistencia técnica en contextos de desarrollo turístico. A estos voluntarios, se exige normalmente un nivel de cualificación académica superior y experiencia profesional que les permita integrar equipos altamente especializados con expertos para llevar a efecto proyectos de consultoría técnica para el planeamiento estratégico del turismo en países en desarrollo.

Se pueden destacar a este respecto algunos de los programas de la Organización Mundial Del Turismo (UNWTO), como los Programa ST\_EP (*Sustainable Tourism - Eliminating Poverty*) y (OMT). Volunteers, este último responsabilidad de la Fundación Themis.



El Programa ST\_EP fue propuesto en la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible, en Johannesburgo, en 2002, como una iniciativa para la reducción de la pobreza a través del turismo sostenible en países en desarrollo, principalmente del continente africano. Esta iniciativa suponía un trabajo de larga duración (pudiendo extenderse hasta un año) en el país receptor implementado por voluntarios formados por la OMT en diferentes intervenciones desarrolladas con las comunidades locales con el objetivo de crear empleo a través del desarrollo turístico en una escala local (UNWTO, 2007).

Por otra parte, el Programa inicialmente designado de UNWTO.TedQual Volunteers fue creado en 2005 con la misión de: "Contribuir a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas promoviendo al turismo como instrumento de desarrollo a través de la educación y formación de profesionales voluntarios para apoyar a los Estados Miembros de la OMT, difundiendo el espíritu del voluntariado" (UNWTO.Themis, 2008). En 2007, el programa fue reformulado pasando a designarse UNWTO.Volunteers con intervenciones más enfocadas y de más corta duración. Estos proyectos tenían el propósito de realizarse en un país de acogida, cuya Administración Nacional de Turismo hubiera presentado un proyecto de desarrollo, involucrando a expertos en turismo y jóvenes voluntarios especializados en turismo y cooperación para el desarrollo para llevar a cabo proyectos de cerca de seis meses, incluyendo tres a cuatro semanas de trabajo de campo en el país de acogida (UNWTO.Themis, 2008).

Estos programas tuvieron en su base los siguientes objetivos: 1) Apoyar a los Estados Miembros de la OMT en la formulación e implementación de planes, programas y proyectos a través de la contribución técnica de expertos y voluntarios de la OMT; 2) Capacitar de una manera teórico-práctica a profesionales con la adecuada vocación y aptitudes en el campo del turismo como instrumento para el desarrollo, es decir, los futuros voluntarios; difundir, a través de la educación y la formación, las políticas de la OMT en el campo del turismo, especialmente, la condición del turismo como instrumento de desarrollo y su potencialidad para contribuir en la reducción de la pobreza; y 4) difundir los ideales de servicio y solidaridad arraigados en la esencia del voluntariado (UNWTO.Themis, 2008).

Sin embargo, a pesar de ser definidos bajo principios de desarrollo sostenible, de su relación con los ODM y de presentar una perspectiva del voluntariado con una visión mucho más amplia que la del tradicional concepto de turismo voluntario (los voluntarios eran seleccionados después de completar un curso universitario de turismo y cooperación internacional para el desarrollo), dichos programas fueron objeto de muchas críticas.

Algunos autores (e.g., Ferguson, 2007; Scheyvens, 2007) critican la posición contradictoria de la OMT en el sentido que consideran que existe un conflicto de intereses en la agenda de la organización ya que defiende, por una parte, el turismo sostenible y su rol en la lucha contra la pobreza y, por otra, promueve la liberalización de la industria turística.

Mientras que el ST-EP y el programa UNWTO.Volunteers representan ejemplos del primero, puede haber una influencia en asuntos de comercio internacional que permite un incremento del acceso de grandes corporaciones al mercado de los países en vías de desarrollo (Ferguson, 2007).

Por lo tanto, esta relación entre la reducción de la pobreza y la liberalización de comercio refleja el neoliberalismo económico del paradigma del desarrollo. Aparte de esto, las varias formas de abordar la pobreza a través del turismo que la UNWTO sugiere “se concentran principalmente en el nivel local, sin abordar los cambios de ámbito nacional y global que pueden tener un impacto de mayores consecuencias” (Scheyvens, 2007: 245). Programas como el ST-EP tienen un impacto local muy limitado ya que se concentran en turismo comunitario cuyo impacto global, dentro de las estrategias de reducción de la pobreza, es difícil de demostrar (Scheyvens, 2007).

Considerando que el programa UNWTO.Volunteers propone abordar este tema desde un punto de vista más centrado en el intercambio de conocimiento y educación con un abanico más amplio dentro del planeamiento del desarrollo turístico, consideramos que este enfoque puede tener potencial para contestar algunas de las críticas aquí mencionadas. Sin embargo, hasta el momento no se conoce el verdadero impacto que estos programas han generado en los destinos que fueron objeto de intervención. De hecho, no hay ningún programa de monitorización asociado a los programas de desarrollo turístico y cooperación internacional descritos anteriormente que demuestren el efectivo compromiso de la OMT en dar el debido seguimiento a los programas de expertos y voluntarios que trabajan durante un largo periodo con las comunidades locales y que estarían en condiciones de alcanzar los objetivos de desarrollo que se proponen.

No se comprende así que la organización líder del turismo mundial no aproveche todo el potencial de intervención que tiene, después de formular e implementar programas de voluntariado especializado que parecen reunir principios y condiciones adecuados para alcanzar buenos resultados de desarrollo. Parecen así tener sentido las críticas de autores como los referidos anteriormente en lo que se refiere a la posición antagónica de la agenda de la OMT en el sentido en que, efectivamente, parece centrarse más en su visión neoliberal en vez de una visión progresivamente más enfocada en la lucha contra la pobreza a través del voluntariado y desarrollo sostenible del turismo en las regiones más desfavorecidas del mundo.

## 5. CONCLUSIONES

El papel del turismo como motor económico y social en el mundo contemporáneo es ampliamente reconocido. En particular, el turismo es considerado como uno de los sectores de actividad con mayor potencial de intervención para la mitigación de la pobreza. No obstante, la reducción de la pobreza es muchas veces encarada como un aporte natural del crecimiento económico generado por el turismo no considerando las barreras que impiden a los más pobres participar en ese proceso.

De hecho, se crean con frecuencia expectativas desmedidas en torno a los beneficios que puede generar el turismo, en la creencia de que basta contar con recursos atractivos e inversión en infraestructuras turísticas para asegurarse una posición competitiva en un mercado liberal y que, a partir de ahí, todos se beneficiarán. No se toma en consideración que en todo este proceso los más pobres difícilmente se benefician porque las condiciones en que viven muchos de ellos implican un conjunto de barreras a su normal participación en el proceso de desarrollo turístico. De entre estas barreras se destaca el déficit de conocimiento que perpetúa un círculo vicioso de carencias económicas y pobreza.

Las poblaciones más pobres tienen una débil comprensión sobre el funcionamiento de la industria turística y del comportamiento de la demanda turística, así que el cambio de esta situación sería muy importante para tomar decisiones adecuadas e informadas en relación con su propio desarrollo turístico. Así, más que promover el turismo como una cura a la pobreza, los responsables por la toma de decisiones, donadores, investigadores y voluntarios o expertos integrados en programas de cooperación deberían (re)descubrir el conocimiento local en lugar de solo utilizar la retórica bajo la sombra del desarrollo del turismo sostenible (Ashley *et al*, 2001; Schilcher, 2007).

Además, algunas iniciativas de turismo para combatir la pobreza en los países en desarrollo pueden contribuir a la manipulación de oportunidades para servir a los intereses de los actores más poderosos, produciendo un desarrollo desigual (Brohmam 1996; Chok *et al* 2007) si no se toman las medidas adecuadas. En especial, es fundamental que las comunidades locales tengan un elevado grado de control sobre las actividades turísticas que tienen lugar en su territorio, compartiendo sus beneficios. Para que esto ocurra, con frecuencia es necesario que los estados intervengan para proporcionar legislación y apoyos en términos de información y educación (Scheyvens, 2007). En este contexto, uno de los principales desafíos de los programas de ayuda para el desarrollo es incentivar a las autoridades a asumir este papel en el proceso de desarrollo turístico contribuyendo así a la superación de las barreras identificadas.

Considerando toda esta complejidad de factores a tomar en cuenta a la hora de implementar programas de desarrollo turístico en países en desarrollo, fácilmente se comprende que el nivel de exigencia de dichas intervenciones no será muchas veces compatible con la lógica de la mayoría de las organizaciones que llevan a cabo programas de lucha contra la pobreza

a través del turismo voluntario. Fueron apuntados algunos ejemplos de programas basados en voluntariado más técnico y calificado ajustado a las necesidades de intervención en diferentes contextos de actuación, como el programa UNWTO.Volunteers y el Programa ST\_EP de la Organización Mundial de Turismo.

En particular, en el primer caso, se reconoce que se pone especial énfasis en el desarrollo de capacidades y habilidades intelectuales en los destinos turísticos. Este programa busca trabajar con las instituciones y empresas integrando los diferentes actores hacia un objetivo de desarrollo común a largo plazo teniendo como base el reconocimiento de la complejidad del sistema turístico. Sin embargo, a pesar de que en su concepción se considere los principios de desarrollo sostenible y se presente una perspectiva del voluntariado con una visión mucho más amplia que la del tradicional concepto de turismo voluntario, hasta el momento no se conoce el verdadero impacto que estos programas han generado en los destinos que fueron objeto de intervención.

Para poder analizar con rigor los impactos que este tipo de iniciativas y programas pueden generar en los destinos, sería necesario llevar a cabo monitorizaciones y evaluaciones, involucrando a las comunidades receptoras, para evaluar el impacto de los proyectos e introducir los cambios necesarios para la obtención de mejores resultados en programas de cooperación internacional para el desarrollo a través del turismo y del voluntariado especializado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ashley, C., Roe, D., y Goodwin, H. (2001). *Pro-poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor – A review of experience*. London: Overseas Development Institute.
- Brohman, J. (1996). "New directions in tourism for third world development". *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48–70.
- Callanan, M. y Thomas, S. (2005). "Volunteer tourism: Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment". In M. Novelli, (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (pp. 183-200). Oxford: Elsevier.
- Carbone, M. (2007). "Sustainable tourism in developing countries: poverty alleviation, participatory planning and ethical issues". *The European Journal of Development Research*, 17(3): 559-565.
- Chok, S., Macbeth, 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), 144–165.
- Coghlan, A. (2007). "Towards an Integrated Image-based Typology of Volunteer Tourism Organisations". *Journal of Sustainable Tourism*, 15(3), 267-287.
- Crossley, E. (2012). "Poor but happy: volunteer tourists' encounters with poverty". *Tourism Geographies*, 14(2), 235-253.
- Dubois, A. (2007). "Fundamentos teóricos para el desarrollo humano local: las capacidades colectivas". Ponencia presentada al Congreso *El desafío del desarrollo humano. Propuestas locales para otra globalización*, Hegoa/EPV-EHU. Available at: [www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/cas/2\\_comu](http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/cas/2_comu) [Accessed June 10, 2011].
- Ferguson, L. (2007). "The United Nations World Tourism Organisation". *New Political Economy*, 12(4), 557–568.
- Ferreira, C. (2009). "Volunturismo: Altruísmo em tempo de férias. Panorâmica do mercado e perspectiva geográfica". In: J. M. Simões, y C. Ferreira, *Turismos de Nicho Motivações, Produtos, Territórios* (pp. 263-281). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Font, X., Goodwin, H., y Walton, R. (2012). "Donor funded tourism projects: factors for success". ICRT occasional paper, 25, 1-20.
- Guttentag, D. A. (2009). "The Possible Negative Impacts of Volunteer Tourism". *International Journal of Tourism Research*, 11, 537-551.
- Hawkins, D. E., y Mann, S. (2007). "The world bank's role in tourism development". *Annals of Tourism Research*, 34(2), 348–363.

- Lima, S., Eusébio, C., Partidário, M. R. Garcia, C. (2012a). "Knowledge and development for tourism: the UNWTO Volunteers Program". In E. Fayos-Sola, J. A. M. Silva y J. Jafari (Eds), *Knowledge management in tourism: Policy and governance applications* (pp. 95-113), Vol. 4, Bridging tourism theory and practice. USA: Emerald.
- LIMA, S., GARCIA, C., GOMÉZ, D. y EUSÉBIO, C. (2012b). "El turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. Volunteers". *PASOS: Revista de Turismo e Património Cultural*, 10(3), 303-314.
- Lima, S., Eusébio, C., y Partidário, M. R. (2014). "Critical success factors for tourism in developing countries: A critical reflection". *Journal of Tourism and Development*, 4(21/22), 119-131.
- Lindberg, K., Molstad, A., Hawkins, D., y Jamieson, W. (1999). *Sustainable tourism and cultural heritage: A review of development assistance and its potential to promote sustainability*. Oslo: Nordic World Heritage Office.
- McGehee, N. G. (2014). "Volunteer tourism: evolution, issues and futures". *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 847-854.
- McGehee, N. G., y Santos, C. A. (2005). "Social change, discourse and volunteer tourism". *Annals of Tourism Research*, 32(3), 760-779.
- Mitchell, J., y Ashley, C. (2007). "Pathways to Prosperity – How can tourism reduce poverty: A review of pathways, evidence and methods". Available at: [http://www.odi.org.uk/tourism/RESOURCES/briefings/0706\\_tourism\\_ptp.pdf](http://www.odi.org.uk/tourism/RESOURCES/briefings/0706_tourism_ptp.pdf) [Accessed October 12, 2009].
- Mustonen, P. (2005). "Volunteer Tourism: Postmodern Pilgrimage?" *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(3), 160-177.
- Novelli, M. (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends, and cases*. Amsterdam: Elsevier.
- Palacios, C. (2010). "Volunteer tourism, development and education in a postcolonial world: Conceiving global connections beyond aid". *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 861-878.
- Scheyvens, R. (2007). "Exploring the tourism-poverty nexus". *Current Issues in Tourism*, 10(2), 231-254.
- Scheyvens, R. y Momsen, J. H. (2008). "Tourism and poverty reduction: issues for Small Island States". *Tourism Geographies*, 10(1): 22-41.
- Schilcher, D. (2007). "Growth versus equity: The continuum of Pro-Poor Tourism and neoliberal governance". *Current Issues in Tourism*, 10(2), 166-193.
- Simpson, K. (2004). "Doing development: the gap year, volunteer-tourists and a popular practice of development". *Journal of International Development*, 16(16), 681-692.

- Smith, V., y Font, X. (2014). "Volunteer tourism, greenwashing and understanding responsible marketing using market signalling theory". *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 942-963.
- Taplin, J., Dredge, D., y Scherrer, P. (2014). "Monitoring and evaluating volunteer tourism: a review and analytical framework". *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 874-897.
- Telfer, D. J., y Sharpley, R. (2008). *Tourism and development in the developing world*. London: Routledge.
- Telfer, D. J. (2002). "The evolution of Tourism and Development Theory". In R. Sharpley y D. J. Telfer (Eds), *Tourism and development: Concepts and issues* (pp. 35-78) UK: Channel View Publications.
- Tomazos, K., y Cooper, W. (2012). "Volunteer tourism: at the crossroads of commercialization and service?" *Current Issues in Tourism*, 15(2), 405-423.
- UNDP - United Nations Development Programme (1997). *Human Development Report 1997*. New York: Oxford University Press.
- UNWTO - United Nations World Tourism Organization (2017). UNWTO Tourism Highlights 2016. Available at: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029> [Accessed July 10, 2017].
- UNWTO (2007). *Study on the Concepts and Realities of Social Tourism and Solidarity Tourism in Africa*. Madrid: U.N.W.T.O.
- UNWTO (2004). *Tourism and Poverty Alleviation Recommendations for Action*. Madrid: WTO.
- UNWTO.THEMIS (2008). "Misión". Available at: [http://www.unwto-themis.org/en/who\\_we\\_are/mission](http://www.unwto-themis.org/en/who_we_are/mission) [Accessed February 10, 2008].
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism – Experiences that make a difference*. Australia: Cabi Publishing.
- Wearing, S. y McGehee, N. G. (2013). "Volunteer tourism: A review". *Tourism Management*, 38, 120-130.
- Zhao, W., y Ritchie, J. R. B. (2007). "Tourism and poverty alleviation: An integrative research framework". *Current Issues in Tourism*, 10(2), 119-143.

## Artículos



# El turismo como factor de desarrollo en el capitalismo del siglo XXI: impactos sociales y ambientales

Moisés Hidalgo Moratal

Doctor en ciencias Económicas. Profesor Titular de Universidad, Área de Economía Aplicada desde 1987. Departamento de Análisis Económico Aplicado de la Universidad de Alicante. Ex director del mencionado departamento y de su programa de doctorado. Investigaciones sobre Medio Ambiente, Desarrollo, Cooperación para el Desarrollo y Turismo. Proyectos de desarrollo de diversos Organismos de Desarrollo. Socio fundador de la Sociedad de Economía Mundial, y miembro de su junta directiva desde 2006. Miembro del comité científico de diversos congresos. Director en la Universidad de Alicante del Master Interuniversitario de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

mhidalgo@ua.es

## RESUMEN

Considerando el turismo en el contexto global capitalista, estudiamos cómo dicho contexto afecta a las actividades turísticas. Los elevados niveles de crecimiento de las actividades turísticas durante el último medio siglo intensifican los impactos sociales y ambientales propios del capitalismo tanto en sus aspectos favorables -alta capacidad de generación de empleo-, como en sus efectos adversos -precariedad laboral con elevado nivel de explotación de clase e impactos sobre el ambiente-. A largo plazo todo ello lleva a situaciones en las que los desequilibrios socioambientales eclipsan los beneficios obtenidos, especialmente en los ámbitos del cambio climático y el agotamiento de combustibles fósiles. Por tal motivo, la reducción del turismo de larga distancia se convierte en una tarea prioritaria, de difícil abordaje dada la evolución de su crecimiento en el largo plazo, en un contexto

que da prioridad a la acumulación de capital sobre cualquier otra consideración.

## PALABRAS CLAVE

Turismo, desarrollo, ecodesarrollo, restricciones al crecimiento económico.

## CÓDIGOS JEL

B59 I31

## TOURISM AS A DEVELOPMENT FACTOR IN THE CAPITALISM OF THE 21<sup>ST</sup> CENTURY: SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACTS.

### ABSTRACT

Considering the tourism in its global capitalist context, we study how this context affects tourist activities. The high levels of tourism growth during this last half century intensify the social and environmental impacts of capitalism, both in its favorable aspects, -high capacity to generate employment-, as well as in its adverse effects - contexts of job insecurity with high level of class exploitation and impacts on the environment-. In the long term, this leads to situations in which the importance of socioenvironmental damages eclipses the benefits obtained, especially in the areas of climate change and the depletion of fossil fuels. As a consequence, the reduction of long-distance tourism becomes a priority task, which runs head-on with the evolution of its long-term growth in a context that prioritizes the accumulation of capital over any other consideration.

### KEYWORDS

Tourism, development, ecodesarrollo, growth restrictions

### JEL CODES

B59 I31

## 1. INTRODUCCION

¿Podemos considerar el desarrollo de las actividades turísticas como una herramienta eficiente para lograr bienestar en la población, generar una buena forma de vida (“vivir bien”, “buen vivir” o cómo quiera expresarse) y para reducir la pobreza y las carencias de las clases más desfavorecidas? No resultará sencillo encontrar una única respuesta a esta pregunta: los impactos del turismo sobre el nivel de vida de la población serán diferentes en distintos contextos, y debemos abordar el análisis considerando diversos “niveles de desarrollo” en las diferentes sociedades receptoras de actividades turísticas –no sólo países ricos empobrecidos, sino diferentes tipos de turismo, cultura y estructura socioeconómica de las sociedades receptoras-. Aún así, hay muchos rasgos en común que podemos explorar: el contexto general en el que todas las actividades turísticas se desenvuelven.

La lectura que se hace habitualmente sobre la larga experiencia acumulada de crecimiento del turismo muestra que las actividades turísticas han generado durante más de cincuenta años dinámicas profundamente transformadoras en las sociedades receptoras de turismo, manifestadas en elevadas tasas de crecimiento, profunda transformación territorial y de infraestructuras, nuevas formas de vida, crecimiento de la renta de la población y alta generación de empleo. Debemos analizar si todo ello deviene en bienestar de la población, o si hay efectos distorsionantes en dichas transformaciones. En general, suele considerarse que los impactos negativos inherentes al proceso, como inflación, gentrificación, o impactos sobre el medio ambiente son más que compensadas por sus efectos positivos (generación de empleo, rentas y riqueza, básicamente)<sup>1</sup>. Pero en diversos foros se introducen algo más que matices o apreciaciones secundarias en torno a los efectos adversos de las actividades turísticas, especialmente en los ámbitos social, cultural y medioambiental<sup>2</sup>. Algunos autores proponen críticas que ponen en tela de juicio la propia capacidad del turismo para generar saldos positivos en términos de desarrollo de las sociedades receptoras<sup>3</sup>, especialmente en un futuro tan cercano que ya se viene manifestando.

Trataremos de realizar algunas aportaciones a este debate iniciando la reflexión desde el contexto socioeconómico capitalista en el que se producen las actividades turísticas. No se trata de estudiar el microcosmos del turismo, sino de combinar el análisis concreto realizado por aquellos que trabajan desde tal perspectiva sectorial con los conocimientos que aporta el enfoque global que arranca del concepto de capitalismo y su actual manifestación, valorando a su vez su probable evolución en el futuro.

<sup>1</sup> La bibliografía al respecto es tremendamente extensa. Uno de los informes más representativos de esta línea es el Informe Anual de la OMT <http://www2.unwto.org/es/annual-reports>

<sup>2</sup> Así, gran parte de las publicaciones de autores como Fletcher, Mathieson, Wall; o en España Figuerola, Bote, Vera, y tantos otros, conformando muy diversas escuelas y apreciaciones al respecto.

<sup>3</sup> Valene Smith, Turner, Ash.... En España Gascón, Cañadas, Murray, Buades.... Al objeto de nuestro análisis, destaquemos por el momento Gascón (2013b) o Murray (2015) si bien este último restringido al caso español.

El capitalismo posterior a la gran recesión de 2008 muestra unas características que vienen de los años ochenta del siglo pasado, momento en que el turismo ya había consolidado su presencia como actividad económica crucial para diversos países desarrollados, y manifestaba un gran potencial en países del sur. La evolución de este sistema económico nos permitirá reflexionar sobre la influencia de esta forma de organización sobre las actividades turísticas, considerando de manera especial los efectos de tipo social y ambiental.

## 2. MARCO GENERAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: EL CONTEXTO CAPITALISTA

Destaquemos para comenzar dos características del capitalismo, de gran interés para nosotros, tanto por ser inherentes a su propia naturaleza como por ser de enorme importancia para la posterior adaptación al caso turístico. Se trata de la estructura de clases sociales inherente al propio sistema, por un lado, y la necesidad del propio sistema de mantener una senda de crecimiento productivo a largo plazo y sus impactos sobre el medio ambiente, por otro. Añadiremos después una tercera característica que, sin ser inherente al propio sistema capitalista, se manifiesta de manera creciente a lo largo de los últimos 30 años: la especulación. Estos tres aspectos serán de enorme interés para comprender posteriormente las ventajas e inconvenientes del turismo como factor de desarrollo.

Veamos todo esto desde la actual fase del desarrollo capitalista, en su manifestación actual tras la crisis de un modo de regulación que desde los años 80 del siglo XX ya mostraba una creciente aunque muy asimétrica liberalización de los mercados. El marco general es el de un régimen de acumulación dominado por la financiarización, mal gobernado por un modo de regulación colapsado que no ha sabido encontrar por el momento una buena reubicación desde la gran recesión de 2008<sup>4</sup>.

### 2. 1. Generación de empleo y explotación de clase.

El proceso de producción en el sistema capitalista puede ser expresado como un cruce entre los mercados de capitales, trabajo y bienes intermedios en el contexto de un Estado más o menos interventor o abierto al exterior en distintos períodos de su historia. La empresa productiva (en nuestro caso, hoteles, agencias de viajes, agencias de transportes... y, no se olvide por su gran importancia, construcción e inmobiliarias) obtiene financiación en mercados de capitales y busca mano de obra en el mercado de trabajo, ambos con diversos niveles de intervención y regulación. La empresa así provista de capital y trabajo, busca inputs en el

<sup>4</sup> Seguimos aquí la terminología que aparece en Piqueras (2014), propia de una corriente ecléctica entre regulacionismo y marxismo, pero claramente adaptable a las líneas defendidas también por otros autores como B. Foster, o Lapavistas (2014) o Riechman (2016), por citar diversas corrientes críticas y compatibles entre sí al nivel de nuestro análisis. En otras partes del trabajo mantendremos esa línea pero utilizando un lenguaje más ecléctico.

mercado de bienes y servicios (también regulado), para producir algo que vende también en el mercado (en nuestro caso, servicios de alojamiento, restauración, viajes...). El cruce de todos estos mercados da como consecuencia un reparto concreto de ingresos entre propietarios, trabajadores y terceros afectados (proveedores, por ejemplo).

Todo ello produce, entre otros efectos, generación de empleo y procesos de explotación de clase. En el ámbito de las actividades turísticas, existen argumentos para pensar que ambos efectos se muestran con mayor intensidad que en otras actividades económicas. Así, la capacidad de generación de empleo de un sector depende de su producción total, realizada para satisfacer la demanda, y de la relación producción/empleo, que no es más que la productividad aparente del factor trabajo; pero también se relaciona con el ratio capital/trabajo (conocido como intensidad en capital, o su inversa en trabajo). En el caso del turismo, estas variables (producción creciente que responde a demanda fuerte, y la alta intensidad en trabajo en la función de producción) permiten afirmar que el sector es una herramienta importante de generación de empleo, pero de carácter frecuentemente inestable y escasamente remunerado.

Pero veamos el marco general. Dos argumentos interrelacionados permiten mostrar la existencia de explotación de clase de forma inherente al sistema capitalista:

Por un lado, cuando hay exceso de oferta de mano de obra (desempleo), el mercado de trabajo actúa presionando los salarios a la baja, independientemente de cuál sea el valor de la producción generada por los trabajadores. Los propietarios del capital, en consecuencia, reciben la mayor parte del valor generado, aun cuando no participen en el proceso productivo (muchos de ellos sí lo hacen: abordamos este caso unas líneas más abajo). En esta fase de nuestra argumentación, la explotación de clase es consecuencia de la existencia de muchos trabajadores en desempleo, cosa que ocurre en gran parte de los países turísticos: pensemos en España, Grecia, países del Caribe, o en general países del sur con elevados niveles de trabajo informal, que consideran frecuentemente el turismo como un buen sector donde encontrar empleo. El exceso de mano de obra llevará a salarios bajos y procesos de explotación.

Por otro lado, Marx también hablaba de esta bolsa de desempleo como ejército industrial de reserva que presiona los salarios a la baja, pero el aspecto esencial de su aportación parte de su ley del valor o teoría del valor trabajo<sup>5</sup>, que defiende que sólo el trabajo genera valor. Si ello es así, parece evidente que la retribución al capitalista (por ejemplo, al propietario de acciones que no participa personalmente en el proceso productivo) proviene de la parte del valor generado por el trabajador que no se ha percibido como salario -plusvalía-, por ser éste inferior al valor generado. Obviamente, en muchas pequeñas empresas los propietarios también generan valor, debido a que participan en el trabajo. En este caso, dependiendo de sus ingresos y su participación en el trabajo, puede haber (o no) explotación sobre los demás trabajadores de la empresa.

<sup>5</sup> Puede verse una explicación breve de la teoría del valor de Marx en Piqueras (2014), o en Arrizabalzo, (2017).

Pero no es necesario recurrir a la teoría del valor trabajo, que nos lleva a la polémica sobre la posible generación de valor por parte del capital, para mostrar que la explotación de clase se extiende por todo el sistema capitalista. Nos ha bastado constatar que la oferta de trabajo es habitualmente superior a la demanda de trabajadores, y la consiguiente presión a la baja de los salarios, tanto más cuanto que el sistema desregulador imperante ha reducido los derechos laborales en los últimos años. En Marx, ambos fenómenos son analizados como confluyentes, pero las teorías keynesiana y neoclásica también hablan de una tasa “natural” de desempleo que frena la inflación de costes generada por la subida salarial. Desde una perspectiva crítica, es un argumento para mantener la explotación de clase.

Desde esa misma perspectiva, el motor que mueve a la clase capitalista es la acumulación de capital, de tal manera que la explotación de clase se realizará de forma creciente, en un proceso en el que aumentar las ganancias del capital es no sólo objetivo prioritario, sino necesidad del sistema para sobrevivir. Y a esta conclusión llegan no sólo los teóricos marxistas, sino otros muchos analistas preocupados por el desequilibrio ecológico y social. Incluso en las teorías más defensoras del capitalismo encontramos en su esencia la maximización de los beneficios empresariales como motor del sistema, incorporando así una dinámica de crecimiento continuado en la producción, como veremos más adelante.

Esta doble característica se manifiesta rotundamente en el turismo: alto potencial de generación de empleo, y elevada explotación de clase, con mayor intensidad en algunos segmentos, como es el de las camareras de planta. Volveremos sobre ello.

## 2.2. Capitalismo, crecimiento económico y turismo.

### **2.2.1. El crecimiento, imprescindible para mantener el sistema capitalista**

Se deduce del proceso de acumulación de capital (o maximización de los beneficios) que el sistema capitalista tiene una tendencia al crecimiento consustancial a su propia esencia: tanto empírica como teóricamente, puede constatarse que el capitalismo necesita el crecimiento continuado para estar en equilibrio. Es sabido que cuando hay crecimiento cero, el sistema provoca un colapso tanto económico como sociopolítico. De hecho, todos los análisis, desde cualquiera de las escuelas, sean críticas o defensoras del capitalismo, consideran que el capitalismo debe crecer para sobrevivir<sup>6</sup>.

Esta característica será de enorme importancia cuando la apliquemos a las actividades turísticas, por encontrarse éstas entre las denominadas actividades de demanda fuerte y, como consecuencia, de crecimiento económico elevado. El turismo se convertirá en un “sector” de gran importancia dentro del sistema capitalista, por adaptarse a los requerimientos de la

<sup>6</sup> De ahí se deduce, desde la perspectiva ecosocial, que el sistema tensará el equilibrio ambiental por encima de la capacidad de la naturaleza: ¿se puede crecer ilimitadamente en un mundo limitado?.

generación creciente de empleo, pero sobre todo por su capacidad para generar acumulación de capital, gracias a esta dinámica de crecimiento, casi intrínseca al propio sector, como veremos a continuación. De momento, nos basaremos en algunas ideas intuitivas para demostrar la necesidad del capitalismo de crecer para estar en equilibrio, dejando al lector que profundice, si así lo considera, a través de las referencias bibliográficas aquí incorporadas u otras muchas que pudiera encontrar.

Como queda dicho, el capitalismo incorpora un fuerte componente de concurrencia o competencia no solo en el mercado de bienes y servicios, sino en los de trabajo y capital. La competencia entre empresas por captar la demanda produce cambios técnicos que generan incrementos de la productividad del factor trabajo y todo ello tiene cierta relación, si bien muy ambigua, con la distribución de la renta (PIKETTY, 2014).

Si queremos mantener constante el número de trabajadores, para evitar excesos de desempleo, el Producto Interior Bruto deberá crecer, cuanto menos a la misma tasa que la productividad media del factor trabajo. Obviamente, aun cuando el PIB tuviese una tasa de crecimiento positiva, si ésta es inferior a la de la productividad del trabajo, el resultado sería de reducción del empleo. El aumento de la bolsa de desempleo por encima de un nivel mínimo (NAIRU, tasa "natural" de desempleo...) se manifiesta como un grave problema, tanto desde el punto de vista del equilibrio de los mercados, como por razones de inestabilidad social. El problema queda paliado sólo si el crecimiento económico es superior al de la productividad, pero ésta, como hemos argumentado, tiende a crecer (asimismo, es constatable empíricamente en el largo plazo).

### **2.2.2 Crecimiento y desequilibrio ecológico.**

Por otro lado, este crecimiento intrínseco al capitalismo genera tensiones por el lado del medio ambiente, consideradas irresolubles por algunas escuelas, o difícilmente resolubles por otras. Algunas de ellas consideran que el problema puede resolverse mediante procesos de internalización de los efectos externos negativos de corte medioambiental, incorporando ciertas modificaciones en el sistema de mercado que garanticen el equilibrio ambiental (JACOBS (1996), mientras que desde una perspectiva más crítica (economía ecológica) se considera que es imposible crecer ilimitadamente en un mundo limitado (O'CONNORS, 1991) en el que a la vez hay graves problemas de explotación de clase.

Los primeros proponen la resolución de esta contradicción mediante avances tecnológicos y reconstrucciones sistémicas (MC DONOUGH *et al*, 2005), que permitan un "crecimiento sostenible" mediante procesos de intervención creadores de una economía circular: internalización de efectos externos, y reconstrucciones del ciclo natural sistémico a través de procesos de reciclaje de nuevo tipo, que se conciben desde el propio método de gestión de la producción en sus inicios.

Si bien las nuevas tecnologías pueden mejorar muchos procesos de deterioro ambiental (piénsese en los esfuerzos realizados en muchas estructuras hoteleras y en general infraestructuras turísticas durante los últimos años), existe una imposibilidad técnica de sostener el

crecimiento a largo plazo. Hay argumentos provenientes de una interesante adaptación a las sociedades humanas de los principios de la termodinámica, pero también razones más obvias como el agotamiento de los recursos no renovables o la existencia de efectos rebote por los cuales las mejoras tecnológicas que reducen la contaminación por unidad de producto tienden a crear crecimiento de la producción superior a dicha reducción de contaminación unitaria, resultando así en un aumento de la contaminación total pese a la reducción por unidad producida (CARPINTERO, 2006). La tendencia del sistema capitalista a dar prioridad al crecimiento sobre las políticas ambientalistas dificulta el éxito de la propuesta tecnooptimista: el crecimiento se come los efectos positivos del ambientalismo. Desde esta perspectiva, resulta inevitable considerar que la única vía para evitar el camino hacia la autodestrucción pasa por la transformación del sistema económico en otro que no necesite crecer para estar en equilibrio.

La mejor evidencia empírica de la imposibilidad de compatibilizar crecimiento con sostenibilidad proviene del análisis sistémico del sector energético en la economía capitalista, aspecto vinculado a las actividades turísticas, a través (pero no sólo) del inmenso consumo energético necesario para el transporte de viajeros. De hecho, quizá los dos mayores problemas ambientales a los que nos enfrentamos en la actualidad son el agotamiento de fuentes de energía fósil (petróleo, gas y carbón esencialmente), por un lado, y el cambio climático proveniente mayoritariamente de la combustión de los combustibles fósiles para generar energía (VVAA, 2017; RIECHMANN, 2016), por otro.

Desde la primera revolución industrial, el capitalismo ha podido alimentar este tremendo ritmo de crecimiento acumulativo gracias a la explotación de combustibles fósiles con un gran potencial energético, pero nos encontramos ya en el peak oil, y entramos en fases de decrecimiento y encarecimiento de la energía fósil disponible, con evidencias empíricas irrefutables de la imposibilidad de sustitución al 100% de esta fuente energética por otras alternativas (VVAA, 2017). Resulta, pues, imprescindible reducir los ritmos de consumo energético, presentes en todos los sectores productivos, y de forma muy intensiva en las actividades turísticas. Aún cuando existen grandes posibilidades de aplicar fuentes energéticas renovables alternativas, éstas no son suficientes para sustituir las energías fósiles, ni siquiera viables para algunas de las actividades que más energía fósil absorben, entre ellas el transporte aéreo, de gran importancia en las actividades turísticas tal y como son concebidas en la actualidad. La posible alternativa de sustituir energías fósiles por biomasa en el transporte aéreo y por carretera choca, por otro lado, con los límites disponibles de suelo agrario, donde la prioridad debe estar en la alimentación y otras necesidades.

Aun más complicado es el estudio por el lado de los residuos generados en los procesos de captación de energía para el sistema económico, y sus impactos sobre el cambio climático: no es concebible un equilibrio ambiental en el planeta sin paralizar la extracción de los combustibles fósiles todavía disponibles, dado que su explotación nos lleva a un cambio climático creciente y muy difícilmente gestionable (VVAA, 2017; RIECHMANN, 2016). Desde esta perspectiva, las propuestas más sensatas nos animan a que ni siquiera agotemos las reservas



existentes de combustibles fósiles, para no agudizar la dinámica del efecto invernadero y cambio climático.

Todo ello tendrá grandes repercusiones sobre las estrategias a seguir en el sector turístico, que debiera transformar su ritmo de crecimiento y sus segmentos más expansivos de turismo de larga distancia. Volveremos sobre ello en las conclusiones de este trabajo, proponiendo alternativas.

### 2.3. Los procesos especulativos y las actividades turísticas

Así como la estructura de clases sociales y la necesidad de crecimiento económico para mantener el sistema en equilibrio son intrínsecos al capitalismo, la especulación es un fenómeno que no forma parte de la esencia que lo define, pero ha estado presente en diversas de sus etapas, y se manifiesta de forma muy intensa en el actual régimen de acumulación (LAPAVIT-SAS, 2014). El proceso liberalizador de los mercados iniciado en los años 80 se ha manifestado de manera especialmente intensa en los mercados financieros, facilitando así un fuerte crecimiento de los procesos especulativos<sup>7</sup>, lo que se ha convertido en una de las causas principales de la gran recesión de 2008, que en la actualidad sigue dejando desequilibrios sin resolver a lo largo del planeta. Debemos definir algunas de sus peculiaridades, aplicables al caso turístico.

El proceso de liberalización financiera con políticas monetarias expansivas facilitó la financiación de una creciente demanda de productos inmobiliarios a través de un sobreendudamiento que la normativa reguladora impedía en períodos anteriores. Los préstamos a su vez fueron titularizados, conjugando un proceso especulativo en el ámbito de los derivados financieros con un fuerte crecimiento de la especulación inmobiliaria al alimentar la demanda de bienes inmuebles de forma creciente (TORRES *et al*, 2010; KRUGMAN, 2012).

El proceso, que es universal, pero se manifiesta con mayor fuerza en países centrales del sistema capitalista, afectará de forma sustancial al turismo, en la medida en que el sector inmobiliario forma parte inherente del proceso de producción de servicios turísticos, como veremos más adelante.

El incremento de la demanda de bienes inmuebles así auspiciado alimenta los precios de éstos por encima del crecimiento de la inflación media de otros sectores. A su vez, las expectativas de precios crecientes a futuro animan a muchos inversores a invertir en bienes inmuebles, generando un impacto adicional de demanda, con un crecimiento adicional de los precios, y por tanto una espiral especulativa e inflacionista sobre el sector inmobiliario... Hasta que la burbuja revienta.

<sup>7</sup> Entenderemos aquí como especulación el proceso a través del cual se compran bienes (inmuebles, activos financieros...) para venderlos a otro precio superior sin haber aportado nada al proceso productivo. En definitiva, se trata de un proceso en el que lo que ganan unos lo pierden otros (en forma de inflación, por ejemplo), puesto que no hay producción de valor añadido correlativa a la ganancia obtenida.

Desde el punto de vista de las actividades turísticas, todo ello genera incrementos desordenados de urbanizaciones y resorts (especialmente en países con nula o débil implementación de políticas de ordenación territorial), aumentos de la capacidad de oferta muy por encima de la demanda turística, y graves impactos sobre el medio ambiente y la ordenación territorial, reduciendo a su vez los precios de la actividad propiamente turística (a causa del exceso de oferta de alojamiento y del deterioro ambiental).

No olvidemos que los sectores más impulsados por los impactos directos e indirectos de la demanda turística (especialmente, por los impactos del crecimiento continuado de dicha demanda) son construcción e inmobiliario. De esta manera, la especulación puede forjarse al amparo de la actividad turística generando crecimiento desordenado, y graves impactos ambientales. Y distributivos: el encarecimiento de la vivienda genera conflictos sociales por ser ésta una de las necesidades básicas, de tal manera que las tensiones que se viven en muchas ciudades turísticas en la actualidad, con amplios grupos sociales denunciando el excesivo crecimiento del turismo, tienen su origen, esencialmente, en esta dinámica (GASCON, 2016).

### 3. TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO. IMPACTOS ECONÓMICOS Y ECOLÓGICOS

Una vez contextualizado el turismo en el entorno capitalista de principio de milenio, ampliemos y profundicemos en sus características específicas, para ir destilando un modelo definitorio de su evolución en el tiempo y dar paso posteriormente a posibles intervenciones para mejorar sus impactos.

La demanda turística crece a ritmo superior al crecimiento de la demanda de otros sectores productivos. Por eso decimos que el turismo es “un sector” (en realidad, muchos sectores) de demanda fuerte, y por tanto tiene un impacto potente sobre el crecimiento del PIB y del empleo, lo que facilita tanto los efectos positivos sobre el bienestar de la población en los destinos turísticos como graves problemas por las tensiones ambientales, sociales y especulativas que dicho proceso genera, especialmente en el contexto de capitalismo desregulador mencionado más arriba (BUADES *et al*, 2012). A partir de determinado umbral, los inconvenientes de corte social, cultural y (sobre todo) ambiental crecen de forma exponencial superando o al menos eclipsando sus ventajas.

Efectivamente, las actividades turísticas tienen tendencias de crecimiento productivo muy superiores a la media del conjunto de la economía mundial, manteniendo en un largo período superior a cincuenta años tasas de crecimiento del orden del 4-5% anual acumulativo y más, en según qué países, sectores y períodos temporales<sup>8</sup>. Dado el carác-

<sup>8</sup> Los datos aquí expresados son tendencias muy agregadas, pero pueden encontrarse detalles en cualquier informe de evolución del sector; véase, por ejemplo, en <http://www2.unwto.org/es/content/datos-0>

ter acumulativo de dichas tasas de crecimiento, y considerando que las del conjunto de la economía son menores, el resultado es un aumento creciente de la importancia del turismo en el conjunto de la economía mundial, en tendencias de largo plazo muy consolidadas, que partiendo de una importancia casi nula en los primeros años 50 del siglo XX llega a alcanzar valores que rondan el 10% en la actualidad, y superan con creces el 20% en diversos países.

Si combinamos esta consideración con algunas de las características propias del turismo expresadas anteriormente (intensivo en trabajo, demanda estacional, etcétera), y las aplicamos al contexto capitalista en su etapa actual, podemos inferir algunas conclusiones de enorme importancia para nuestro análisis:

1. El turismo se convierte en una pieza de enorme importancia en la estructura económica del capitalismo contemporáneo, y con visos de importancia creciente en el futuro. Un sistema que necesita tasas de crecimiento positivas para mantenerse en equilibrio, como vimos anteriormente, recibirá siempre de buen grado esta dinámica.

Gran parte de los países que se han especializado en turismo han podido cubrir buena parte de su exceso de mano de obra gracias a ello, y combinando la entrada de divisas por turismo con las de remesas de emigrantes e inversión extranjera, han salvado también el déficit comercial. Países de características sociales, culturales y geográficas tan diversas como España, Turquía, Cuba, Grecia o Perú responden, con diversos niveles de intensidad, y en diversos períodos de tiempo, a este patrón, a través del cual han podido salvar una parte de sus problemas de desarrollo (HIDALGO, 1998).

En definitiva, parece manifestarse cierto potencial generador de bienestar en las actividades turísticas durante el último medio siglo, motivo por el cual el turismo es recibido positivamente por gran parte de la población de los destinos turísticos.

2. Pero al mismo tiempo dicho empleo se realiza a niveles de explotación de clase muy intensos (CAÑADAS, 2015), que especialmente en sus niveles de cualificación más bajos parecen ser superiores a otros sectores productivos, entre otras razones porque gran parte de los destinos turísticos mantienen elevados niveles de estacionalidad acompañada de prevalencia de contratos temporales. La liberalización de los mercados laborales de los últimos cuarenta años ha facilitado el proceso de contratación temporal, así como mecanismos que facilitan la rescisión de contratos reduciendo o eliminando las indemnizaciones. Indudablemente, los sectores más estacionales han aprovechado intensamente estas normativas de flexibilidad laboral, por lo que cabe pensar que los procesos de explotación de clase consiguientes han sido más intensos en dichas actividades. El empleo generado resulta altamente inestable y con niveles de retribución bajos en muchos segmentos, como es el caso de España en los últimos años (CAÑADAS, 2015).

En resumen, se genera empleo (más que en otros sectores), más precario por inestabilidad temporal y niveles bajos de retribución, y con mayores tasas de explotación.

3. El crecimiento fuerte de la demanda incidirá directamente -resulta obvio- en la problemática ambiental. Efectivamente, los impactos negativos sobre el entorno se agudizan en sectores de crecimiento fuerte, como es el caso de las actividades turísticas, y así se viene estudiando desde hace muchos años (FURIO, 1996; VERA *et al*, 1996) tanto más por tener tasas de crecimiento sostenidas en largo plazo. Tres factores propios del turismo hacen aún más preocupante dicho impacto, a saber:

En primer lugar, la calidad del entorno es precisamente el producto que se vende al turista. La demanda turística requiere un entorno de calidad “per se”, y no solo en los segmentos que se han denominado turismo ecológico, turismo rural o ecoturismo. Así, la ordenación territorial, la congestión de tráfico o la contaminación de las aguas son aspectos propios de la calidad ambiental que afectan a gran parte del sector. Al contrario de otras actividades, en el turismo el demandante se ubica en el lugar en que se produce el servicio<sup>9</sup>, y la degradación que puede generar una mala planificación afecta directamente a la calidad ofrecida. En definitiva, las “externalidades” ambientales, en el caso del turismo, están “internalizadas” automáticamente, vía reducción de la calidad y, por tanto, de la demanda y del precio de mercado (VVAA, 1986; FURIO, 1996). Las actividades turísticas, cuando están mal planificadas, destruyen el propio entorno que pretenden vender como lugar atractivo.

En segundo lugar, los procesos de especulación inmobiliaria que hemos analizado más arriba generan crecimiento desordenado y excesivo de las infraestructuras (especialmente, pero no sólo, de alojamiento) provocando un deterioro adicional sobre el entorno que también repercute en la calidad del servicio ofrecido (BUADES *et al*, 2012; GASCON *et al*, 2016; MURRAY, 2015).

En tercer lugar -y resulta preocupante la opacidad de este impacto, por no haber sido difundido de forma correcta- el desplazamiento de viajeros de larga distancia exige elevados niveles de combustión de combustibles fósiles, generando impactos muy negativos sobre los dos factores de desequilibrio ambiental más preocupantes de los últimos decenios: la reducción de combustibles fósiles disponibles, y el cambio climático (GASCON, 2013a; VVAA, 2017). La importancia de este doble impacto es de tal magnitud que centraremos en este asunto buena parte de nuestras propuestas (ver conclusiones).

Se va configurando así una pauta que a estas alturas de nuestra argumentación comienza a vislumbrarse como conclusión: por ser un sector de demanda fuerte, el turismo recoge todas las ventajas e inconvenientes del sistema capitalista de forma más agudizada que otras actividades. Pero al mismo tiempo la agudización de las contradicciones crece en

<sup>9</sup> Resulta de interés recalcar, al hilo de esta reflexión, que las “exportaciones” de las actividades turísticas son tales por tratarse de prestación de servicios a demanda extranjera que paga en divisas, pero en realidad el movimiento es inverso al de otras exportaciones: es el demandante el que viaja al país productor y no el producto el que se mueve al país demandante. Todo ello redefine al sector de forma peculiar: lo que “vendemos” es un territorio, una ordenación espacial y sus correspondientes infraestructuras, en las que el turista realiza su actividad de demanda.

el tiempo, y los inconvenientes de las actividades turísticas van adquiriendo más y más peso a medida que su demanda creciente va siendo más y más invasora de desequilibrios ambientales y especulativos. Pareciera que, en sus efectos positivos, el turismo tiene un umbral máximo a partir del cual se inicia la manifestación clara del deterioro que le acompaña. El gran problema es que siendo un sector tan dinámico, resulta difícil ajustar el proceso a las dimensiones en las que tendría resultados más adecuados, especialmente en el contexto referido en el que la acumulación de capital se convierte en motor del sistema que fuerza al crecimiento continuado.

## 4. CONCLUSIONES: ¿QUÉ HACER?

Como queda dicho, el turismo es un sector muy dinámico con elevadas tasas de crecimiento a largo plazo. Esta dinamicidad exagera sus virtudes y defectos, y al mismo tiempo agudiza las tensiones, haciendo crecer sus desventajas con el tiempo, especialmente en lo referente a sus impactos sobre el medio (como sucede con el conjunto del sistema, pero aquí de forma más acelerada). También se agudizan en los últimos años los impactos de explotación de clase y sus consecuencias sobre la distribución de la renta, en un contexto profundamente desregulador que facilita el incremento de la explotación de los trabajadores. Dicho proceso desregulador facilita también fuertes dinámicas especulativas que, vía especulación inmobiliaria, afectan en procesos de intensidad variable en el tiempo a las actividades turísticas (a ritmo de burbujas que destruyen estabilidad y medio ambiente, reduciendo incluso los atractivos turísticos).

En definitiva, tanto las tendencias desreguladoras del régimen de acumulación, vigente desde hace cerca de cuarenta años, como la dinámica propia de crecimiento elevado a largo plazo de las actividades turísticas son factores que reducen los efectos positivos del turismo y expanden los impactos negativos. El crecimiento ilimitado en un mundo limitado, al mismo tiempo, hace que la contradicción ambiental se acentúe en un sector de crecimiento fuerte.

Entendemos que en este contexto deberían abordarse dos tipos de actuaciones de manera ineludible para mejorar los impactos del turismo en el desarrollo social:

1. Por un lado, urge implementar todas las transformaciones globales necesarias no exclusivas del turismo para revertir una desregulación generalizada que afecta de manera especial a los mercados de trabajo, los procesos de liberalización de los mercados financieros<sup>10</sup> y las actividades especulativas de construcción e inmobiliaria, así como la permisividad respecto al medio ambiente, de manera muy especial, pero no solamente, en el ámbito del agotamiento de los combustibles fósiles y el cambio climático.

<sup>10</sup> Pese a que la crisis actual proviene en buena parte de este proceso, es evidente que las medidas correctoras de corte regulatorio han sido sumamente escasas, y de muy difícil abordaje desde el statu quo (Lapavistas, 2014)

Este primer bloque de actuaciones responde a un ámbito muy amplio y debe caminar por la senda de una transformación muy profunda del modo de regulación que incida muy directamente en el régimen de acumulación vigente (frecuentemente denominado “neoliberalismo”). No vamos a detallar aquí recetas concretas, dada la amplitud de esta temática (nos centraremos mejor en aspectos específicos del sector turístico que tratamos a continuación) pero sí debemos señalar algo de importancia al respecto. Podría concretarse la necesaria reversión del proceso de desregulación al que hemos asistido. Pero emana la duda (y como tal la dejamos aquí abierta) en torno a la capacidad del propio sistema capitalista de regenerarse por este camino (véase, entre otros muchos, ALTVATER, 2011 o PIQUERAS, 2015). No queda claro si una nueva e innovadora etapa de regulación puede permitir que el sistema capitalista sea viable a largo plazo, o si debe, alternativamente, transformarse en un sistema diferente, cuya viabilidad y características no es objeto de este trabajo, aunque consideramos que responder a esta incógnita es una tarea ineludible que el planeta ha de afrontar (RIECHMANN, 2016).

2. A nivel de actividades turísticas y su planificación y regulación, podemos llegar a conclusiones mucho más detalladas. El factor de crecimiento fuerte de la demanda turística en el largo plazo obliga a abordar tareas de reordenamiento de dicha dinámica, señalando los límites que deben imponerse a dicho crecimiento. No es casualidad que se manifiesten de forma creciente durante los últimos años procesos y movilizaciones sociales críticas con un sector que en ocasiones satura las ciudades receptoras, generando no sólo problemas de superación de la capacidad de acogida sino graves impactos sobre el precio de la vivienda, agudizando así dinámicas de pobreza urbana, ya de por sí preocupantes en la fase en la que nos movemos tras la gran crisis. Todo ello conforma lo que ha venido en llamarse, de forma no muy acertada, gentrificación (GASCON, 2016), que incluye también dinámicas de pérdida de identidad cultural, saturación de espacios de recreo y congestión de servicios públicos. Ciudades tan diversas como Amsterdam, Barcelona o Venecia, entre otras muchas de países occidentales, manifiestan cada vez más tensiones sociales al respecto, pero muchos destinos turísticos de países del sur vienen manifestando graves dicotomías en contextos diferentes. Desde los suburbios de Cancún al encarecimiento del nivel de vida en el Cusco, pasando por la prostitución infantil en Tailandia y otros países, por todo el planeta viene manifestándose la necesidad de imponer límites y regular las actividades turísticas en numerosos destinos.

Nos centraremos a continuación en el problema que crece de forma más preocupante: los impactos sobre el cambio climático y el agotamiento de los combustibles fósiles. Tras analizarlos en nuestro diagnóstico (ver apartados 2.2.2 y 3) presentamos ahora posibles soluciones globales.

El crecimiento del transporte aéreo de viajeros es, sin duda, una de las principales causas del cambio climático y una de las más importantes fuentes de consumo de energía fósil (GASCON, 2013a). Nos centraremos en esta actividad a modo de ejemplo, pero no es el único factor a considerar: se olvida frecuentemente que el sector de la construcción, estrechamen-

te vinculado a las actividades turísticas y a la especulación que le acompaña, es una de las actividades más consumidoras de energía (VVAA, 2017), de manera que el crecimiento urbano e inmobiliario desordenado tiene importantes efectos sobre el cambio climático y el agotamiento de los recursos no renovables.

Pero focalicemos en torno al transporte de viajeros. Existen propuestas (y algunas aplicaciones) de uso de biomasa para alimentar las inmensas cantidades de energía necesarias para activar aeronaves, pero tropiezan con enormes limitaciones y, aún cuando se extendiese su aplicación con posibles mejoras tecnológicas en el futuro, exigirían grandes superficies agrarias que no tenemos disponibles o son imprescindibles para producir alimentos (VVAA, 2017).

El problema, pues, se resume en la necesidad de responder honesta y coherentemente a estas dos preguntas: ¿podemos crecer ilimitadamente en un mundo limitado? Y, por otro lado, si hay que establecer límites, ¿qué sectores y actividades deben preservarse como prioritarios? En principio parece coherente considerar tres criterios lógicos para establecer esas prioridades:

- Por un lado, cabe pensar que deberemos considerar la preferencia de sectores que satisfacen necesidades básicas, como alimentación y vivienda, sobre bienes de lujo (pensemos, por ejemplo, en la pirámide de Maslow).
- Por otro lado, si de verdad queremos crear una sociedad sostenible, sería necesario dar prioridad a aquellas actividades que tienen menor impacto ambiental por unidad de producto, frenando el crecimiento (y eliminando apoyos y subvenciones, cuanto menos) a las más contaminantes.
- Por último, tal vez cabría considerar aceptables aquellas actividades que satisfacen una demanda de bienes difícilmente sustituible por otras actividades con menor potencial contaminante, pero limitando su expansión hasta el punto que garantice el equilibrio ecológico, y siempre que cumplan a su vez los dos requisitos previos.

Conjugando estos tres criterios, parece evidente que si queremos garantizar el llamado desarrollo sostenible, el turismo (y de manera especial el de larga distancia) quedaría siempre detrás de otras actividades como producción de alimentos, generación de energía con biomasa para cubrir otras necesidades básicas (educación, sanidad, etcétera) o absorción de CO<sub>2</sub> y otros servicios ecosistémicos prestados por los espacios forestales. En la actualidad, la emisión de gases de efecto invernadero supera con creces los límites exigibles para mantener el equilibrio (Ver Mediavilla en VVAA, 2017), de manera que el turismo de larga distancia, intensivamente consumidor de energía para transporte, se manifiesta así como un lujo imposible de satisfacer con sus tasas de crecimiento elevadas a largo plazo (GASCON, 2016).

Con estos mismos criterios en la toma de decisiones, y considerando que la transformación de las actividades turísticas en actividades sostenibles exigirá la gestión de un largo periodo transitorio, se hace evidente la necesidad de jerarquizar prioridades también entre los distintos segmentos del turismo. Siguiendo con la lógica inherente a la argumentación anterior,

dicha jerarquización podría construirse considerando los diferentes impactos sobre el agotamiento de los combustibles fósiles y sobre cambio climático (y de la superficie necesaria para generar fuentes energéticas alternativas de biomasa) de los distintos segmentos de las actividades turísticas.

El resultado de este razonamiento lleva a considerar la siguiente propuesta como posible alternativa: priorizar la reducción del turismo de larga distancia y breve estancia temporal. No podemos olvidar que llenar un resort con turistas que han recorrido miles de kilómetros para un corto período (que obliga así a más vuelos de larga distancia para cubrir el alojamiento el día siguiente) es, en el contexto descrito, una sinrazón ecológica. Se trataría, pues, de un segmento cuya reducción debiera ser considerable. La cuantía de dicha reducción debiera determinarse a partir de los estudios que realizan los especialistas en valoración cuantitativa de los impactos del cambio climático por sectores en el ámbito mundial. Recordemos al respecto que tanto el IPCC como la Organización Meteorológica Mundial muestran una alarmante preocupación por ser la evolución en el tiempo de dichos impactos exactamente opuesta a lo deseable, y de más difícil abordaje cuanto más se retrasan las medidas a adoptar.

Pero tratemos de responder a esta pregunta: ¿es viable esta propuesta?. Es evidente que la tendencia actual es exactamente la contraria: el contexto global ha fomentado en las denominadas “clases medias” una tendencia a considerar un derecho innato no ya las vacaciones, sino su disfrute en períodos breves y destinos exóticos, donde lo más exótico está altamente correlacionado con lo más lejano (GASCON, 2016). Tendencia a la que, por otra parte, las clases medias se muestran gratamente receptivas. Somos conscientes de que estamos proponiendo una hoja de ruta que va exactamente en el sentido opuesto al que la sociedad actual fomenta. En tal sentido, mantenemos nuestras dudas de que algo coherente pueda ser realizado en el contexto capitalista desregulador vigente sin un cambio previo de orientación general.

Con menor intensidad, también se deberían considerar los flujos turísticos de estancias duraderas cuando se trata de turismo de larga distancia, y los de media distancia con estancias breves.

La importancia de estas reducciones adicionales, así como de las descritas anteriormente, debiera ser cuantificada detalladamente. La metodología propia de análisis de sistemas parece especialmente adecuada para cuantificar los impactos aquí referidos y proponer estrategias correctas, existen herramientas para ello (CAPELLAN PEREZ *et al*, 2015).

Dependiendo de los análisis de sistemas referidos, cabe esperar también resultados que apunten hacia las restricciones al crecimiento del turismo de media distancia que exija altos consumos energéticos para desplazamientos, aun cuando se tratase de estancias medias o largas. Debemos pensar que tasas de crecimiento elevadas en este sector pueden llevarnos a conclusiones provisionales, del corte de “al nivel actual, este tipo de turismo es sostenible, pero no lo será a partir de una cantidad determinada de viajeros”...



¿Estamos condenando al sector más dinámico de la economía a su extinción? No necesariamente. Aunque la reducción debe ser considerable dadas las previsiones de catástrofe ambiental resultantes del “business as usual” (VVAA, 2017; RIECHMANN, 2016), todo ello se puede combinar con una reconversión planificada de las actividades turísticas que fomente nuevos segmentos de negocio menos contaminantes.

El proceso se puede iniciar implementando mecanismos urgentes como retirar subvenciones (y agregar ecoimpuestos) a la explotación de combustibles fósiles, limitar los permisos de vuelos de larga distancia a destinos turísticos (mecanismo ya utilizado en la actualidad para preservar espacios isleños) o estimulando el turismo de corta distancia con medios de locomoción poco contaminantes. Este último sería condición necesaria, pero no suficiente, para calificar una actividad turística como ecológica. El concepto de turismo ecológico no debe ser definido exclusivamente por la estructura de los espacios visitados: las visitas a las mejores reservas naturales del mundo nada tienen de ecoturismo si se realizan a través de transporte aéreo de larga distancia.

Se trata pues de fomentar el turismo local sobre el global, el transporte ferroviario de viajeros sobre el de autobús, éste sobre el de automóvil, cualquier sistema de transporte alimentado con energías alternativas frente a combustión de derivados de fósiles, etcétera... Y no considerar el turismo como un derecho inalienable en cualquier circunstancia, dados sus impactos negativos (GASCON, 2016).

Frente a estas propuestas, se esgrimen argumentos que consideran sus efectos adversos sobre un posible aislamiento de los pueblos o sobre la libertad individual, además de las dificultades propias de una reestructuración sectorial profunda. Analicemos estos argumentos, que sin duda deben ser también considerados.

- Parece obvio que la defensa de la libertad individual es un factor de enorme importancia en el ámbito de los derechos del ciudadano. Al respecto, creemos que debe priorizarse la libertad individual del derecho al acceso a la alimentación o de no sufrir desastres ecológicos provenientes del cambio climático, sobre la libertad individual de viajar para satisfacer necesidades de ocio de la población más o menos acomodada. Y para defender dichos derechos, no podemos seguir emitiendo gases de efecto invernadero al ritmo propuesto, ni sustituir combustibles fósiles por biomasa, considerando la gran cantidad de superficie agraria necesaria para ello, como ya hemos indicado.

En lo referente a los efectos negativos de nuestra propuesta relacionados con el posible aislamiento de los pueblos, la interrelación social a escala internacional parece coherente mantenerla y fomentarla en un contexto de globalización de culturas y de derechos humanos. Entendemos que se deberían priorizar dichas interrelaciones en aquellos aspectos que puedan fomentarse de manera más equilibrada respecto al medio ambiente. Así, la comunicación internacional de información y la difusión cultural (en definitiva, el proceso de compartir saberes entre toda la humanidad), sin duda, consumen mucho menos CO<sub>2</sub> que el transporte de viajeros. También en este ámbito el debate queda abierto.

Si este tipo de propuestas de reducción del transporte aéreo y otras actividades turísticas que afectan al medio en general se consideran utópicas (en el habitual sentido peyorativo de la palabra), piense el lector que mayor utopía en ese mismo sentido sería considerar la posibilidad de seguir creciendo de manera ilimitada en segmentos altamente contaminantes. No olvidemos que los impactos sobre el medio son superiores, más que exponencialmente, a lo previsto hasta hace bien poco, y sus manifestaciones ya las estamos sufriendo en la actualidad (VVAA, 2017).

No proponemos la extinción del sector a largo plazo, pero sí la reversión urgente de las tendencias que fomentan los efectos adversos de las actividades turísticas. Los beneficios económicos que ello conlleva son considerablemente inferiores a los costes ambientales y de agotamiento de recursos a los que nos abocaría continuar por esta senda.

Evidentemente, dichas propuestas pueden colisionar con los intereses de empresas transnacionales de elevada influencia política, mediática, e incluso militar (aerolíneas vinculadas a su vez al complejo militar industrial, operadores turísticos, cadenas hoteleras y grandes compañías de la construcción interesadas en seguir fomentando el crecimiento de resorts en procesos vinculados con la especulación inmobiliaria).

En las circunstancias arriba descritas, queda la duda de si un sistema que tiende a fortalecer la acumulación de capital y está gobernado por los intereses de quienes fomentan dicha acumulación de capital tiene capacidad real para responder al reto planteado, o si las transformaciones necesarias nos abocarían directamente a algo que viene denominándose en los últimos tiempos postcapitalismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTVATER, E. (2011), *El fin del capitalismo tal y como lo conocemos*. El Viejo Topo. Barcelona.
- ARRIZABALO, X (2017), "El método marxista para el análisis económico:..." En GÓMEZ, P. J.: *La economía mundial. Enfoques críticos*. FUHEM ECOSOCIAL. Madrid.
- BUADES, J.; E. CAÑADA, E.; GASCÓN (2012), *El turismo en el inicio del milenio. Una lectura crítica a tres voces*. Tesis, Foro para un Turismo Responsable. Barcelona:
- CAÑADAS, E. (2015), *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. ICARIA. Barcelona
- CAPELLÁN-PÉREZ, I.; M. MEDIAVILLA; C. DE CASTRO; Ó. CARPINTERO; L.J. MIGUEL (2015), "More Growth? An Unfeasible Option to Overcome Critical Energy Constraints and Climate Change" *Sustainability Science*, 25, pp. 1-15.
- CARPINTERO, O. (2006), *La bioeconomía de Georgescu Roegen*. Ed.Montesinos.
- FURIO, E. (1.996), *Economía, Turismo y Medio Ambiente*. Tirant Lo Balnc, Universitat de València.
- GASCON, J. (2013a), "¿Reducir creciendo? La estrategia del sector aéreo para mitigar su papel en el cambio climático visto desde la soberanía alimentaria" En XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles. Trama editorial; Madrid pp. 898-910.
- GASCON, J. (2013b), *Deconstruyendo el derecho al turismo*. Revista CIDOB d'Àfers Internacionals, 113, pp. 51-69
- GASCON, J; E. CAÑADA, coords (2016), *Turismo residencial y gentrificación*. PASOS, El Sauzal, Tenerife.
- JACOBS, M. (1.996), "La Economía Verde". Icaria. Barcelona
- KRUGMAN, P. (2012), *¡Acabad ya con esta crisis!* Crítica. Barcelona
- LAPAVITSAS (2014), *Profiting Without Producing: How Finance Exploits Us All*. VERSO, N YORK.
- MC DONOUGH, W.; M. BRAUNGART (2005), *De la cuna a la cuna*. McGraw Hill.
- MURRAY, I. (2015), *Capitalismo y turismo en España. Del "milagro económico" a la "gran crisis"* ALBASUD Barcelona.
- O'CONNOR, M. (1991), "Las dos contradicciones del capitalismo" *Ecología Política, número 1*.
- PIKKETY, Th. (2013), *El capital en el siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica
- RIECHMAN, J. (2016), *El no actuar en aquellos días... Apuntes sobre la crisis ecosocial*. Foro Transiciones, Madrid.

- SHELDON, P.; L. DWYER (2010), "The Global Financial Crisis and Tourism: Perspectives of the Academy" *Journal of Travel Research*, 49(1), 3-4.
- TORRES, J.; A. GARZÓN (2010), "La crisis de las hipotecas basura. ¿Por qué se cayó todo y no se ha hundido nada?" Sequitur. Madrid.
- VERA REBOLLO, J.F.; BAÑOS CASTIÑEIRA, C.J. (2004), "Turismo, territorio y medio ambiente: la necesaria sostenibilidad". *Papeles de Economía Española*, 102.
- VVAA (1986), *Ecología, Economía y Turismo en el Mediterráneo*. Universidad de Alicante. pp. 117153.
- VVAA (2017), *La gran encrucijada. Sobre la crisis ecosocial y el cambio de ciclo histórico*. Libros en Acción, Madrid.

# **Desarrollo turístico en Cabo Verde. Perfil y percepción del residente en Sao Nicolau**

## **Ana M<sup>a</sup> Castillo Canalejo**

Doctora y Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora Contratada Doctora del Área de Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba. Es autora de más de 50 publicaciones científicas sobre economía medioambiental, turismo sostenible e internacionalización. Ha dirigido proyectos de cooperación al desarrollo sobre sostenibilidad y turismo comunitario. Ha realizado estancias de investigación en Francia, Italia, Portugal, Gran Bretaña y Cabo Verde.

acastillo@uco.es

## **Sandra M<sup>a</sup> Sánchez Cañizares**

Doctora y Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales. Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado. Profesora Titular del Área de Organización de Empresas y Vicedecana de Relaciones Internacionales e Institucionales de la Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Córdoba. Es autora de más de 70 publicaciones científicas y ha realizado estancias de investigación en Italia, Francia, Gran Bretaña, Portugal y Chile. Sus líneas de investigación principales versan sobre el compromiso organizativo, el turismo y el emprendimiento.

sandra.sanchez@uco.es

## Luna Santos Roldán

Doctora y Licenciada en Administración de Empresas. Licenciada en Derecho. Profesora Ayudante Doctora en el Área de Organización de Empresas de la Universidad de Córdoba y Coordinadora de Grado en Administración de Empresas en la Facultad de Derecho y CC. Económicas y Empresariales. Su línea de investigación principal se centra en la internacionalización empresarial. Ha realizado estancias investigadoras en Escocia, Portugal y Estados Unidos.

[luna.santos@uco.es](mailto:luna.santos@uco.es)

### RESUMEN

**E**l desarrollo turístico de una determinada zona requiere de la interacción de una serie de agentes, en este marco no hay duda que los residentes no pueden quedar al margen de los procesos de planificación turística, de ahí la importancia de conocer sus percepciones. En este artículo se presentan los resultados de una investigación en la que se analiza la opinión y percepción que tienen los residentes de Sao Nicolau (una de las islas del archipiélago de Cabo Verde) respecto a diferentes variables relacionadas con el desarrollo turístico; asimismo se analiza la evolución que ha tenido la actividad turística en el país. Las conclusiones muestran que el residente es consciente del potencial turístico de la isla al valorar positivamente aspectos de la oferta como el clima, playa y hospitalidad, pero también es conocedor de las debilidades como la oferta de ocio y la información y señalización. La mayoría está a favor de un mayor desarrollo turístico porque perciben los impactos positivos del mismo en mayor medida que los negativos. También se discuten las implicaciones prácticas del estudio.

### PALABRAS CLAVE

Residente, desarrollo turístico, impacto, Cabo Verde

### CÓDIGOS JEL

Z32, R58

## TOURISM DEVELOPMENT IN CAPE VERDE. PROFILE AND RESIDENT'S PERCEPTION IN SAO NICOLAU

### ABSTRACT

The tourist development of a certain area requires the interaction of a series of agents; in this framework there is no doubt that residents cannot be left out of the tourism planning processes, hence the importance of knowing their perceptions. This article presents the results of an investigation that analyses the opinion and perception of the residents of Sao Nicolau (one of the islands of the Cape Verde archipelago) regarding different variables related to tourism development; furthermore, the evolution of tourism activity in the country is also analysed. The conclusions show that the resident is aware of the touristic potential of the island by positively assessing aspects of the offer such as climate, beach and hospitality, but residents are also aware of weaknesses such as the offer of leisure and information and signage. The majority are in favour of greater tourism development because they perceive its positive impacts to a greater extent than the negative ones. The practical implications of the study are also discussed.

### KEY WORDS

Resident, tourism development, impact, Cape Verde

### JEL CODE

Z32, R58

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo, como actividad económica perteneciente al sector terciario, es una actividad dinamizadora de la economía, que por estar abierta de manera importante a la comunidad internacional, tiene notables consecuencias beneficiosas para la balanza por cuenta corriente. En las últimas décadas este sector ha incrementado notablemente su importancia en el conjunto del PIB mundial situándose en la actualidad en torno al 9% del total, aunque existen importantes diferencias entre países.

Para el logro del desarrollo turístico de una determinada área geográfica es imprescindible contar con la cooperación de una serie de actores (Lanquar, 1985; Vargas, 2007) entre los que destacan: la población de los núcleos de destino, localidades litorales, localidades de interior, administraciones públicas, agentes/promotores turísticos y usuarios de la experiencia turística. La consideración de las percepciones y actitudes de la población local es un aspecto crucial a la hora de diseñar políticas de desarrollo turístico (Allen *et al*, 1988; Ap., 1992; Diedrich y García-Buades, 2009; Gursoy *et al*, 2002; Ritchie y Inkari, 2006). Sin lugar a dudas, la población del destino tendrá mucho que aportar con respecto al impacto del desarrollo turístico en su comunidad desde el punto de vista económico, socio-cultural y ambiental.

Centrándose en el desarrollo turístico en África destaca de manera especial Cabo Verde donde en sus diferentes islas se está produciendo un gran desarrollo turístico que ha conseguido, al mismo tiempo, una importante evolución económica. Esto le ha llevado incluso a ser declarado por el Banco Mundial, en 2007, como país de Renta Media. El turismo en Cabo Verde se está vertebrando a través de dos caminos completamente diferentes. El primero, a través de la creación de grandes resorts, financiados con capitales extranjeros y desarrollados principalmente en las islas de Sal y Boa Vista. Y el segundo, a través de la creación de pequeñas empresas gestionadas por la propia comunidad (hoteles, restaurantes y oferta complementaria) localizadas principalmente en las islas de Fogo, San Vicente, Santo Antão y Sao Nicolau.

El objetivo de este artículo es analizar el perfil del residente en la isla de Sao Nicolau y su opinión sobre las características y desarrollo del producto turístico. Se considera que este tipo de estudio contribuye al análisis y profundización del desarrollo turístico del país.



## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Los estudios turísticos no han contemplado tradicionalmente el enfoque de la percepción y actitud del residente hacia el turismo. Recientemente, se muestra un acuciado interés por reconocer el rol de los residentes en el desarrollo turístico aplicado a una determinada área geográfica (Curto, 2006; Lepp 2008; Cardona, 2014; Gullion *et al*, 2015; Chen, 2016; Diaconescu, 2016; Hendijani, 2016; Pavlic y Portolan, 2016; Yun y Zhang, 2017; Lai y Hitchcock, 2017). No obstante, aún tanto en la literatura como en los organismos que gestionan la actividad turística en los destinos, se pueden encontrar con más frecuencia análisis de satisfacción de los visitantes y en menor medida de los residentes. En los años sesenta del pasado siglo los analistas se fijaron sólo en los efectos positivos que el turismo provocaba en las regiones desarrolladas y aún más en las de menor desarrollo (Swain *et al* 1998)<sup>1</sup>.

La consideración del residente comienza a estar presente especialmente a partir de la década de los 70 del pasado siglo. Marrero (2006) afirma que a finales de los setenta y durante la década de los ochenta se van produciendo aportaciones de la literatura antropológica, frecuentemente influida por ideas políticas marxistas, que incitan a considerar los impactos negativos del desarrollo del turismo. Estos impactos llevan al distanciamiento de la población residente y se comienza a considerar ya que el turismo aparte de efectos económicos ocasiona también impactos sociales, culturales y medioambientales (Santana, 1997; Anderek *et al*, 2005; Kuvan y Akan, 2012; Nicely y Palakurthi, 2012; Simão y Mósso, 2013).

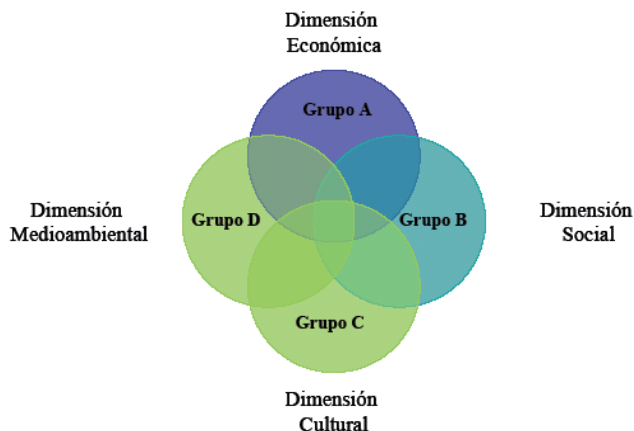
Entre los primeros estudios podemos citar a Murphy (1985) que considera que el turismo es un acontecimiento sociocultural en el que se encuentran residente y turista. Este autor considera que frente a la tradición de mimar exclusivamente los intereses del turista es necesario contemplar los efectos negativos y considerar también los intereses del sector y los efectos sociales. Asimismo, en las últimas décadas se ha incrementado considerablemente el número de investigaciones que contemplan el turismo desde la perspectiva del residente (Harril, 2004; Vargas Sánchez, 2007; Monterrubio, 2008). Más recientemente, Jaafar *et al*, (2017) apuntan desde la misma perspectiva de la repercusión sociocultural al vínculo de la participación de la comunidad local en una valoración positiva o negativa por parte de residentes.

La mayor parte de las investigaciones obtienen como resultado que una comunidad receptora de turismo se ve influida por el impacto percibido del turismo en tres categorías básicas de beneficios y costes: económicos, medioambientales y sociales (Murphy, 1985; Gunn, 1988; Gee *et al*, 1989; McIntosh y Goeldner, 1990; Gursoy *et al*, 2000; Gursoy *et al*, 2002; Vargas, 2007; Khizindar, 2012; Simão y Mósso, 2013). Algunos autores desglosan la categoría "social" en dos apartados: social y cultural, considerando, por tanto, cuatro categorías de factores en total (Andereck *et al*, 2005).

<sup>1</sup> España es buen ejemplo precisamente de país en el que el turismo fue especialmente importante en esa década y, en absoluto, se produjeron críticas o restricciones a un modelo de crecimiento plenamente libre y acaso desordenado.

Según Díaz y Gutiérrez (2010) al confluir varios impactos agrupados en dimensiones o categorías pueden observarse impactos-dimensiones más o menos relevantes según grupos o segmentos de individuos residentes. Los intereses de cada grupo de residentes serán distintos, y por ende su predisposición hacia el turismo, según les afectan las diferentes dimensiones. Cada grupo o segmento de residentes presentará intereses comunes y propios que afectan a su actitud hacia el turista (véase figura 1).

**Figura 1. Impactos-dimensiones del turismo en cada segmento de residentes**



Fuente: Díaz y Gutiérrez (2010)

Los impactos socio-culturales, medioambientales y económicos, tanto positivos como negativos están estrechamente vinculados. Determinados trabajos han llegado a la conclusión de que es probable que los residentes de las regiones económicamente deprimidas infravaloren los costes del desarrollo turístico y sobreestimen los beneficios económicos (Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984; Var *et al*, 1985). Por tanto, cabe esperar que cuanto peor sea la percepción del estado de la economía local, mejor será la reacción de la comunidad (Cater, 1987; Harris *et al*, 1998; Usher y Kerstetter, 2014; Rasoolimanesh *et al*, 2016).

El residente tendrá una posición favorable al desarrollo turístico siempre y cuando perciba un balance positivo de su relación con el turista o la actividad turística (Allen *et al*, 1993). Aunque debido a la heterogeneidad existente en la comunidad del destino existirán grupos que apoyarán el turismo cuando observen un intercambio beneficioso para su bienestar, mientras que otros, sintiéndose perjudicados, se opongan al desarrollo turístico. Surge, por tanto, la necesidad de conocer la amalgama de factores condicionantes de sobre o infravaloración positiva o negativa, en intensidad, de los diversos impactos considerados (Díaz y Gutiérrez, 2010).

Los beneficios económicos que la comunidad residente espera del desarrollo turístico se suelen traducir en oportunidades de empleo (Belisle y Hoy, 1980; Tyrrell y Spaulding, 1984; Var *et al*,

1985; Davis *et al*, 1988; Ritchie, 1988; Tosun, 2002; Ogorelc *et al*, 2013), ingresos derivados del sector turístico (Murphy, 1983; Tyrrel y Spaulding, 1984; Davies *et al*, 1988; Lankford, 1994; Jurowski *et al*, 1997; Jackson, 2008) y oportunidades de inversión (Sethna y Richmond, 1978; Gullion *et al*, 2015) y de negocio (Davis *et al*, 1988; Curto, 2006). La vertiente económica suele ser la principal causante de las actitudes positivas en las comunidades locales, observándose dos visiones: una pro-desarrollo y otra dañina, en la que el desarrollo desmesurado del turismo, no planificado y de baja calidad origina costes económicos percibidos por la población (Díaz y Gutiérrez, 2010).

Respecto al impacto social del turismo en la comunidad local, éste puede ser concebido como los cambios en la vida de las personas que residen en las comunidades que forman parte del destino y que tienen relación con la actividad turística (Mathieson y Wall, 1982). Asimismo, los beneficios sociales y culturales (Besculides *et al*, 2002) se traducen en un aumento de las actividades lúdicas para los residentes (Pizam, 1978; Rothman, 1978; Murphy, 1983; Sheldon y Var, 1984; Liu *et al*, 1987; Keogh, 1990; Wu y Chang, 2013; Min *et al*, 2016), la mejora de los servicios e infraestructuras públicas (Sethna y Richmond, 1978; Pizam, 1978; Kapareliotis *et al*, 2010) y el efecto instigador sobre el cambio social (Harrison, 1992). El turismo incrementa el orgullo y la identidad cultural, la cohesión y el intercambio de ideas y mejora el conocimiento de la cultura de la zona (Esman, 1984; Kamble y Bouchon, 2016), crea oportunidades de intercambio cultural y revitaliza las tradiciones locales, incrementa la calidad de vida y mejora la imagen de la comunidad (Besculides *et al*, 2002; Yoshitake y Deguchi, 2008; Gullion *et al* 2015; Yun y Zhang, 2017).

Por otra parte, es necesario considerar los costes o posibles efectos adversos socioculturales del desarrollo turístico. El turismo, como factor de cambio, puede ejercer una influencia negativa en los valores familiares tradicionales (Kousis, 1989; Xie *et al*, 2014; Yun y Zhang, 2017), causar comercialización cultural (Cohen, 1988; Dimelli, 2017) y crear conflictos socioculturales en la comunidad de destino debido a las diferencias en esta índole, de bienestar económico y de poder adquisitivo entre los turistas y los residentes (Tosun, 2002; Jackson, 2008; Haobin *et al*, 2014). A largo plazo, la comunidad residente puede empezar a adoptar la normas y valores de los turistas y depender culturalmente del país generador de turismo (Sharpley, 1994). En ocasiones, se critica a la actividad turística por los impactos socioculturales negativos, especialmente en las comunidades pequeñas y más tradicionales (OMT, 1999).

Asimismo, en la dimensión medioambiental también existe una doble vertiente positiva y negativa. Por una parte, el turismo puede ser el motivo para proteger recursos naturales y conservar diseños urbanos homogéneos (Díaz y Gutiérrez, 2010), es decir, es posible apostar por un desarrollo turístico ordenado y sustentado en un modelo integrado con el medioambiente. Lo contrario sería seguir un modelo turístico en el que la visita no es controlada y, aunque las autoridades lleven a cabo alguna gestión en el ámbito turístico, predomina el abuso y el desarrollo incontrolado, no planificado y orientado a determinados objetivos individuales (Bujosa y Rosselló, 2007; Sharma, 2016).

Si nos centramos en los factores que influyen en las actitudes de los residentes hacia el turismo, hay que destacar aspectos como el tipo y grado de interacción entre residente y visitante, la importancia de la industria para la comunidad, el nivel de vinculación de los visitantes con el

sector turístico y el nivel general de desarrollo de la comunidad (Murphy, 1985). En este sentido, Saufi *et al*, (2014) señalan los factores que retraen la participación de los residentes, entre los que hay que analizar el papel de las agencias de turismo y demás proveedores privados, incluyendo una vez más, las percepciones de los impactos negativos del desarrollo turístico. Además de estos factores genéricos, pueden considerarse otros más específicos como el haber nacido en la comunidad (Um y Crompton, 1987; Cannan y Hennessy, 1989), el tiempo que se lleve residiendo en la comunidad (Liu y Var, 1986), la edad y el nivel de estudios (Allen *et al*, 1988), el grado de concentración turística en la comunidad (Pizam, 1978), la dependencia económica de la industria turística (Long *et al* 1990; Madrigal, 1993) y la distancia de residencia desde la zona turística central (Belisle y Hoy, 1980; Sheldon y Var, 1984).

Siguiendo a Royo y Ruiz (2009), entre los factores que influyen en la percepción de los beneficios y costes del turismo cabe citar: el nivel de dependencia del turismo, el nivel de desarrollo turístico local, la capacidad de utilización de los recursos turísticos por parte de la población, el sentimiento hacia la comunidad y el compromiso con la comunidad. Dichos factores o condicionantes varían la intensidad o el sentido del impacto, ya sea positivo o negativo.

### 3. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

El área geográfica objeto de nuestra investigación empírica se centra en el archipiélago de Cabo Verde y más concretamente en la isla de Sao Nicolau. Cabo Verde, tal como se muestra en el mapa, está compuesto por 10 islas de origen volcánico (Santo Antao, Sao Vicente, Santa Luzia, Sao Nicolau, Sal, Boa Vista, Maio, Santiago, Fogo y Brava) situadas en el Océano Atlántico, a una distancia aproximada de 500 kilómetros de la costa de Senegal. El país tiene una extensión de 4.033 kilómetros cuadrados y fue colonia portuguesa hasta su independencia.

**Figura 2. Mapa Cabo Verde**



Fuente: <http://www.islascaboverde.com/mapa-de-cabo-verde.asp>

La población total del país es, según el censo de 2010 (Instituto Nacional de Estadística de Cabo Verde-INE 2017), de aproximadamente 491.875 personas, de las cuales 12.817 viven en la isla de Sao Nicolau. Cabo Verde es actualmente un ejemplo de país africano donde el progreso socioeconómico y la democracia son una realidad. Así, la ausencia de problemas bien de tipo natural (como huracanes o epidemias) bien de tipo social (como conflictos religiosos o étnicos), sitúan a Cabo Verde como un destino turístico seguro y atractivo. Por otro lado, la estabilidad democrática, que se refleja a través de la alternancia de los dos grandes partidos políticos, dota al país de una gran seguridad jurídica.

A finales del siglo XX la economía de Cabo Verde se basaba en las remesas enviadas por los emigrantes, en la ayuda oficial al desarrollo procedente de otros países y en los ingresos originados por el tráfico aéreo. Sin embargo, Cabo Verde ha tenido una enorme transformación económica en la última década. Gracias a ello, el Banco Mundial lo incluyó en 2007 como País de Renta Medía. También en 2007 se firmó un Acuerdo Preferencial con la Unión Europea y en 2008 ingresó en la Organización Mundial del Comercio. Y, en parte, esta transformación económica, como anteriormente se ha señalado, se ha debido al turismo. En la tabla 1 se muestra, para el periodo 2011-2016, el número de viajeros y el número de pernoctaciones diferenciando entre turistas extranjeros y nacionales y los ingresos procedentes del turismo en porcentaje del PIB. Esta tabla muestra de forma clara el incremento significativo del total de turistas en este periodo (35,6%), principalmente de los turistas extranjeros, y del número de pernoctaciones (44,7%). Asimismo se observa la evolución creciente de la contribución al PIB de los ingresos por turismo. Y, como elemento positivo, destaca la prácticamente nula estacionalidad de este sector, lo cual permite mantener una actividad uniforme a lo largo del año, al igual que sucede en las islas del Caribe (Vanegas y Croes, 2003).

**Tabla 1. Evolución del número de turistas, pernoctaciones e ingresos del turismo. Período 2011-2016**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Turistas nacionales	42.646	49.358	49.270	44.018	47.999	44.942
Turistas extranjeros	432.648	484.519	502.874	495.603	521.388	599.487
<b>Total turistas</b>	<b>475.294</b>	<b>533.877</b>	<b>552.144</b>	<b>539.621</b>	<b>569.387</b>	<b>644.429</b>
Pernoctaciones turistas nacionales	109.198	141.693	156.183	122.688	130.069	122.423
Pernoctaciones turistas extranjeros	2.718.364	3.192.582	3.279.928	3.292.144	3.138.912	3.970.128
<b>Total pernoctaciones</b>	<b>2.827.562</b>	<b>3.334.275</b>	<b>3.436.111</b>	<b>3.414.832</b>	<b>3.268.981</b>	<b>4.092.551</b>
<b>Ingresos brutos de turismo en % del PIB</b>	<b>20,0</b>	<b>21,5</b>	<b>21,7</b>	<b>20,8</b>	<b>21,2</b>	<b>21,6</b>

Fuente: Elaboración propia en base al INE (2017) y al Banco Central de Cabo Verde (2017)

Con respecto a la oferta, en la Tabla 2 se presenta para el período 2011-2016 la evolución del número de establecimientos, el número de habitaciones, el número de camas y el personal empleado. De acuerdo con los datos de esta tabla, y también para el periodo 2011-2016, el incremento del número de turistas y el aumento de las pernoctaciones también ha implicado un aumento del número de establecimientos (19,4%), de habitaciones (44,7%), de camas (30,6%) y del personal empleado (49,5%). Estos datos reflejan la importancia que tiene el sector turístico en el país.

**Tabla 2. Oferta turística en Cabo Verde. Período 2011-2016**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Establecimientos	195	207	222	229	226	233
Habitaciones	7.901	8.522	9.058	10.839	10.626	11.435
Camas	14.076	14.999	15.995	18.188	18.055	18.382
Personal empleado	5.178	5.385	5.755	6.282	6.426	7.742

Fuente: Elaboración propia en base al INE (2017)

Este artículo se centra en la isla de Sao Nicolau, que dispone de una superficie de 338 Km<sup>2</sup> y es la tercera más pequeña en población al acoger al 2,4% de los residentes en Cabo Verde. Es una isla montañosa donde la actividad económica principal es la industria pesquera y la agricultura. En los últimos años, como en el resto del país, el turismo se ha convertido en una industria de importancia creciente. Sao Nicolau se divide en dos municipios: Ribeira Brava (capital) y Tarrafal de Sao Nicolau. Está conectada con las islas de Sal y Sao Vicente por el aeródromo de Preguica que se encuentra al Sur de la Ribeira Brava y posee también un puerto marítimo en Tarrafal que conecta con el resto de puertos del país. En lo referente a las atracciones turísticas que ofrece destaca el Parque Natural do Monte Gordo y acampadas y rutas de senderismo guiadas.

## 4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la realización de esta investigación consistió en el diseño de una encuesta con el objetivo de analizar la actitud de los residentes de Sao Nicolau con respecto al turismo, con especial énfasis en la percepción de los impactos que el mismo podría tener para la comunidad. La encuesta se realizó a los residentes en diferentes lugares de la isla a través de un muestreo aleatorio simple y realizado por encuestadores especialmente formados para esta tarea. El número total de encuestas válidas fue de 45. El trabajo de campo se desarrolló en el período comprendido entre febrero y septiembre de 2011. El instrumento de medida aplicado a las encuestas de residentes se basó en un cuestionario de 23 ítems que aborda el perfil sociodemográfico de los residentes de la muestra y su opinión sobre las características y desarrollo del producto turístico.

La tabulación y el análisis de la información obtenida se ha realizado a través del diseño de una base de datos apropiada en el programa SPSS 15.0. Se han aplicado técnicas de análisis estadístico para obtención de los correspondientes resultados.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Siguiendo los bloques establecidos en el cuestionario, se perfilan los comentarios de acuerdo a dos epígrafes principales: el perfil sociodemográfico de los residentes de la muestra y la opinión sobre las características y desarrollo del producto turístico.

### 5.1 Perfil sociodemográfico

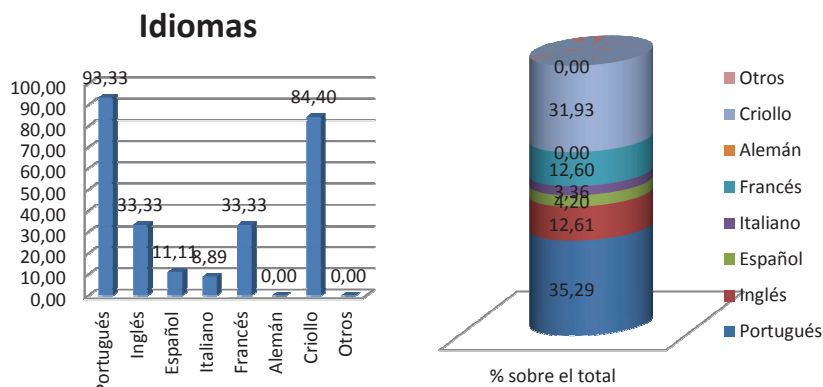
La tabla 3 recoge las características sociodemográficas de los residentes de Sao Nicolau. Cabe destacar un predominio de mujeres, gran juventud (más del 95% tienen menos de 44 años y el 68% de los encuestados menos de 30 años), y ser residente habitual de la isla (más del 77% lleva viviendo en Sao Nicolau más de 10 años y un 43% un tiempo superior a 20 años). El estado civil de soltero/a es el predominante y el perfil académico es mayoritariamente de estudios de secundaria o bachillerato, aunque se detecta un porcentaje significativo de titulados universitarios (22%). El nivel de renta es en una mayoría (un 91%) inferior a los 65.000 escudos mensuales. En la muestra predominan los funcionarios y los estudiantes, seguidos en mucho menor porcentaje por los trabajadores por cuenta ajena.

**Tabla 3. Perfil sociodemográfico de la muestra**

Variable	Categorías	Porcentaje
<b>Sexo</b>	Hombre	40,0%
	Mujer	60,0%
<b>Edad</b>	18 - 29 años	68,1%
	30- 44 años	27,3%
	45- 64 años	2,3%
	65 años o más	2,3%
<b>Años de residencia en la isla</b>	Menos de 2 años	6,8%
	2 - 6 años	9,1%
	7 - 10 años	6,8%
	11 - 20 años	34,1%
	Más de 20 años	43,2%
<b>Estado civil</b>	Casado o unión de hecho	14,0%
	Soltero/a	83,7%
	Viudo/a	2,3%
	Divorciado/a	0,0%
<b>Nivel de estudios</b>	Sin estudios	2,2%
	Primaria	26,7%
	Secundaria/Bachillerato	46,7%
	Universitario	22,2%
	Otros	2,2%
<b>Nivel de renta mensual neta</b>	Menos de 65.000 escudos	90,9%
	65.000-100.000 escudos	9,1%
	100.000-165.000 escudos	0,0%
	165.000-200.000 escudos	0,0%
	200.000-265.000 escudos	0,0%
	Más de 265.000 escudos	0,0%
<b>Situación laboral</b>	Desempleado	8,9%
	Trabajador por cuenta ajena	17,8%
	Trabajador por cuenta propia	4,4%
	Funcionario/a público/a	33,3%
	Jubilado	2,2%
	Estudiante	31,1%
	Ama de casa	2,2%
	Otros	0,0%

El nivel de idiomas de los residentes en Sao Nicolau es aceptable. Así, además del predominio del portugués y el criollo, uno de cada tres residentes habla inglés y/o francés (gráfico 1). Posiblemente este dato tenga una correlación con el nivel de titulados universitarios existente en la isla.



**Gráfico 1. Idiomas hablados por los residentes. Porcentaje de respuesta y sobre el total**

La última cuestión de este apartado se refiere a la relación que mantiene el residente con el sector turístico (tabla 4). Un escaso porcentaje tiene o tuvo un trabajo relacionado con esta actividad, con un porcentaje más amplio de residentes con familiares vinculados al ámbito turístico. Sin embargo, sí es mayoritario (casi el 70%) el grupo de residentes al que le gustaría trabajar en dicho sector en un futuro.

**Tabla.4. Relación laboral del residente con el sector turístico**

Variable	Categorías	Porcentaje
Le gustaría trabajar en el futuro en el sector turístico	Sí	68,2%
	No	31,8%
Su trabajo está o estuvo vinculado al sector turístico	Sí	20,5%
	No	79,5%
Tuvo o tiene algún familiar vinculado a la actividad turística de la localidad	Sí	40,0%
	No	60,0%

## 5.2. Opinión sobre el desarrollo y características del producto turístico

Se analiza en primer lugar una valoración de los servicios relacionados con el producto turístico en la isla, de forma que se califican de acuerdo a una escala Likert de cinco puntos (desde 1-muy insatisfecho hasta 5-muy satisfecho). Los resultados de satisfacción media se presentan en la tabla 5 donde se aprecia una valoración reducida (por debajo de los tres puntos) en numerosos aspectos, en especial en lo referido a la situación económica y oferta de ocio (medias de 2,05 puntos en ambos casos). El elemento mejor valorado es medioambiente (limpieza, apariencia de playas y ciudades).

**Tabla 5. Valoración media de los servicios de la isla (escala de 5 puntos)**

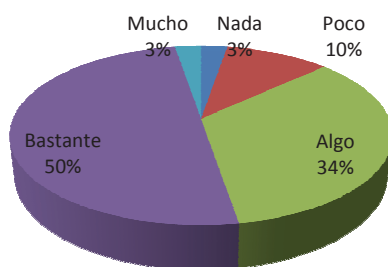
Variable	Incluye	Satisfacción media
Servicios públicos	Protección contra incendios, servicios sociales y de bienestar, protección policial, gobierno local, servicios de salud pública	2,77
Sistema educativo	Escuelas públicas, cursos universitarios, formación profesional	2,50
Medioambiente	Geografía o terreno, limpieza del medioambiente, clima, apariencia general de las playas, ciudades y poblados	3,47
Oportunidades de ocio	Cines, gimnasios, parques y espacios abiertos, salas de exposiciones, museos	2,05
Economía	Comercios, coste de la vida, vivienda (precio y disponibilidad), oportunidades de empleo	2,05
Cohesión y oportunidades sociales	Cohesión, cultura de asociación, participación ciudadana	2,33
Servicios de transporte	- Aeropuertos - Puertos - Transporte terrestre	2,26 2,78 3,05
Servicios y abastecimientos	- Electricidad y agua - Internet	2,73 2,63

Continuando con el análisis, se realiza a continuación una valoración de la oferta turística que se puede encontrar en Sao Nicolau de acuerdo nuevamente a una escala Likert de cinco puntos (1-muy desfavorable, 5-muy favorable). La tabla 6 muestra los resultados obtenidos donde se aprecia como elemento mejor valorado la oferta de sol y playa de la isla, la hospitalidad y la alimentación. Las opciones peor valoradas serían las zonas comerciales, escasas en esta isla, y la información y señalización.

**Tabla 6. Valoración de elementos de oferta turística (escala 1-5)**

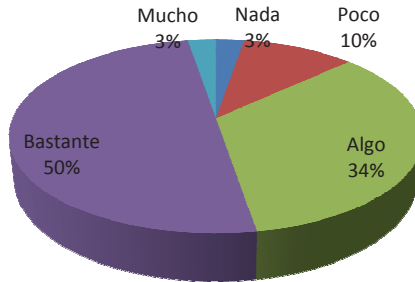
Aspecto	Valoración media
Precio del viaje	3,28
Hospitalidad	4,00
Conservación	3,49
Información y señalización	2,68
Alojamiento	3,16
Restauración	3,11
Comunicaciones	3,03
Seguridad ciudadana	2,79
Limpieza	3,62
Telecomunicaciones	3,32
Alimentación	4,00
Actividades culturales	2,92
Zonas comerciales	2,68
Ecología	3,27
Sol y playa	4,37
Flora y fauna	3,56
Senderos y caminos	3,70
Otros	2,00

La cuestión acerca del grado de acuerdo del residente respecto a un mayor desarrollo turístico de la zona (gráfico 2) está relativamente dividida. Mientras que aproximadamente la mitad (53%) se declara bastante o muy de acuerdo con esta opción, el resto de encuestados no lo tiene tan claro, aunque solo un 13% se manifiestan “poco” o “nada” conformes con un mayor desarrollo del turismo en esta isla.

**Gráfico 2. Grado de acuerdo con un mayor desarrollo turístico de la zona**

A la cuestión sobre “en qué medida considera que el desarrollo turístico puede beneficiarle personalmente” (gráfico 3), la respuesta está completamente correlacionada con la cuestión previa acerca del grado de acuerdo con un mayor desarrollo turístico en la zona. Así, el 53% considera que puede beneficiarse “bastante” o “mucho”, mientras que un 13% cree que “poco” o “nada” va a conseguir de la afluencia turística a Sao Nicolau.

**Gráfico 3. En qué medida considera que se beneficia personalmente del desarrollo turístico (porcentaje).**



El siguiente bloque de preguntas se refiere a la calificación, nuevamente en una escala Likert de cinco puntos (1-totalmente en desacuerdo, 5-totalmente de acuerdo), a una serie de aseveraciones, positivas o negativas, de las consecuencias que puede suponer el turismo bajo la percepción del residente (tablas 7a y 7b).

De los resultados obtenidos se aprecia en general un cierto grado de acuerdo (varias afirmaciones con media superior a 4 puntos) con los efectos positivos del turismo. Destacan en especial la percepción de que mejora oportunidades de empleo, las inversiones en infraestructuras y aeropuertos, la recuperación de artesanía y la calidad de restaurantes, hoteles y tiendas.

Del lado negativo, el grado de acuerdo es menor. Las afirmaciones con mayor grado de acuerdo de media se corresponden con el implícito incremento de precios de productos y servicios y del coste de la vida en general.

Ante la pregunta final sobre si los beneficios derivados del turismo superan a los costes, la valoración media supera los tres puntos, con lo que en principio, puede confirmarse que la población de Sao Nicolau considera positivo el efecto del desarrollo turístico.

**Tabla 7a. Acuerdo/desacuerdo con los efectos del desarrollo turístico en la localidad (escala 1-5). Efectos positivos**

IMPACTOS	TIPO DE IMPACTO	Acuerdo medio
<b>Impactos económicos positivos</b>	-Mejora de inversiones, más desarrollo y más aeropuertos e infraestructuras	4,12
	-Incremento de oportunidades de empleo	4,28
	-Contribución a mejora de nivel de vida	4,02
	-Mejora de rendimientos de la isla a través de los impuestos	3,37
	-El turismo es una de las principales fuentes de enriquecimiento de la economía	2,98
	-El capital invertido por la Administración para atraer más turistas es una buena inversión	3,51
	-El turismo contribuye a la recuperación de la artesanía tradicional	4,10
<b>Impactos sociales y culturales positivos</b>	-Mejora de la calidad de vida	3,84
	-Potencia la oferta de actividades de ocio y de recreo	3,76
	-Mayor conocimiento de otras culturas/países/regiones	4,07
	-Los habitantes de la isla siente más orgullo por pertenecer a ella	4,00
	-Mejora la calidad del servicio en restaurantes, tiendas y hoteles de la zona	4,10
<b>Impactos ambientales positivos</b>	-Mejora el nivel de protección policial y contra incendios	3,53
	-Mejora la protección de edificios, monumentos y áreas naturales	4,05
	-Mejor protección del medioambiente	3,50
	-Mejora de las infraestructuras	3,64
	-Mejora de carreteras	3,86
	-Más apoyo a la restauración y mantenimiento de edificios históricos	3,98

**Tabla 7b. Continuación. Acuerdo/desacuerdo con los efectos del desarrollo turístico en la localidad (escala 1-5). Efectos negativos**

IMPACTOS	TIPO DE IMPACTO	Acuerdo medio
Impactos económicos negativos	-Incremento del precio de la vivienda	3,47
	-Incremento del coste de la vida	4,05
	-Aumento del precio de productos y servicios	3,93
	-Beneficio sólo para un pequeño número de residentes	3,28
	-Los beneficios de la actividad turística revierten más en empresas y personas extranjeras	3,00
Impactos sociales y culturales negativos	-Incremento de accidentes de viaje	2,79
	-Incremento de robos y vandalismo	3,67
	-Incremento del alcoholismo, prostitución y permisividad sexual	3,57
	-Incremento de juegos ilegales	3,37
	-Incremento de explotación de los nativos	3,32
	-Cambios/pérdida de cultura tradicional	2,73
	-Problemas de convivencia entre los residentes y turistas	2,38
-El turista goza de privilegios que el residente no tiene	3,26	
-Pérdida de tranquilidad de la zona	2,70	
Impactos ambientales negativos	-Daños en el paisaje	2,60
	-Destrucción del ecosistema local	2,95
	-Aumento de la contaminación ambiental	3,05
	-Masificación de espacios de ocio	3,03
<b>EN GENERAL, LOS BENEFICIOS DERIVADOS DEL DESARROLLO TURÍSTICO SUPERAN A LOS COSTES</b>		<b>3,29</b>

## 6. CONCLUSIONES

Cabo Verde ha tenido un importante desarrollo turístico que le ha permitido tener un incremento significativo en la riqueza del país. Para cualquier planificación coherente del desarrollo turístico la actitud de la comunidad hacia el mismo se ha convertido en una variable indispensable. Las actitudes son la respuesta aprendida tras el impacto de diversos elementos en los ámbitos económico, socio-cultural y ambiental, corregidas en intensidad y sentido por multitud de factores internos y externos al residente.

En este artículo se presentan los resultados de una investigación realizada en la isla de Sao Nicolau, con el objetivo de conocer el perfil socio-demográfico del residente y su opinión y percepción respecto a diferentes variables relacionadas con el desarrollo turístico. Los principales resultados muestran cómo el perfil del residente es mayoritariamente joven, soltero, con estudios de secundaria o bachillerato y con renta económica baja. Presenta un nivel de idioma aceptable y a la mayoría le gustaría trabajar en el sector turístico. Los aspectos de la oferta turística mejor valorados son el clima, la playa y el sol, la hospitalidad y alimentación;

y los peor valorados el ocio y las zonas comerciales, la situación económica y la información y señalización. Estas valoraciones implican que el residente es consciente del potencial turístico de Sao Nicolau, de ahí que la mayoría está a favor de un mayor desarrollo turístico y considera que los beneficios son superiores a los costes, especialmente la percepción de que éste mejora las oportunidades de empleo, las inversiones en infraestructuras y aeropuertos, la recuperación de la artesanía y la calidad de restaurantes, hoteles y tiendas, pero hay que resaltar que también es conocedor de las debilidades de algunos servicios de la oferta turística (ocio, información y señalización) y de los impactos negativos que este desarrollo puede ocasionar, entre ellos el incremento de precios y el coste de vida, lo que genera como resultado que un 13% de los encuestados estén poco o nada a favor del desarrollo turístico y el 34% sólo algo.

En cuanto a las aplicaciones prácticas de esta investigación, se considera que estos resultados pueden servir de apoyo a las administraciones públicas y privadas relacionadas con el sector turístico ya que les puede proporcionar una información relevante para promover nuevas propuestas y productos.

Como futuras líneas de investigación en este trabajo se pretende realizar un análisis evolutivo de la actitud de los residentes de la isla de Sao Nicolau, de la consistencia y validez de los impactos y factores identificados, así como de la respuesta global del residente a lo largo del tiempo. Asimismo se recomienda investigar sobre la comparativa de actitudes y percepciones del residente hacia el turismo en las diferentes islas del país, ya que éstas tienen distintos atractivos y formas de gestión turística diferentes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLEN, L. R., H. R. HAFER, R. LONG, y PERDUE, R.R. (1993): "Rural Residents Attitudes toward Recreation and Tourism Development", *Journal of Travel Research*, nº 31(4), pp. 27-33.
- ALLEN, L. R., P. T. LONG, R. R. PERDUE, y KIESELBACH, S. (1988): "The Impact of Tourism Development on Residents' Perception of Community Life", *Journal of Travel Research*, nº 27(1), pp. 16-21.
- ANDERЕК, K.L.; VALENTINE, K. M.; KNOPF, R. C. y VOGT, C. A. (2005): "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 32(4), pp. 1056-1076.
- AP, J. (1992): "Residents' perception on tourism impacts". *Annals of Tourism Research*, vol.19 (4), pp. 665-690.
- BANCO CENTRAL DE CABO VERDE (2017): Datos económicos, Praia, Servicio de publicaciones.
- BELISLE, F. J., Y D. R. HOY (1980): "The Perceived Impact of Tourism by Residents: A Case Study in Santa Marta, Columbia", *Annals of Tourism Research*, nº 7, pp. 83-101.
- BESCULIDES, A.; LEE, M. y MCCORMICK, P. (2002): "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, nº 29, pp. 303-319.
- BUJOSA, A. y ROSELLÓ, J. (2007): "Modelling environmental attitudes toward tourism", *Tourism Management*, vol. 28, nº3, pp. 688-695.
- CANNAN, P. Y HENNESSY, M. (1989): "The growth machine, tourism and the selling of culture", *Sociological Perspectives*, nº 32, pp. 227-243.
- CARDONA, J. R. (2014). Types of tourism and residents' attitudes: The case of ibiza. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, Vol. 8, nº 1, pp. 3-22. doi:<http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v8i1.704>
- CATER, E. A. (1987): "Tourism in the Least Developed Countries", *Annals of Tourism Research*, nº 14, pp. 202-226.
- CHEN, C. (2016). The impact of the chinese tourism market on taiwan residents' attitudes. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol. 17, nº 1, pp. 1. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1765573494?accountid=14520>
- COHEN, E. (1988): "Tourism and aids in Thailand", *Annals of Tourism Research*, nº 15, pp. 467-486.
- CURTO, J. (2006). *Resident perceptions of tourism in a rapidly growing mountain tourism destination* (Order No. MR23385). Available from ABI/INFORM Collection. (304905661). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/304905661?accountid=14520>



- DAVIS, D.; ALLEN, J. y COSENZA, R. M. (1988): "Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism", *Journal of Travel Research*, nº 27, pp. 2-8.
- DIACONESCU, D. M., MORARU, R., y STANCIULESCU, G. (2016). Considerations on gastronomic tourism as a component of sustainable local development. *Amfiteatru Economic*, 18(10), 999-1014. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1872589909?accountid=14520>
- DÍAZ, R. y GUTIÉRREZ, D. (2010): "La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia", PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol.8, nº 4, pp.431-444. <http://www.pasosonline.org>
- DIEDRICH, A. y GARCÍA-BUADES, E. (2009): "Local perceptions of tourism as indicators of destination decline", *Tourism Management*, vol. 30, pp. 512-521.
- DIMELLI, D. P. (2017). The effects of tourism in Greek insular settlements and the role of spatial planning. *Journal of the Knowledge Economy*, Vol. 8 nº 1, pp. 319-336. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s13132-016-0364-x>
- ESMAN, M. (1984): "Tourism as ethnic preservation: The Cajuns of Louisiana", *Annals of Tourism Research*, nº 11, pp. 451-467.
- GEE, C. Y., J. C. MACKENS, y D. J. CHOY (1989): *The Travel Industry*. New York NY: Van Nostrand Reinhold.
- GULLION, C., HJI-AVGOUSTIS, S., FU, Y., Y LEE, S. (2015). Cultural tourism investment and resident quality of life: A case study of indianapolis, indiana. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 1, nº 3, pp. 184-199. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1903445699?accountid=14520>
- GUNN, C. A. (1988): *Tourism Planning*. New York NY: Taylor & Francis.
- GURSOY, D. y JUROWSKI, C. (2000): "Resident attitudes in relation to distance from tourist attractions", *Travel and Tourism Research Association*, <http://www.ttra.com>
- GURSOY, D.; JUROWSKI C. y UYSAL, M. (2002) "Resident attitudes: A Structural Modeling Approach". *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, nº 1, pp. 79-105.
- HAOBIN YE, B., QIU ZHANG, H., HUAWEN SHEN, J., y GOH, C. (2014). Does social identity affect residents' attitude toward tourism development? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(6), 907-929. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1660174537?accountid=14520>
- HARRIL, R. (2004): "Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning", *Journal of Planning Literature*, vol.18, nº 1, pp. 251-266.
- HARRIS, C.; MCLAUGHLIN, W. y BROWN, G. (1998): "Rural communities in the interior Columbia Basin: How resilient are they?", *Journal of Forestry*, nº 96, pp. 11-15.

- HARRISON, D. (1992): *Tourism to less developed countries: The social consequences in tourism and less developed countries*. London: Bellhaven.
- HENDIJANI, R. B. (2016). Residents' perception of educational tourism in Jakarta, Indonesia. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 7(2), 295-300. doi:[http://dx.doi.org/10.14505/jemt.v7.2\(14\).14](http://dx.doi.org/10.14505/jemt.v7.2(14).14)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE CABO VERDE (2017): Datos estadísticos, Praia, Servicio de Publicaciones.
- JAAFAR, M., RASOOLIMANESH, S. M., y ISMAIL, S. (2017). Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of langkawi island. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 123-134. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/1467358415610373>
- JACKSON, L. A. (2008). Residents' perceptions of the impacts of special event tourism. *Journal of Place Management and Development*, 1(3), 240-255.  
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/17538330810911244>
- JUROWSKY, C. y GURSOY, D. (2004): "Distance effects on residents' attitudes toward tourism". *Annals of Tourism Research*, vol. 31, nº 2, pp. 296-304.
- JUROWSKI, C.; UYSAL, M. y WILLIAMS, R. D. (1997): "A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism", *Journal of Travel Research*, nº 36(2), pp. 3-11.
- KAMBLE, Z., y BOUCHON, F. (2016). Developing a framework for assessing social cohesion via tourism. *Tourism Review of AIAEST - International Association of Scientific Experts in Tourism*, 71(4), 272-286. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1846366914?accountid=14520>
- KAPARELIOTIS, I., PANOPOULOS, A., y PANIGYRAKIS, G. G. (2010). The influence of the olympic games on beijing consumers' perceptions of their city tourism development. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(1), 90-100. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/13555851011013173>
- KEOGH, B. (1990)<sup>a</sup>: "Resident and Recreationists' Perceptions and Attitudes with Respect to Tourism Development", *Journal of Applied Recreation Research*, nº 15(2), pp. 71-83.
- KHIZINDAR, T. M. (2012). Effects of tourism on residents' quality of life in saudi arabia: An empirical study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 617. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1027581069?accountid=14520>
- KO, D. y STEWARD, W. (2002): "A structural equation model of residents' attitudes for tourism development", *Tourism Management*, Vol. 23, pp. 521-530.
- KOUSIS, M. (1989): "Tourism and the family in rural Cretan community", *Annals of Tourism Research*, nº 16, pp. 318-332.

- KUVAN, Y., y AKAN, P. (2012). Conflict and agreement in stakeholder attitudes: Residents' and hotel managers' views of tourism impacts and forest-related tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 571. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1004516561?accountid=14520>
- LAI, I. K. W., y HITCHCOCK, M. (2017). Local reactions to mass tourism and community tourism development in macau. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 451-470. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2016.1221413>
- LANKFORD, S. V., y D. R. HOWARD (1994): "Developing a Tourism Attitude Impact Scale", *Annals of Tourism Research*, nº 21, pp. 121-139.
- LANQUAR (1985): *Sociologie du tourisme et des voyages*. París. Presses Universitaires de France.
- LEPP, A. (2008). Attitudes towards initial tourism development in a community with no prior tourism experience: The case of bigodi, uganda. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(1), 5. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/213490686?accountid=14520>
- LINDBERG, K. y JOHNSON, R. (1997): "Modeling residents' attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 24, nº 2, pp. 402-424.
- LIU, J. C., P. J. SHELDON, Y T. VAR (1987): "Residents Perceptions of the Environmental Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, nº 14, pp. 17-37.
- LIU, J. C., y VAR, T. (1986): "Residents Attitudes toward Tourism Impacts in Hawaii", *Annals of Tourism Research*, nº 13, pp. 193-214.
- LONG, P. T., R. R. PERDUE, y ALLEN, L. (1990): "Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes by Community Level of Tourism", *Journal of Travel Research*, nº 28(3), pp. 3-9.
- MADRIGAL, R. (1993): "A tale of tourism in two cities", *Annals of Tourism Research*, nº 20, pp. 336-353.
- MARRERO, J. R. (2006): "El discurso de rechazo al turismo en Canarias: una aproximación cualitativa", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 4-nº3, pp. 327-341.
- MATHIESON, A. y WALL, G. (1982): *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. New York: Longman House.
- MAZÓN, T.; HUETE, R., y MANTECÓN, A. (2009): "Tourism dependence and host community perceptions. Notes on the social exchange theory", *Encontros científicos - Tourism and Management Studies* nº 5, pp. 25-37.
- MCINTOSH, R. W. y GOELDNER, C. R. (1990): *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.

- MIN, C., ROH, T., y BAK, S. (2016). Growth effects of leisure tourism and the level of economic development. *Applied Economics*, 48(1), 7. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1733186560?accountid=14520>
- MONTERRUBIO CORDERO, J.C. (2008): "Residents' perception of tourism: a critical theoretical and methodological review", *Ciencia ergo sum*, vol. 15-1, pp. 35-44.
- MURPHY, P. E. (1983): "Community Attitudes to Tourism", *Tourism Management*, nº 2, pp. 189-195.
- MURPHY, P. E. (1985): *Tourism: A Community Approach*. New York: Routledge.
- NICELY, A., y PALAKURTHI, R. (2012). Navigating through tourism options: An island perspective. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 133-144. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/17506181211233063>
- OGORELC, A., KAMSEK, D., y MILFELNER, B. (2013). ZAZNAVANJE EKONOMSKIH IN SOCIOKULTURNIH VPLIVOV TURIZMA PRI DOMACINI/Hosts perception of economic and socio-cultural tourism impacts. *Nase Gospodarstvo : NG*, 59(3), 26-38. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1540970172?accountid=14520>
- OMT (1999): *Guía para administradores locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid: OMT.
- PAVLIC, I., y PORTOLAN, A. (2016). Residents' attitudes of responsibility in regional sustainable tourism development. *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry*, , 260-273. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1806210974?accountid=14520>
- PIZAM, A. (1978): "Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents", *Journal of Travel Research*, nº 16(4), pp. 8-12.
- PUCZKO, L. y RATZ, T (2000): "Tourist and resident perceptions of the physical impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary: Issues for sustainable tourism management", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 8, pp. 458-478.
- RASOOLIMANESH, S. M., y JAAFAR, M. (2016). Residents' perception toward tourism development: A pre-development perspective. *Journal of Place Management and Development*, 9(1), 91-104. Retrieved from: <https://search.proquest.com/docview/1776406441?accountid=14520>
- RITCHIE, B.W., y INKARI, M. (2006): "Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, Southern England, *International Journal of Tourism Research*", 8(11), pp. 27-44.
- RITCHIE, J. R. B. (1988): "Consensus Policy Formulation in Tourism", *Tourism Management*, nº 9, pp. 199-216.

- ROTHMAN, R. A. (1978): «Residents and Transients: Community Reaction to Seasonal Visitors», *Journal of Travel Research*, nº 16(3), pp. 8-13.
- ROYO VELA, Marcelo y RUIZ MOLINA, M<sup>a</sup> Eugenia (2009): "Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural", *Cuadernos de Turismo*, nº 23, pp. 217-236.
- SANTANA, A. (1997): *Antropología y Turismo, ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Ed. Ariel, SA. Madrid.
- SAUFI, A., O'BRIEN, D., y WILKINS, H. (2014). Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 801. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1516071221?accountid=14520>
- SETHNA, R. y RICHMOND, B. (1978): "U.S. Virgin islanders perceptions of tourism", *Journal of Travel Research*, nº 17(1), pp. 30-37.
- SHARMA, B. et al (2008): "Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia", *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, Vol. 9, nº3, pp. 288-311.
- SHARMA, R., CHAURASIA, S., y BHATTACHARYA, A. K. (2016). Residents' perception of environmental impacts of tourism recreational activities in protected area. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 7(2), 238-243. doi:[http://dx.doi.org/10.14505/jemt.v7.2\(14\).09](http://dx.doi.org/10.14505/jemt.v7.2(14).09)
- SHARPLEY, R. (1994): *Tourism, tourists and society*. Huntingdon: ELM.
- SHELDON, P. J., y T. VAR (1984): "Resident Attitudes to Tourism in North Wales", *Tourism Management*, nº 5, pp. 40-47.
- SIMÃO, J., y MÔSSO, A. (2013). Residents' perceptions towards tourism development: The case of sal island. *International Journal of Development Issues*, 12(2), 140-157. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/IJDI-12-2012-0076>
- SWAIN, M.B.; BRENT, M., y LONG, V. H. (1998), "Annals and tourism evolving: index in 25 years of publication", *Annals of Tourism Research*, 25 supplements, pp. 991-1014.
- TOSUN, C. (2002): "Host perceptions of impacts: A comparative tourism study", *Annals of Tourism Research*, nº 29, pp. 231-245.
- TYRELL, T.J., y SPAULDING, I.A. (1984): "A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island", *Hospitality Education and Research Journal*, 8(2), pp. 22-33.
- UM, S., y J. L. CROMPTON (1987): "Measuring Resident's Attachment Levels in a Host Community", *Journal of Travel Research*, nº 26(2), pp. 27-29.

- USHER, L. E., y KERSTETTER, D. (2014). Residents' perceptions of quality of life in a surf tourism destination: A case study of Las Salinas, Nicaragua. *Progress in Development Studies*, 14(4), 321-333. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/1464993414521525>
- VAR, T.; KENDALL, K. W. y TARAKCOGLU, E. (1985): "Residents Attitudes toward Tourists in a Turkish Resort Town", *Annals of Tourism Research*, nº 12, pp. 652-658.
- VARGAS, A. MEJÍA, M. D. L. Á. P. Y BUENO, N. P. (2007): "Desarrollo del turismo y percepción de la comunidad local: factores determinantes de su actitud hacia un mayor desarrollo turístico". XXI Congreso Anual AEDEM, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, 6,7, y 8 de junio de 2007/Vol.1, pág. 24, coord. por Carmelo Mercado Idoeta.
- WU, C., y CHANG, H. (2013). Island marine tourism development critical success factors - case by wangan in taiwan. *Journal of Global Business Management*, 9(3), 126-135. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1470777021?accountid=14520>
- XIE, H. ', BAO, J., y KERSTETTER, D. L. (2014). Examining the effects of tourism impacts on satisfaction with tourism between native and non-native residents. *The International Journal of Tourism Research*, 16(3), 241. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1518116415?accountid=14520>
- YOSHITAKE, T., y DEGUCHI, C. (2008). Social capital development in a rural community based on exchange management with outsiders: The case of akimoto, a small mountainous settlement in japan. *The Town Planning Review*, 79(4), 427-462. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/232853957?accountid=14520>
- YUN, H. J., y ZHANG, X. (2017). Cultural conservation and residents' attitudes about ethnic minority tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 165-175. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/1467358415610624>

# Gestión sostenible de empresas y destinos turísticos: la nueva economía

Inmaculada Martín Rojo

Catedrática E.U. de Organización de Empresas en la Universidad de Málaga, es autora de varios libros, entre ellos: "Dirección y gestión de empresas del sector turístico" (5ª edición 2014), Ed. Pirámide. Madrid. Autora de artículos publicados en revistas científicas como *European Journal of Tourism Research*, *The Tourist Review*, *Papers de Turisme*, *Estudios Turísticos*, etc. Es la responsable por parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Málaga del Proyecto Europeo, acogido al Programa Leonardo Da Vinci, titulado "Gestor de Recursos Turísticos Medioambientales"; y del Proyecto "Análisis y prospectiva de mercados turísticos consumidores y canales de comercialización en mercados emisores" financiado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, entre otros.

icmartin@uma.es

## RESUMEN

El presente artículo, tras presentar un marco conceptual sobre los principales aspectos de la nueva economía, se centra en la sostenibilidad en el sector turístico de acuerdo con esta nueva economía. Los objetivos de este trabajo se resumen en dos: (1) verificar si la gestión sostenible de las empresas turísticas repercute también en sus beneficios económicos, además de en el bien de la sociedad, y (2) identificar las variables a considerar para llevar un desarrollo turístico sostenible en los destinos. Para el primer objetivo se ha realizado un estudio empírico sobre una muestra de empresas turísticas que aparecen como compañías sostenibles en el Anuario RobecoSAM 2017, analizando la evolución de su EBITDA durante los últimos tres años, verificándose la hipótesis. Para el segundo obje-

tivo se ha llevado a cabo un análisis de casos, identificándose como principales variables la gestión medioambiental, la cohesión social, la planificación urbana, la accesibilidad y la potenciación de la economía local.

## PALABRAS CLAVE

Turismo, sostenibilidad, gestión de empresas, EBITDA, ciudades sostenibles

## CÓDIGO JEL

M14, Z31, Z32.

## SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMPANIES AND TOURIST DESTINATIONS: THE NEW ECONOMY

### ABSTRACT

**T**his paper, after presenting a conceptual framework on the main aspects of the new economy, focuses on sustainability in the tourism sector in accordance with this new economy. The aims of this research are summarized in two: (1) to verify if the sustainable management in tourism businesses also affects its profits, in addition to the good of society, and (2) to identify the variables to be considered for a sustainable tourism development in destinations. For the first aim it has been done an empirical study on a sample of tourism companies that appear as sustainable companies in the Yearbook RobecoSAM 2017, analyzing the evolution of its EBITDA during the past three years, and the hypothesis has been verified. For the second aim an analysis of cases has carried out, and it has been identified as key variables environmental management, social cohesion, urban planning, accessibility and the promotion of the local economy.

### KEY WORDS

Tourism, sustainability, business management, EBITDA, sustainable cities

### JEL CODE

M14, Z31, Z32.



## 1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha contribuido de manera determinante al desarrollo económico de determinados destinos, si bien no siempre ha repercutido de manera positiva en la calidad de vida de la población local. Ante esta situación, surge una nueva economía cuyo objetivo es lograr la sostenibilidad de estos destinos y mejorar la vida de las personas que en ellos habitan de manera permanente, no sólo temporal como sería el caso de los turistas.

Esta preocupación por la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas en relación directa con la sostenibilidad de los destinos turísticos, unido a la aparición de movimientos antiturismo en ciudades líderes en turismo como sería el caso en España de Barcelona o de las Islas Baleares, ha motivado la realización de este trabajo. Así, de una parte, se abordará la gestión sostenible de las empresas turísticas desde un planteamiento no exclusivamente altruista para el bien de la sociedad, sino también contrastando la hipótesis de su posible repercusión positiva en el beneficio empresarial a medio plazo; y de otra parte, se planteará el estudio de la gestión sostenible de destinos, con el objetivo de identificar las variables a considerar para llevar a cabo esta gestión sostenible, analizando el caso de una serie de ciudades.

La nueva economía plantea el problema de la sostenibilidad desde una perspectiva público-privada, pues no es suficiente que existan empresas turísticas socialmente responsables si el destino no desarrolla una gestión sostenible, ni viceversa.

Desde este planteamiento público-privado, en el presente trabajo, tras presentar un marco conceptual sobre la problemática en cuestión, se realiza un estudio empírico sobre la gestión sostenible de las empresas turísticas y un análisis de casos de destinos, que nos permitirán llegar a unas conclusiones sobre la posible conveniencia o no de la gestión sostenible de las empresas, tanto para estas compañías como para el bien común, y sobre los parámetros a considerar para lograr destinos sostenibles.

## 2. MARCO CONCEPTUAL

La visión puramente materialista de la empresa ha pasado a la historia, en la actualidad, la pervivencia a medio y largo de una compañía está ligada al concepto de sostenibilidad en sentido amplio: ambiental, económica y social.

En esta línea, la Responsabilidad Social Corporativa (en lo sucesivo se indicará con las siglas RSC) surge como una respuesta voluntaria de empresas e instituciones en pro del desarrollo sostenible, el cual se puede definir como aquél que satisface las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (World Commission on Environment and Development, 1987). La Responsabilidad Social Corporativa supone el compromiso de las organizaciones para contribuir al desarrollo

económico sostenible, trabajando con empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida (World Business Council on Sustainable Development, 1998).

De acuerdo con estos planteamientos, las organizaciones deben con su actividad generar un valor añadido para la sociedad, superando la visión restringida de la consecución del máximo beneficio económico, pues incluso en último extremo, la consecución del máximo beneficio proyectada en un espacio temporal ilimitado implica garantizar la adaptación de la empresa a su entorno, satisfaciendo las expectativas de los grupos de interés, no sólo en el plano económico, sino también en el social y el medioambiental. Así los resultados de las empresas deberán ser medidos teniendo en cuenta tres magnitudes: la económica, la social y la ambiental, con el fin de ofrecer un valor positivo conjunto, como queda recogido en la tabla 1.

**Tabla 1. Tipos de impactos de las organizaciones en su entorno**

	ECONÓMICO	AMBIENTAL	SOCIAL			
CATEGORÍA	Impactos económicos directos	Ambiental	Prácticas laborales y trabajo decente	Derechos humanos	Sociedad	Responsabilidad de los productos
ASPECTO	Cientes Proveedores Empleados Proveedores de capital Sector público	Materiales Energía Agua Biodiversidad Emisiones, vertidos y residuos Proveedores Productos y servicios Transporte	Empleo Relaciones laborales Seguridad e higiene Formación y educación Diversidad y oportunidades	Estrategia y gestión No discriminación Libertad sindical y negociación colectiva Trabajo infantil Trabajo forzado Prácticas disciplinarias Prácticas de seguridad Derechos indígenas	Comunidad Sobornos y corrupción Contribuciones políticas Competencia y fijación de precios	Seguridad e higiene de los clientes Productos y servicios Publicidad Respeto a la privacidad

Fuente: Adaptado de Global Reporting Initiative (2015).

Haciendo un breve recorrido histórico de la evolución de la filosofía empresarial en el ámbito social, la Fundación Empresa y Sociedad establece un continuo en las acciones de las empresas que va desde la caridad al cambio social y que se resume en la tabla 2.

**Tabla 2. Evolución histórica de la acción social de las empresas**

LA ACCIÓN SOCIAL DE LAS GRANDES EMPRESAS EVOLUCIONA HACIA UN ENFOQUE QUE INTEGRA LO ECONÓMICO Y LO SOCIAL			
HISTÓRICAMENTE	AÑO 2000	ACTUALMENTE	
La empresa actúa en acción social por CARIDAD	La empresa cree que se puede acercar al GRAN PÚBLICO utilizando la acción social	La empresa entiende que también debe GESTIONAR BIEN su acción social	La empresa se interesa por participar en un CAMBIO SOCIAL que le afecta directamente
Énfasis en la FILANTROPIA	Énfasis en la COMUNICACIÓN	Énfasis en la ESTRATEGIA	Énfasis en los RETOS SOCIALES ESTRATÉGICOS PARA LA EMPRESA

Fuente: Elaboración propia a partir de Fundación Empresa y Sociedad (2007).

A partir de este marco conceptual se puede extraer la relación directa entre Responsabilidad Social Corporativa y sostenibilidad.

Si a todo ello unimos los continuos cambios en los que vive la sociedad actual y los nuevos movimientos económicos que están emergiendo de manera disruptiva en ciertos sectores, como por ejemplo el turístico, nos encontramos con una Nueva Economía cuyo objetivo es la sostenibilidad y paralelamente mejorar las vidas de las personas con métodos colaborativos. Esta denominada Nueva Economía engloba entre otros los siguientes aspectos:

- Economía del Bien Común: esta corriente propone nuevos indicadores de éxito de las organizaciones tanto privadas como públicas de ámbito municipal, considerando la importancia de poner en práctica herramientas para crear un "Balance del Bien Común".
- Economía Colaborativa: se basa en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que permiten la creación de redes sociales y portales donde realizar interacciones entre individuos de forma masiva, con o sin contraprestación monetaria.
- Economía Circular: es la que apuesta por el reciclaje, pasando de una economía lineal que produce, utiliza y tira, a un modelo circular en el que los residuos pueden ser utilizados nuevamente como materia prima.
- Economía Verde: pretende generar rentabilidad a partir de la protección y preservación medioambiental.

- Economía Azul: propuesta por Gunter (2015), da un paso más con respecto a la Economía Verde que en ocasiones resulta insostenible desde el punto de vista económico, parte de la premisa de que se debe responder a las necesidades básicas con los recursos locales de que disponemos, creándose beneficios múltiples, empleo y capital social, en definitiva, ofrecer más con menos.
- Economía de la Felicidad: analiza el efecto de las fluctuaciones macroeconómicas en la felicidad de las personas, en este estudio intervienen científicos sociales (sociólogos, psicólogos, economistas) que sugieren que, una vez cubiertas las necesidades primarias, las medidas políticas deben orientarse en aumentar el índice de satisfacción de las personas, y no solo el crecimiento económico.

Centrándonos en el sector turístico, la Carta Europea de Turismo Sostenible (2000) señala que el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Si a ello unimos los conceptos que engloban la nueva economía, se observa que el sector turístico participa de todos ellos:

- Importancia del Bien Común para turistas y población autóctona del destino turístico, debiendo intervenir tanto empresas privadas como públicas de ámbito municipal que gestionan el destino.
- Las Economías Colaborativas han irrumpido en el sector turístico de manera vertiginosa, especialmente en el sector de los alojamientos, con efectos positivos pero también negativos, siendo necesario un control en determinados casos para evitar la competencia desleal en los casos en los que existe contraprestación monetaria, así como el exceso de capacidad de carga incontrolada del destino.
- La Economía Circular está muy ligada a la gestión medioambiental de empresas turísticas que reciclan, obteniendo los correspondientes certificados de calidad medioambiental, como la ISO 14000.
- La Economía Verde propone actuaciones de obligado cumplimiento si queremos preservar nuestra naturaleza, que a su vez es un reclamo turístico.
- La Economía Azul, además de preservar el medio ambiente, consigue la sostenibilidad social y económica de destinos, al mantener actividades locales tradicionales que a su vez pueden convertirse también en reclamo turístico.
- La Economía de la Felicidad debe aplicarse en destinos turísticos, no solo para lograr la satisfacción del turista, sino también el bienestar de la población local del lugar.

Todo ello justifica y marca el interés de que en este trabajo se analice la gestión de empresas y destinos turísticos desde el paradigma de la sostenibilidad y atendiendo a los modelos de negocio que surgen con esta Nueva Economía.

### 3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El presente trabajo parte de dos objetivos prioritarios de acuerdo con las premisas de la Nueva Economía:

1. Justificar la posible necesidad de que las compañías turísticas desarrollen una gestión sostenible, no sólo para el bien de la sociedad sino para su pervivencia en el tiempo al influir positivamente en sus beneficios económicos.
2. Identificar las variables a considerar para llevar a cabo una gestión sostenible de los destinos turísticos.

La metodología a seguir para alcanzar el primero de estos objetivos ha sido el análisis de la posible relación positiva entre las empresas turísticas indexadas en el Dow Jones y su beneficio bruto de explotación, en inglés Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (en lo sucesivo se indicará con las siglas EBITDA).

El EBITDA muestra el resultado puro de la explotación de la empresa, sin incorporar gastos financieros, impuestos, depreciaciones y amortizaciones de la inversión, es por tanto un indicador de la capacidad de una empresa para generar beneficios, considerando únicamente su actividad productiva, por ello hemos elegido este indicador en el estudio empírico.

De otra parte, para medir la gestión empresarial sostenible existen diferentes indicadores que han sido integrados en índices diferentes según se trate de la zona de Europa –ASPI Eurozone, Dow Jones STOXX Sustainability Indexes, FTS4Good Europe, Ethibel Europe Index, etc. – o de Estados Unidos y el resto del mundo –Dow Jones Index, FTS4Good Global, FTS4Good USA, Ethibel Global Index, Ethibel Asial Index, etc. – (Garz *et al*, 2002). En un intento de hacer un análisis lo más global posible, hemos seleccionado para este estudio el Dow Jones Sustainability Index promovido conjuntamente por Dow Jones Indexes en América y STOXX Ltd. en Europa, en asociación con RobecoSAM que es una compañía de inversión internacional con sede en Zúrich (Suiza) enfocada a las inversiones en sostenibilidad. Esta última institución considera criterios económicos, ambientales y sociales en sus estrategias de inversión. En 1999, RobecoSAM y Dow Jones Indexes se unieron para elaborar la primera familia de índices de sostenibilidad del mundo, los Dow Jones Sustainability Indexes (en adelante pondremos las siglas DJSI) In 2012, S&P Indices and Dow Jones Indexes merged to form S&P Dow Jones Indices. y en 2012, los índices S&P y los índices Dow Jones se fusionaron para formar índices S&P Dow Jones, siendo elegidas las empresas para el índice basándose en una evaluación de sus prácticas económicas, ambientales y sociales. Este índice parte del supuesto de que las organizaciones líderes en términos de sostenibilidad muestran elevados niveles de desempeño empresarial y, por tanto, estarán más capacitadas para generar mayor valor a sus accionistas en el largo plazo; esta premisa es en la que se basa el interés y la justificación de conocer si existe una relación positiva entre estar indexada una empresa en este índice y su EBITDA.

Para este estudio empírico, se han seleccionado las empresas turísticas de alojamiento, restauración, ocio, viajes y transporte del DJSI que aparecen en el Anuario publicado en 2017 de RobecoSAM (yearbook.RobecoSAM.com) y se ha obtenido información sobre la evolución de su EBITDA en los últimos tres años (2014, 2015 y 2016), para contrastar la hipótesis de si existe una relación positiva entre la gestión sostenible y el nivel de desempeño de las compañías del sector turístico.

Para el segundo de los objetivos: identificar las variables a considerar para la gestión sostenible de destinos turísticos, la metodología a seguir es el análisis de casos, considerando:

- los aspectos mencionados en el marco conceptual sobre la Nueva Economía –economías colaborativas, economía azul, economía verde, etc.-;
- las características de los denominados destinos inteligentes –Smart destinations- tales como la accesibilidad, la innovación, la aplicación de las TICs y la sostenibilidad tanto medioambiental como económica y social;
- las diez dimensiones propuestas por el índice IESE Cities in Motion para identificar los puntos fuertes y débiles de las ciudades.

## 4. ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE LA GESTIÓN SOSTENIBLE DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

En 2016, para la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa, de las más de 3.400 empresas invitadas por RobecoSAM, participaron 867 empresas de 42 países diferentes. Para los inversores, el Anuario de Sostenibilidad de RobecoSAM identifica a las empresas que están fuertemente posicionadas para crear valor a largo plazo para los accionistas, pero esta evaluación anual de la sostenibilidad corporativa se centra en examinar los factores financieros que afectan a los factores de valor de una empresa, tales como la capacidad de una empresa para innovar, atraer y retener talento o mejorar su eficiencia operacional en materia de eficiencia desde el punto de vista de un inversionista, porque afectan la posición competitiva de una empresa y su desempeño financiero a largo plazo (<https://yearbook.robecosam.com/>, julio 2017).

RobecoSam cataloga a las empresas en función de las puntuaciones obtenidas en:

- Gold Class, las empresas con una puntuación total mínima de 60 y cuya calificación está dentro del 1% de la puntuación de la compañía superior.
- Silver Class, las empresas que reciben una puntuación total de al menos 57 y cuya calificación se encuentra dentro de un rango de 1% a 5% de la puntuación de la empresa de mayor rendimiento.
- Bronze Class, las empresas cuya puntuación es de al menos 54 y se encuentran dentro de un rango de 5% a 10% de la puntuación de la empresa de mayor rendimiento.

- RobecoSAM Industry Mover, premio recibido dentro del top 15% de cada industria a la empresa que ha logrado la mayor mejora proporcional en su desempeño de sostenibilidad en comparación con el año anterior.

Las empresas del sector turístico de actividades de alojamiento, restauración, ocio, servicios de intermediación turística y transporte de pasajeros que participaron fueron las 16 que aparecen en la tabla 3 con sus correspondientes catalogaciones según RobecoSAM, siendo la única española Amadeus IT Group, S.A.

**Tabla 3. Empresas turísticas de alojamiento, restauración, ocio, intermediación turística y transporte de pasajeros que figuran en el Anuario RobecoSAM 2017**

EMPRESA	GOLD CLASS	SILVER CLASS	BRONZE CLASS	R.SAM IND. MOVER
1. Accor Hotels		X		
2. Intercontinental Hotels		X		X
3. Air France-KLM aerolíneas	X			
4. Wyndham Worldwide Group.Hoteles, resort, Cruceros			X	
5. TUI.AG. Hoteles, resorts y cruceros	X			
6. AMADEUS IT GROUP.Serv.informáticos interm. Turíst		X		
7. ANA HOLDINGS IC. Aerolíneas				
8. China Airlines Ltd.			X	X
9. Compass Group PLC.Restaurantes y lugares de ocio				
10. Latam Airlines Group, S.A.			X	
11. MTR Corp.Ltd.Hong Kong				
12. Nippon Yusen KK.				
13. Whitbread PLC.Restaurantes y lugares de ocio				
14. CSX Corp.Transporte ferroviario				
15. SODEXO, S.A	X			
16. STARBUCKS.Restaurantes y lugares de ocio				

Fuente: Elaboración propia a partir de RobecoSAM (2017).

Esta muestra de 16 empresas es la que hemos seleccionado para conocer la evolución de su EBITDA en los tres últimos años: 2014, 2015 y 2016, obteniendo los resultados que aparecen en la tabla 4<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Las siglas que aparecen en la tabla son GBL: libra esterlina; \$: dólar americano; HKD: dólar de Hong Kong; TWD: dólar de Taiwán; CLP: peso chileno

**Tabla 4. Evolución del EBITDA durante el periodo 2014-2016**

EMPRESA	EBITDA 2014	EBITDA 2015	EBITDA 2016
1. Accor Hotels	923 Mill €	986 Mill €	1.037 Mill €
2. Intercontinental Hotels	747 Mill \$	776 Mill \$	803 Mill \$
3. Air France-KLM aerolíneas	1.589 Mill €	2.447 Mill €	2.714 Mill €
4. Wyndham Worldwide Group. Hoteles, resort- cruceros	1.190 Mill \$	1.280 Mill \$	1.330 Mill \$
5. TUI.AG. Hoteles, resorts y cruceros	1.208 Mill €	1.362 Mill €	1.380 Mill €
6. AMADEUS IT GROUP- Servicios informáticos intermediación turística	1.306 Mill €	1.472 Mill €.	1.797 Mill €
7. ANA HOLDINGS IC. Aerolíneas	222,8 Bill Yen	275,2 Bill Yen	287 Bill Yen
8. China Airlines Ltd.	20.030 Mill TWD	25.461 Mill TWD	22.258 Mill TWD
9. Compass Group PLC.Restaurantes y lugares de ocio	1.564 Mill £	1.636 Mill £	1.840 Mill £
10. Latam Airlines Group, S.A.	874.069 Mill CLP	947.238 Mill CLP	1.032.910 Mill CLP
11. MTR Corp.Ltd.Hong Kong	18.164 Mill HK	17.362 Mill HKD	15.837 Mill HKD
12. Nippon Yusen KK.	152,34 Bill Yen	169,11 Bill Yen	154,26 Bill Yen
13. Whitbread PLC.Restaurantes y lugares de ocio	577,1 Mill £	665 Mill £	729 Mill £
14. CSX Corp.Transporte ferroviario	4,76 Bill \$	4,79 Bill \$	4,81 Bill \$
15. SODEXO, S.A	1.216 Mill €	1.420 Mill €	1.403 Mill €
16. STARBUCKS.Restaurantes y lugares de ocio	3.771 Mill \$	4.495 Mill \$	5.213 Mill \$

Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera publicada en las webs de las empresas Ana Holdings (2017), Wyndham Worldwide (2017) MarketWatch (2017) y 4-traders (2017).



Si analizamos la evolución del EBITDA en los últimos tres años en estos grupos empresariales, observamos que en todos ellos la evolución ha sido al alza, excepto en la compañía ferroviaria china MTR Corp. Ltd., cuyo EBITDA ha ido decreciendo en cada uno de estos tres años, y en las asiáticas China Airlines y Nippon Yusen KK –compañía japonesa dedicada a la actividad de cruceros-, en las que no se pueden extraer conclusiones definitivas al haber mejorado su EBITDA del año 2014 al 2015 pero luego empeorar del año 2015 al 2016. Cabe destacar que tanto MTR Corp. Ltd. como Nippon Yussen KK aparecen en el Anuario RobecoSAM 2017 pero sin ninguna distinción RobecoSAM Industry Mover, Gold Class, Silver Class o Bronze Class; no así China Airlines que ha sido galardonada con las distinciones Bronze Class y RobecoSAM Industry Mover.

Sobre la base a estos resultados, se confirma la hipótesis de que las empresas que desarrollan una gestión sostenible estando indexadas en el DJSI ven mejorados en el tiempo sus resultados de explotación, tal y como se refleja en la mejora de su EBITDA durante el periodo considerado.

## 5. ANÁLISIS DE CASOS SOBRE LA GESTIÓN SOSTENIBLE DE DESTINOS TURÍSTICOS

El crecimiento urbanístico y demográfico de los destinos turísticos justifica la necesidad de una gestión sostenible no solo por parte de las empresas privadas, sino también de las administraciones públicas que gobiernan dichos municipios.

El espacio turístico debe ser un territorio bien conectado, con accesibilidad interna y externa, que permita la coexistencia de la vida cotidiana de sus residentes con los atractivos naturales y culturales y los productos turísticos creados. En este sentido, debemos analizar la capacidad de carga de determinadas zonas, como por ejemplo el centro histórico de algunas ciudades, apostando por una cierta deslocalización para que la capacidad de carga esté equilibrada, en la medida de lo posible, a lo largo y ancho de todo el municipio.

Considerando las nuevas tendencias que dan paso a una Nueva Economía, destacar que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han favorecido el desarrollo de las economías colaborativas con o sin contraprestación monetaria, lo que está provocando la masificación de determinados destinos y una cierta competencia desleal en algunos casos con respecto a la oferta de alojamiento tradicional de hoteles y apartamentos reglados. Sin duda es un tipo de turismo ya consolidado, extendido entre las grandes ciudades europeas y de difícil marcha atrás, pero se hace necesaria una normativa para regular estas economías colaborativas, de lo contrario estaríamos ante un caso de intruismo en el sector, con alojamientos que en algunos casos ni siquiera cumplen con las normativas básicas de las empresas de alojamiento turístico, además de conllevar una masificación incontrolada del destino, y todo ello va en contra de la sostenibilidad del municipio turístico.

Respecto a las Economías Verde y Azul, si bien su desarrollo es competencia de la empresa privada, las administraciones públicas pueden actuar como catalizadores de las mismas, con programas de apoyo al desarrollo de negocios que apuesten por el empleo de recursos localmente disponibles e implantando medidas de protección y preservación medioambiental en los municipios.

Finalmente, movimientos económicos como la Economía del Bien Común o la Economía de la Felicidad, parten de la base de que en zonas donde las necesidades básicas están ya cubiertas, como sería el caso de algunos destinos turísticos de países más desarrollados, las administraciones públicas deben adoptar políticas centradas en la satisfacción de la población local y la mejora de su calidad de vida, evitando un desarrollo turístico incontrolado e insostenible que perjudique tanto a esta población local como al desarrollo del turismo en la zona en años sucesivos.

Para lograr todo ello habrá que hacer hincapié en la conveniencia de transformar el modelo turístico tradicional en un modelo inteligente que conjugue tecnología, innovación en productos y prestación del servicio, accesibilidad y sostenibilidad medioambiental, económica y social, de manera que ello repercuta en la mejora de la calidad de vida de turistas y población local. En esta línea, en países con un turismo consolidado como es el caso de España, debemos apostar por convertirnos en un destino inteligente o Smart destination, que se sustente, según el Plan Nacional de Ciudades Inteligentes (Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España, 2015) en:

- La aplicación de las TICs para conectar con el turista.
- La accesibilidad.
- La innovación, no solo tecnológica, sino también dirigida a la creación de nuevos productos, nuevas formas de organización del trabajo y nuevos modelos de promoción, distribución y comercialización del servicio turístico adaptados a la demanda del turista actual.
- La sostenibilidad medioambiental, económica y social.

Para el análisis de casos nos hemos basado en el índice IESE Cities in Motion, elaborado por un equipo de profesores e investigadores del IESE Business School que, a partir de una serie de estudios de casos de éxito y de entrevistas en profundidad a dirigentes urbanos, empresarios, académicos y expertos en desarrollo urbano, proponen 10 dimensiones para identificar los puntos fuertes y débiles de las ciudades y a partir de ahí confeccionar un ranking de ciudades exitosas. Estas dimensiones son:

1. Capital humano: intentando atraer y retener el talento, crear planes para mejorar la educación e impulsar la investigación.
2. Cohesión social: evitando situaciones de desigualdad y procurando mantener un sistema eficaz de salud y seguridad ciudadana.
3. Economía: promocionando la economía local.

4. Gestión pública: recoge la eficiencia de la Administración Pública
5. Gobernanza: en íntima relación con el nivel de participación y colaboración ciudadana.
6. Medio ambiente.
7. Movilidad y transporte.
8. Planificación urbana.
9. Proyección internacional: hace alusión a la marca de la ciudad a través de planes estratégicos de turismo, atracción de la inversión extranjera y representatividad en el exterior.
10. Tecnología.

Estas diez dimensiones ofrecen una visión amplia e integradora de lo que representa una ciudad, no existiendo un modelo único de éxito. De hecho las ciudades que encabezan el ranking no son idénticas, sino que priorizan diferentes dimensiones y, en este sentido, conviene definir en primer lugar qué tipo de ciudad queremos tener para hacer hincapié en una u otra dimensión, pues la ciudad perfecta no existe. Asimismo, no es suficiente con ser bueno en una única dimensión, pues aunque gozara de una buena posición en el ranking, se trataría de una ciudad desequilibrada.

En la tabla 5 se muestra el ranking de ciudades según este índice, incluyendo entre las 70 primeras a siete urbes españolas: Barcelona (puesto 33), Madrid (puesto 34), Valencia (puesto 49), Málaga (puesto 58), La Coruña (puesto 60), Sevilla (puesto 67) y Bilbao (puesto 69).

Contrasta así que Nueva York encabece el ranking, o que Barcelona ocupe el puesto 33, dados los problemas que esta última está teniendo por el rechazo de parte de la población local al turismo por considerar que no se está desarrollando esta actividad de manera sostenible. Ello se debe a que se están priorizando de manera desequilibrada unas dimensiones sobre otras, de ahí la importancia de definir el modelo de ciudad que se quiere, más que guiarnos exclusivamente por la posición en un ranking.

### **Tabla 5. Ranking de ciudades según el índice IESE Cities in Motion 2016**

***(a continuación)***

Tabla 5. Ranking de ciudades según el índice IESE Cities in Motion 2016

RANKING ÍNDICE GLOBAL	RANKING ECONOMÍA	RANKING CAPITAL HUMANO	RANKING COHESIÓN SOCIAL	RANKING MEDIO AMBIENTE	RANKING GESTIÓN PÚBLICA	RANKING GOBERNANZA	RANKING PLANIFICACIÓN URBANA	RANKING PROYECCIÓN INTERNAC.	RANKING TECNOLOGÍA	RANKING MOVILIDAD Y TRANSPORTE
1.NUEVA YORK	1	4	161	93	4	4	68	4	3	4
2.LONDRES	3	1	129	20	33	16	66	2	8	3
3.PARÍS	11	6	91	64	44	31	30	1	24	6
4.S. FRANCISCO	2	9	75	92	12	15	48	45	16	27
5.BOSTON	8	2	30	88	7	4	65	80	21	15
6.AMSTERDAM	27	34	40	42	53	23	3	7	4	20
7.CHICAGO	7	7	103	89	10	4	29	27	9	17
8.SEÚL	20	13	11	53	38	21	73	22	2	1
9.GINEBRA	14	102	12	9	2	49	9	46	12	65
10.SIDNEY	18	21	70	32	16	25	28	32	7	22
11.COPENHAGUE	34	61	3	15	163	11	1	34	26	30
12.TOKIO	5	8	69	27	56	71	133	17	1	34
13.WASHINGTON	9	3	96	98	1	4	114	37	15	154
14.ZURICH	19	80	8	1	25	18	101	49	34	7
15.LOS ANGELES	4	5	112	124	14	9	127	30	17	24
16.BERLÍN	65	25	4	14	41	22	47	14	40	16
17.MELBOURNE	26	22	21	29	23	3	81	51	23	33
18.BALTIMORE	13	15	66	97	13	44	7	63	5	49

RANKING ÍNDICE GLOBAL	RANKING ECONOMÍA	RANKING CAPITAL HUMANO	RANKING COHESIÓN SOCIAL	RANKING MEDIO AMBIENTE	RANKING GESTIÓN PÚBLICA	RANKING GOBERNANZA	RANKING PLANIFICACIÓN URBANA	RANKING PROYECCIÓN INTERNAC.	RANKING TECNOLOGÍA	RANKING MOVILIDAD Y TRANSPORTE
19.DALLAS	10	11	78	133	24	7	22	56	27	28
20.VANCOUVER	31	75	43	41	18	6	4	55	43	82
21.MUNICH	41	47	2	3	59	51	35	26	28	14
22.SINGAPUR	25	33	122	24	17	14	105	20	14	13
23.FILADELFA	12	10	110	127	21	9	15	105	18	23
24.TORONTO	17	29	57	81	19	2	60	48	11	42
25.HELSINKI	45	83	1	2	124	8	24	58	38	25
26.VIENA	53	46	47	5	83	26	52	15	31	8
27.ESTOCOLMO	32	60	60	8	79	19	55	35	32	11
28.OSLO	28	110	16	10	95	65	5	61	37	19
29.AUCKLAND	51	96	39	19	39	20	10	79	25	51
30.OTTAWA	52	127	9	31	22	1	37	112	19	119
31.HOUSTON	6	14	81	144	15	7	130	72	6	117
32.BRUSELAS	44	48	33	69	80	27	31	31	36	21
33.BARCELONA	79	27	97	65	69	24	46	6	55	10
34.MADRID	70	45	89	54	49	33	58	12	63	5
35.FRANCFORT	48	38	62	11	75	73	57	44	42	2
36.DUBLIN	23	66	123	22	57	17	39	33	30	46

## Artículos

RANKING ÍNDICE GLOBAL	RANKING ECONOMÍA	RANKING CAPITAL HUMANO	RANKING COHESIÓN SOCIAL	RANKING MEDIO AMBIENTE	RANKING GESTIÓN PÚBLICA	RANKING GOBERNANZA	RANKING PLANIFICACIÓN URBANA	RANKING PROYECCIÓN INTERNAC.	RANKING TECNOLOGÍA	RANKING MOVILIDAD Y TRANSPORTE
37.LONDRES(CAN)	24	36	145	30	28	10	23	36	76	132
38.MONTREAL	33	63	51	57	32	6	38	60	60	125
39.HONGKONG	22	20	131	62	71	13	153	3	10	92
40.FÉNIX	21	17	100	123	27	28	19	117	45	81
41.HAMBURGO	59	54	49	13	70	22	74	76	44	35
42.BASILEA	36	73	18	6	36	49	59	107	130	66
43.MANCHESTER	46	24	19	59	67	16	79	98	145	29
44.MILÁN	61	37	88	68	72	58	11	39	33	57
45.PRAGA	126	93	5	12	113	100	25	19	95	31
46.GLASGOW	47	32	58	52	93	12	32	113	49	102
47.BIRMINGHAM	43	35	10	38	130	5	63	144	118	80
48.LIVERPOOL	39	43	15	35	129	12	71	131	93	79
49.VALENCIA	95	57	52	21	106	42	16	69	52	47
50.FLORENCIA	87	51	26	46	104	50	18	24	79	105
51.STTUTGART	42	67	32	16	114	45	61	77	89	39
52.COLONIA	63	56	42	48	131	56	20	53	59	59
53.MIAMI	16	18	114	119	9	53	90	40	80	85
54.TALLIN	71	131	13	4	121	87	45	64	35	55

RANKING ÍNDICE GLOBAL	RANKING ECONOMÍA	RANKING CAPITAL HUMANO	RANKING COHESIÓN SOCIAL	RANKING MEDIO AMBIENTE	RANKING GESTIÓN PÚBLICA	RANKING GOBERNANZA	RANKING PLANIFICACIÓN URBANA	RANKING PROYECCIÓN INTERNAC.	RANKING TECNOLOGÍA	RANKING MOVILIDAD Y TRANSPORTE
55.LYON	60	40	14	58	90	31	91	90	48	69
56.OSAKA	40	26	27	63	50	81	109	81	41	54
57.GOTEMBURGO	35	105	59	17	154	34	36	96	67	88
58.MÁLAGA	123	42	117	55	117	42	41	8	39	56
59.EINDHOVEN	50	52	82	51	156	29	17	95	29	159
60.LA CORUÑA	100	16	128	23	167	77	6	21	51	118
61.NIZA	67	55	36	56	125	80	26	54	81	84
62.LISBOA	72	79	71	33	86	32	106	38	102	44
63. LINZ	98	167	22	7	159	35	40	59	57	109
64.TAIPÉI	103	31	25	168	26	38	95	28	20	53
65.DUBAI	102	104	31	115	3	52	155	16	65	43
66.ABU DABI	15	176	55	108	5	61	158	101	13	68
67.SEVILLA	99	50	67	26	126	68	69	47	50	89
68.BUDAPEST	122	100	65	47	160	70	21	42	77	36
69.BILBAO	74	72	63	49	153	30	34	83	123	75
70.ROTTERDAM	55	82	50	50	122	47	50	130	58	120

FUENTE: Adaptado de Berrone *et al* (2016).

Desde el punto de vista de la sostenibilidad tanto medioambiental como económico-social, atenderíamos a las dimensiones cohesión social, medio ambiente y planificación urbana, considerándose como las ciudades más sostenibles las siguientes:

- Helsinki, que aunque ocupa la posición 25 en el ranking global, en cohesión social es la 1ª, en medio ambiente la 2ª y en planificación urbana la 24ª.
- Copenhague, que ocupando el puesto 11º, se encuentra a la cabeza en planificación urbana al ostentar el primer puesto, en cohesión social siendo la 3ª y en medioambiente siendo la 15ª.
- Zurich, ocupa el puesto 14, pero es la 1ª en la dimensión medio ambiente, y la 8ª en cohesión social.
- Ginebra, detentando el puesto 9ª, es una de las más sostenibles y equilibradas, siendo la 9ª en medio ambiente, la 12ª en cohesión social y la 9ª en planificación urbana.

En cambio, Nueva York, aun siendo la primera del ranking en términos globales, no sería una ciudad sostenible al estar mal posicionada en cohesión social (puesto 161), medio ambiente (puesto 93) y planificación urbana (puesto 68).

Respecto a las ciudades españolas, la que ocupa mejor puesto en el ranking es Barcelona (puesto 33), pero es poco sostenible al ser la 97ª en cohesión social, la 65ª en medio ambiente y la 46ª en planificación urbana. En cambio, otras como Málaga (puesto 58 del ranking), Valencia (puesto 40 del ranking) o La Coruña (puesto 60 del ranking), son más sostenibles al detentar mejores posiciones en dimensiones como medio ambiente (Valencia es la 21ª, La Coruña la 23ª y Málaga la 55ª) y planificación urbana (La Coruña es la 6ª, Valencia la 16ª y Málaga la 41ª).

A la vista de estos resultados, se llega a la conclusión de que debemos definir el modelo de ciudad que queremos y sobre la base de qué elementos buscar la diferenciación, y si se trata de un destino turístico que aspiramos a que sea sostenible debemos atender principalmente a las siguientes variables:

- Medio ambiente.
- Cohesión social.
- Planificación urbana.
- Movilidad y transporte, con especial hincapié en la accesibilidad.
- Economía, en tanto en cuando es necesaria una viabilidad económica para sobrevivir, aunque potenciando la economía local.

Respecto a las tecnologías y las economías colaborativas que emergen gracias en parte al desarrollo de las TICs, recomendar el control de las mismas, especialmente en el sector de alojamiento, pues pueden dar lugar a un aumento incontrolado de la capacidad de carga del destino, así como a una competencia desleal en algunos casos con respecto a la oferta reglada de alojamientos.



## 6. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Frente a la visión puramente materialista de la empresa, actualmente encontramos movimientos como el de la Nueva Economía cuyo objetivo es la sostenibilidad y paralelamente la mejora de las vidas de las personas con métodos colaborativos. Esta denominada Nueva Economía engloba entre otros los siguientes aspectos: Economía del Bien Común, Economía Colaborativa, Economía Verde, Economía Azul o Economía de la Felicidad, y el sector turístico participa de todos ellos, lo que unido a la aparición de movimientos antiturismo en ciudades líderes en turismo, ha motivado la realización de este trabajo.

Desde un planteamiento integral, se ha abordado la problemática de la gestión sostenible tanto de las empresas como de los destinos turísticos.

En relación a las empresas turísticas, se ha verificado la hipótesis de la conveniencia de una gestión sostenible, no solo por una cuestión de marketing o de altruismo, sino porque tras un estudio empírico se ha confirmado que las empresas turísticas que desarrollan una gestión sostenible estando indexadas en el DJSI ven mejorados en el tiempo sus resultados de explotación, tal y como se refleja en la mejora de su EBITDA durante el periodo considerado en la investigación.

Respecto a los destinos, basando nuestro estudio en el índice IESE Cities in Motion, llegamos a la conclusión de que no existe un modelo de éxito único, siendo necesario previamente definir qué tipo de ciudad se desea desarrollar para diferenciarnos de la competencia, si bien de acuerdo con los parámetros de la nueva economía y con las dimensiones analizadas en este índice, los destinos más sostenibles son los que apuestan por la gestión medioambiental, la cohesión social, la correcta planificación urbana, la movilidad y el transporte con especial hincapié en la accesibilidad y la potenciación de las economías locales, todo ello con el control de las economías colaborativas que en determinados casos generan un aumento incontrolado de la capacidad de carga del destino y una competencia desleal para los alojamientos reglados.

Este trabajo adolece de limitaciones tales como haber elegido como muestra para el estudio empírico solo las empresas turísticas indexadas en el DJSI. En futuras líneas de investigación se ampliará este estudio empírico con una muestra mayor de empresas y para un periodo temporal más largo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERRONE, P.; CARRASCO, C.; DUCHT-FIGUERAS, A.I.; RICART, J.E.; VOLKHAUSEN, N. (2016), *Índice IESE Cities in Motion*. IESE Business School. Universidad de Navarra.
- CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE (2000), Centro de Investigaciones Ambientales de la Comunidad de Madrid Fernando González Bernáldez. Madrid
- GARZ, H.; VOLK, C. Y GILLES, M. (2002), *More gain than pain: sustainability pays off*. Westlb panmure.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (2015), *Sustainability reporting guideline*. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). Amsterdam.
- GUNTER, P. (2015), *Economía azul*. Ed. Tusquets editores. Barcelona.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO DE ESPAÑA (2015), *Plan nacional de ciudades inteligentes*. Ciudades inteligentes. Agenda digital para España. [www.minetad.gob.es](http://www.minetad.gob.es). Madrid.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (1987), *Our common future*. Oxford university press.
- WORLD BUSINESS COUNCIL ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT (1998), *Stakeholder dialogue on CSR*. Países bajos.
- FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD (2007), <http://www.empresaysociedad.org/feys/es/laaccionsocial/fasesas.htm> [fecha de consulta: 15 de marzo de 2017]
- ROBECOSAM (2017), *The sustainability yearbook 2017*, <https://yearbook.robecosam.com/>, [fecha de consulta: julio de 2017]
- 4-TRADERS (2017), [www.4-traders.com](http://www.4-traders.com) [fecha de consulta: julio de 2017].
- MARKETWATCH (2017), [www.marketwatch.com](http://www.marketwatch.com) [fecha de consulta: julio de 2017].
- WYNDHAM WORLDWIDE (2017), [www.wyndhamworldwide.com](http://www.wyndhamworldwide.com) [fecha de consulta: julio de 2017].
- ANA HOLDINGS (2017), [www.ana.co.jp/group/](http://www.ana.co.jp/group/) [fecha de consulta: julio de 2017].

# Aviación responsable: un análisis descriptivo de la sostenibilidad de las principales líneas aéreas que operan en Canarias

Ana Isabel Rodríguez Falcón

Grado en Turismo y Master en Marketing y Comercio Internacional por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Actualmente, Marketing Assistant en Domingo Alonso Group.

María de la Cruz Déniz Déniz<sup>1</sup>

Profesora Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Responsable de la línea de investigación “La performance social corporativa: implicaciones organizativas y de gestión” dentro del grupo de investigación “Dirección de marketing, RSC y Empresa Familiar”.

[mariadelacruz.deniz@ulpgc.es](mailto:mariadelacruz.deniz@ulpgc.es)

## RESUMEN

**E**l sector de las aerolíneas está recibiendo una atención notable debido a su papel en el desarrollo del turismo y a sus significativos impactos ambientales y sociales. De ahí el creciente interés por el alcance y la eficacia de los esfuerzos emprendidos por las compañías aéreas para mitigar sus impactos negativos y contribuir al desarrollo sostenible. No obstante, la adopción de criterios de sostenibilidad por parte del sector ha sido relativamente lenta si tenemos en cuenta la información ofrecida por las aerolíneas en relación con su responsabilidad con el entorno. Por tanto, la adopción de iniciativas de sostenibilidad en el sector de las líneas aéreas es cuanto

menos desconocida. El análisis descriptivo de la información publicada por una muestra de importantes compañías aéreas nos permite concluir que existe aún una importante agenda de trabajo en materia de sostenibilidad en dicho sector puesto que en muchas de las cuestiones que ésta comprende se entrevén deficiencias importantes.

## PALABRAS CLAVE

sostenibilidad, responsabilidad social corporativa, aerolíneas, informes de sostenibilidad, estrategia de respuesta social.

## CÓDIGO JEL

M14, M21

## RESPONSIBLE AVIATION: A DESCRIPTIVE ANALYSIS OF THE SUSTAINABILITY OF THE MAIN AIRLINES OPERATING IN THE CANARY ISLANDS

### ABSTRACT

The airlines industry is receiving a remarkable attention because of their important role in tourism development and its significant environmental and social impact. Hence the growing interest in the scope and effectiveness of the efforts undertaken by airlines to mitigate their negative impacts and contribute to sustainable development. However, the establishment of sustainability criteria by the airlines has been relatively slow if we consider the information they annually provide related to their social responsibility. Therefore, the adoption of sustainability initiatives in the airlines industry is at least unknown. A descriptive analysis of the information published by a sample of important airlines allow us to propose an extensive work agenda at this industry because deficiencies are observed related to many sustainability questions.

### KEY WORDS

sustainability, corporate social responsibility, airlines, sustainability reports, corporate responsiveness strategy.

### JEL CODES

M14, M21

## 1. INTRODUCCIÓN

Las crisis económicas que han impactado en la sociedad europea han provocado una pérdida de credibilidad empresarial. La sociedad reclama cada vez más información sobre la actividad de las empresas a todos los niveles, así como de las repercusiones de su actividad en el medio ambiente. Actualmente, el debate se centra en cuál debe ser el grado de implicación de la empresa con sus accionistas, sus trabajadores, sus clientes, sus proveedores y con la comunidad donde actúa (Fernández, 2005).

En consecuencia, en los últimos años, una cantidad importante de empresas ha comenzado a informar sobre sus resultados. Muchas investigaciones sugieren que la elaboración de informes de responsabilidad social corporativa (RSC) tiene impactos muy positivos, entre los que se incluye la mejora de la reputación de la empresa, una mayor confianza por parte de los empleados y un aumento en la satisfacción de los clientes. Algunas investigaciones lo sitúan incluso como una variable que puede influir positivamente en la rentabilidad de la empresa (Chang *et al*, 2015).

En este contexto, lo que hace que la aplicación de los programas de RSC en la industria de las aerolíneas sea un tema particularmente interesante para la investigación es la naturaleza altamente competitiva de la industria y lo contaminante de la actividad que se desarrolla en la misma. Centrándonos en la intensidad competitiva, ésta se debe, entre otras razones, a la alta sensibilidad al precio de los clientes y a su deseo de obtener un buen servicio, así como a la gran saturación del sector en la medida en que conviven múltiples operadores en el mismo. Con el fin de competir en el mercado, las empresas tienen que ser rentables y proporcionar el mejor servicio posible. Esto, sin embargo, resulta complicado debido a los altos costes operativos que soporta el sector (Anttila y Kretzschmar, 2010).

La adopción de un enfoque de gestión socialmente responsable por parte de estas empresas, en el que se integren objetivos económicos y sociales, contribuiría a otorgarle a las mismas una ventaja competitiva sostenida y sostenible en un entorno general cada vez más dinámico y exigente y en un entorno sectorial caracterizado, como ha sido ya mencionado, por una alta rivalidad. El objetivo del presente estudio se centra en conocer los planes de sostenibilidad publicados por algunas de las principales aerolíneas que operan a nivel internacional, nacional y regional. El número de aerolíneas que informan sistemáticamente sobre responsabilidad social es muy bajo en relación con el tamaño del sector. Según la información actualmente pública, menos de 10 aerolíneas en todo el mundo han realizado ese esfuerzo informativo (Cowper y de Grosbois, 2011); de ahí el interés del presente estudio descriptivo.

El trabajo se estructura en los siguientes apartados. En primer lugar, se expone la delimitación conceptual de la RSC y su contextualización en el sector de las aerolíneas. Seguidamente, se plantea la selección de la muestra de empresas a analizar y la metodología de trabajo que nos ha permitido observar, a través de la información publicada, el comportamiento social de un conjunto representativo de aerolíneas que operan en Canarias. Finalmente, se plantean una serie de conclusiones incluyendo algunas recomendaciones en términos de la formulación e implantación de objetivos de RSC, así como del control de sus resultados.

## 2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL DE LA RSC Y SU APLICACIÓN AL SECTOR DE LA AVIACIÓN

### 2.1. RSC: dimensiones, principios, actuaciones y resultados

La Comisión Europea define la Responsabilidad Social de las Empresas como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores». Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. De esta manera, las organizaciones pueden aumentar la competitividad y tener también un impacto directo en la productividad (Libro Verde, 2001).

Atendiendo a los principios que propone el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (*Global Compact*) y la guía de elaboración de informes de sostenibilidad o RSC de la *Global Reporting Initiative* (GRI), los pilares principales de la RSC comprenden:

- Aspectos Económicos: rentabilidad, productividad, I+D+i, cuota de mercado, impactos económicos indirectos, etc.
- Derechos Humanos: no discriminación, libertad de asociación, no explotación infantil ni trabajos forzados, prácticas de seguridad, derechos de los indígenas.
- Derechos Laborales: empleo, relación empresa/trabajadores, salud y seguridad en el trabajo, formación, igualdad de oportunidades.
- Derechos Sociales: relaciones con la comunidad, corrupción, política pública, competencia desleal.
- Medio Ambiente: impactos de/en materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, vertidos, residuos, productos y servicios, transportes.

Transversal a todos ellos está el cumplimiento de la normativa y la actuación bajo criterios éticos.

Por su parte, la literatura sobre RSC y sostenibilidad también propone una serie de dimensiones de la RSC entre las que destacan las expuestas por Carroll (1991), quien sugiere que existen 4 dimensiones que conforman el concepto de RSC: económica, legal, ética y filantrópica o discrecional (véase Figura 1). En definitiva, la responsabilidad social corporativa de la empresa implica el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales.

Si bien es importante conocer las dimensiones o categorías en que la empresa es responsable, también lo es hacer hincapié en los principios o motivaciones que mueven a la empresa a actuar de forma responsable y sostenible. En este sentido, podemos distinguir entre principios estructurales (a nivel institucional, organizativo o individual) y normativos de RSC (ética

utilitarista, de la justicia, de la equidad, del bien común o de la virtud) (Wood, 1993), que son de particular relevancia para todas las empresas y particularmente para las que operan en un entorno internacional (Cavusgil *et al*, 2014).

**Figura 1. Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa**



Fuente: Carroll (1991)

Estos principios, tanto estructurales como normativos, han tratado de ser recogidos por instituciones internacionales a través de las conocidas “hipernormas”, de aplicación a las empresas de cualquier sector de actividad. Así por ejemplo, destacan la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Principios del Pacto Mundial (*Global Compact*-ONU), los Principios sobre empresas multinacionales establecidos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las Normas de la *International Standard Organization* (e.g., ISO 9000, ISO 14000, ISO 26000), o la propia *Global Reporting Initiative* (GRI).

Por su parte, también existen acuerdos implícitos o explícitos que tienen lugar entre los miembros de una comunidad específica y que reflejan la complejidad contextual de las situaciones específicas de negocio (Fort, 2000). Así, en el caso del sector de la aviación los principios estructurales y normativos específicos se recogen a través de las directrices de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), que es una asociación comercial que representa 275 líneas aéreas y un 83% del tráfico aéreo mundial. Esta organización ofrece apoyo en muchas de las áreas de la actividad de la aviación y ayuda a formular políticas en asuntos críticos para la citada industria. La IATA recoge cuestiones relacionadas con la aviación sostenible, incluida la seguridad, el cambio climático, el ruido de los aviones y la calidad del aire local (IATA, 2017).

Otra organización de gran relevancia en la industria de la aviación es la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI). Se trata de un organismo especializado de las Naciones Unidas que trabaja con los 191 estados signatarios de la convención, así como con las organizaciones mundiales de la industria de la aviación para desarrollar estándares internacionales y prácticas recomendadas. En su continua misión de apoyar y facilitar una red mundial de transporte aéreo que satisfaga o supere las necesidades de desarrollo social y económico y ofrezca una conectividad más amplia de empresas y pasajeros en todo el mundo, la OACI tiene los siguientes objetivos fundamentales: seguridad operativa, capacidad y eficiencia de la navegación aérea, desarrollo económico del transporte aéreo y protección del medio ambiente (OACI, 2017).

La adhesión de las compañías aéreas a estas hipernormas generales y a las directrices específicas de su sector de actividad supone el reconocimiento de su compromiso social ante los grupos de interés.

Los principios anteriormente comentados deben ser puestos en práctica por parte de las empresas para poder valorar a las mismas por sus acciones y comportamientos, es decir, por su respuesta social corporativa. Las acciones de respuesta social corporativa propuestas en la literatura son susceptibles de ser agrupadas en un modelo integrador (véase Figura 2) que se corresponde con un proceso estratégico de toma de decisiones (Déniz y García, 2002; Olcese, 2008).

**Figura 2. Proceso de Respuesta Social Corporativa**

Figura 3.-Proceso de respuesta social corporativa .



Fuente: Déniz y García (2002)

Fuente: Déniz y García (2002)



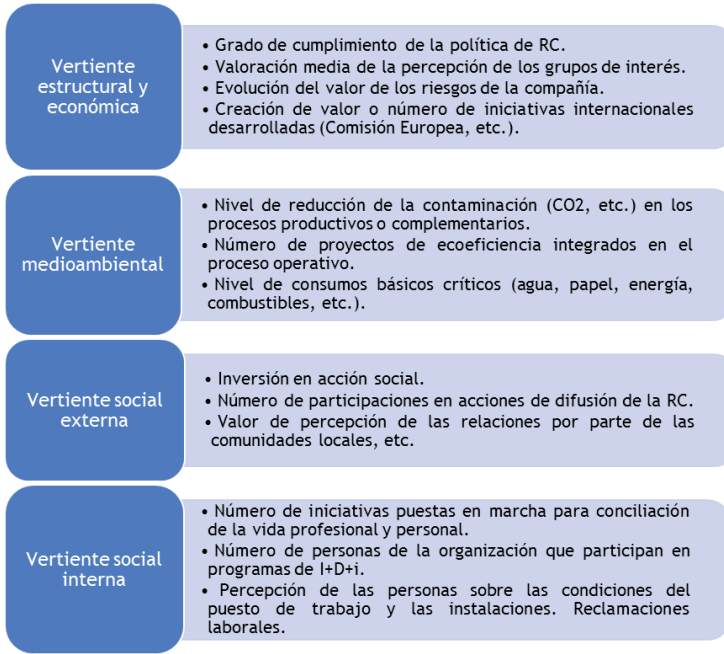
La teoría de los grupos de interés postula que la capacidad de una empresa para generar una riqueza sostenible a lo largo del tiempo y, con ello, su valor a largo plazo viene determinado por sus relaciones con sus grupos de interés, de ahí la importancia para la empresa de *analizar dicho entorno de grupos de interés*. En el estudio que nos ocupa, los grupos de interés de mayor importancia en el sector aéreo son: accionistas, socios, clientes, empleados, sindicatos, autoridades públicas, distribuidores, industria del transporte, asociaciones de vecinos, inversores, accionistas, proveedores, colectividades locales, gobiernos, actores económicos territoriales, comunidad científica, universidades, expertos, ONGs humanitarias y medioambientales, entre otros (Gebel, 2003).

Por su parte la *definición de la postura social corporativa* pretende consolidarse en un conjunto de principios o valores que hacen que la empresa adquiera una cultura distintiva. Habitualmente se conocen como códigos de conducta, y se trata de herramientas que contribuyen a la interiorización de los valores organizativos y la concreción de las pautas de comportamiento que han de seguir los integrantes de una empresa en sus relaciones con los diferentes grupos de interés y respecto a algunos temas especialmente sensibles (Olcese, 2008).

Así mismo, la empresa debe proponer un programa de acciones para cada área funcional involucrada en el logro de los objetivos sociales. Estos programas darán lugar a varios proyectos a los que la empresa asignará prioridades de acuerdo con su contribución al logro del objetivo social. Los objetivos deben desplegarse a través de hitos temporales, cuya secuencia y logro individualizado concluyan en el éxito global. Este despliegue se materializa en planificaciones y programaciones a largo, medio y corto plazo, y es necesario especificar el contenido, los recursos y la persona que está a cargo de los proyectos (Wood, 1993). Con la *formulación e implantación de objetivos* surge la necesidad de establecer algún tipo de sistema de medición, que evidencie cómo se gestiona la RSC en las empresas y los resultados que éstas están obteniendo. Guías como el *Global Reporting Initiative* (GRI) proponen múltiples indicadores que la empresa puede utilizar para conocer cómo se desarrolla en los aspectos relacionados con el medio ambiente, la acción social, las relaciones con sus empleados, etc. Algunos de estos indicadores se muestran en la figura 3. La implantación de la RSC incorpora decisiones de estructura organizativa, presupuestos, asignación de personas, motivación, recompensas del personal, sistemas de información y liderazgo gerencial.

Por su parte, los sistemas de medición y *control de la RSC* facilitan la implantación de la estrategia de responsabilidad y sostenibilidad de la compañía, la alineación de la organización con los nuevos retos, riesgos y oportunidades, y la difusión del valor generado al adoptar los principios de RSC, tanto a nivel interno, lo que refuerza el convencimiento para seguir avanzando; como a nivel externo, lo que pone en valor los atributos y logros de RSC de la compañía (GRI, informe de estándares G4).

**Figura 3. Indicadores de RSC**



Fuente: *Global Reporting Initiative* (2016)

El proceso de respuesta social corporativa es deseable que produzca una serie de resultados (reputación, lazos de capital social, costes, etc.). Los resultados de la respuesta social corporativa son el indicador final de cómo la empresa se adapta a su entorno y de su habilidad para cumplir las expectativas sociales. Estos resultados no son siempre controlables, pero sí son cruciales a la hora de determinar si las expectativas han sido alcanzadas (Wood, 1993).

## 2.2. La Responsabilidad Social Corporativa en el sector de la aviación

En los últimos 20 años la concienciación sobre los impactos ambientales de la actividad empresarial ha aumentado significativamente. De forma más específica, la atención se ha centrado en sectores tales como la industria del turismo. Este sector, aunque potencialmente trae beneficios económicos y sociales a los destinos, también puede tener impactos económicos, sociales y ambientales negativos importantes. Dadas las previsiones de un importante crecimiento futuro del volumen de turismo, existe una creciente presión sobre las empresas turísticas para que implanten iniciativas de sostenibilidad. Dentro de la industria del turismo, el sector aéreo está recibiendo una atención notable, tanto del público como de la academia, debido a su papel en el desarrollo del turismo y sus impactos ambientales y sociales significativos. Por lo tanto, existe un creciente interés por el alcance y la eficacia de

los esfuerzos emprendidos por las compañías aéreas para mitigar sus impactos negativos y contribuir al desarrollo sostenible (Cowper y de Grosbois, 2011).

No se ha profundizado tanto en el estudio de la implantación de la RSC en otros medios de transporte como se ha hecho en el transporte aéreo, especialmente por la más o menos reciente proliferación de las compañías aéreas de bajo coste y su contribución al cambio climático (Coles *et al* 2013). Como resultado, las aerolíneas están sujetas a la presión del mercado para bajar los precios, eliminar algunos de los servicios más costosos y desarrollar un producto más eficiente y competitivo (Lynes and Andrachuk, 2006).

Con un tráfico global que sobrepasó los 7 mil millones de pasajeros en 2015 y que espera duplicarse en 2029, sobre la base de una tasa de crecimiento proyectada de un 5,2% anual, la elaboración de medidas para gestionar ese crecimiento masivo resulta indispensable (Airports International Council, 2016).

En la actualidad hay muy pocas investigaciones sobre la práctica de la responsabilidad social empresarial (RSE) y la presentación de informes al respecto en el sector de las líneas aéreas. La adopción de la RSE por parte de la industria ha sido relativamente lenta, ya que el número de aerolíneas que han informado sistemáticamente sobre responsabilidad social en los últimos 10 años es reducido con relación al tamaño del sector. Según la información actualmente pública, menos de 10 aerolíneas en todo el mundo han realizado ese esfuerzo informativo (Cowper y de Grosbois, 2011). Lynes y Andrachuk (2008) señalan que la RSE en el sector de las líneas aéreas todavía tiene que tomar prominencia en comparación con otros sectores.

Por lo tanto, el estado actual de la adopción de iniciativas de RSE en el sector de las líneas aéreas es en gran parte desconocido. Los pocos estudios disponibles sobre la práctica informativa de las compañías aéreas en materia social indican falta de coherencia debido a los diferentes marcos de medición y estructuras de presentación de informes, lo cual no permite realizar comparaciones entre empresas atendiendo a su desempeño en materia de RSE. Esto ha limitado gravemente la obtención de conclusiones sobre la sostenibilidad de las operaciones de las aerolíneas.

Un informe de sostenibilidad presenta el progreso de los esfuerzos realizados por la empresa para mejorar su relación con la sociedad y trata de comunicar sus logros a los grupos de interés. Sin embargo, las pautas para la preparación de informes de sostenibilidad no siempre se ajustan de manera específica a las diferentes industrias. Por lo tanto, entre tales guías no se incluyen cuestiones específicas relacionadas con el sector de las líneas aéreas (Chang *et al*, 2015).

Tomando como referencia el estudio realizado por Kuo *et al* (2016) sobre las motivaciones y las barreras para realizar informes de RSC por parte de las aerolíneas, se determina que los factores que motivan a las aerolíneas a publicar tales informes están relacionados con: la reputación y el valor de la marca, la conciencia de los empleados sobre la RSC, la comunicación con los grupos de interés, los sistemas de gestión, y la transparencia en el gobierno corporativo. Con respecto a las barreras para informar sobre la RSC, en su mayoría están relacionadas con el esfuerzo que supone en términos de tiempo, con el hecho de tener que publicar información desfavorable o delicada, y con la recolección de datos fidedignos, entre otras.

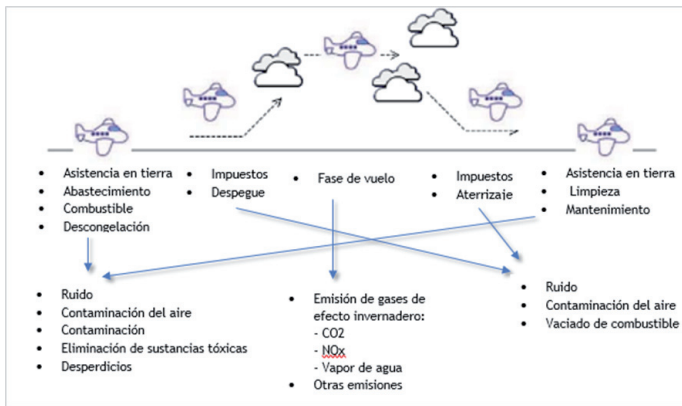
### 2.3. El sector de la aviación y sus impactos

El transporte aéreo se considera a menudo una industria problemática a la luz de sus impactos ambientales, especialmente en términos de su contribución al cambio climático. Como resultado, muchos consideran que la dependencia actual del transporte aéreo es incompatible con la sostenibilidad ambiental (Forsyth, 2011).

Gebel (2003), en su investigación sobre el sector aéreo, considera innegable el impacto negativo de las compañías aéreas en el medio ambiente. Las cuestiones medioambientales en este sector están relacionadas con su actividad principal, el funcionamiento de los aviones: consumo de energía, emisiones y ruido. Este autor resalta que uno de los temas más controvertidos sobre los impactos medioambientales generados por el sector de las aerolíneas es el cambio climático. Este aspecto es particularmente importante para la aviación, junto con el uso de recursos no renovables.

El problema de la sostenibilidad ambiental se ve agravado por el hecho de que el transporte aéreo tiene una capacidad muy limitada para reducir las emisiones en el corto y medio plazo (Goetz y Graham, 2004). La renovación de la flota de aviones es lenta, ya que su vida útil es bastante larga. No hay muchas oportunidades para las tecnologías de ajuste retroactivo, y las flotas todavía utilizan combustibles tradicionales, aunque tal vez más adelante pueda generalizarse el uso de sustitutos renovables (Forsyth, 2011). En la figura 4 se muestran, según Gebel (2003), los impactos medioambientales generados en cada fase del vuelo.

**Figura 4. Impactos ambientales generados durante el vuelo**

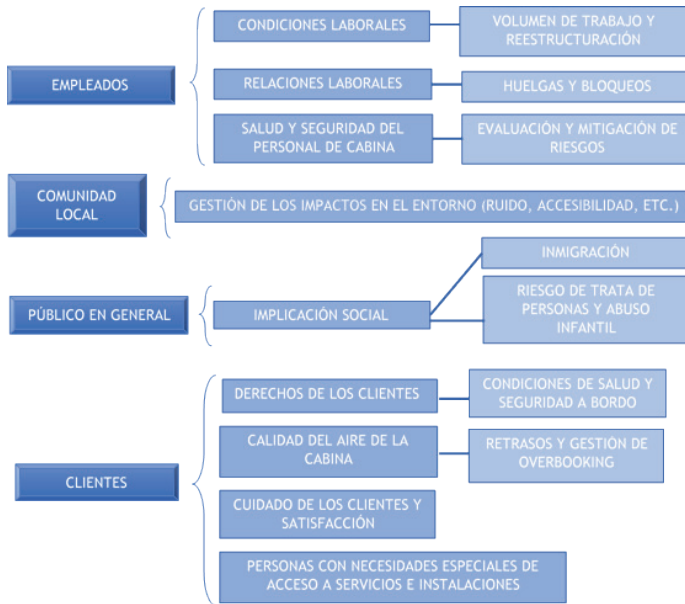


Fuente: Gebel (2003)

En este estudio, Gebel (2003) apunta que la mayoría de los entrevistados del sector reconoce que carecen de una postura social clara y que están trabajando en un concepto para definir los temas más relevantes en materia de sostenibilidad social. Mientras que las cuestiones ambientales fueron frecuentemente enumeradas por los entrevistados en su estudio (ruido,

emisiones, residuos...), las cuestiones sociales sólo fueron mencionadas después de haber sido preguntadas varias veces y con muchos ejemplos. De esta forma, las cuestiones sociales más relevantes que afectan a las aerolíneas en un contexto general se agrupan según se indica en la figura 5.

**Figura 5. Cuestiones sociales que afectan a las aerolíneas**



Fuente: Elaboración propia a partir de Gebel (2003) y GRI (2013)

Estas cuestiones que propone Gebel (2003) fueron contrastadas y recogidas en un documento publicado por el GRI (2013) sobre los impactos más significativos en el sector de las aerolíneas.

A pesar de los impactos medioambientales y sociales generados, el transporte aéreo ofrece al mismo tiempo beneficios sociales y económicos a través del turismo, proporciona movilidad y facilita el transporte alrededor del mundo. El transporte aéreo crea empleos e ingresos y, en términos de beneficios sociales generales, los viajes aéreos hacen que los viajes al extranjero sean accesibles para un número cada vez mayor de personas; aumenta la comprensión de las diferentes culturas y nacionalidades; apoya el desarrollo de sociedades multiculturales; y aumenta la calidad de vida mediante la disponibilidad de bienes a nivel mundial a precios razonables. La industria global del transporte aéreo apoya más de 63 millones de empleos en todo el mundo y contribuye al 3,5% del PIB global (Informe ATAG, 2016).

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. El sector de la aviación en Canarias: población y muestra objeto de estudio

Actualmente en Canarias operan 66 compañías aéreas y hacen trayectos a más de 100 destinos. El aeropuerto de Gran Canaria figura en 6º lugar frente al resto de aeropuertos españoles, con un total de 12.093.645 de pasajeros seguido de Tenerife Sur con más de 10 millones de pasajeros (véase Tabla 1). Estos datos ponen de manifiesto la importancia de este sector en Canarias y la necesidad de investigar si las compañías que operan en sus aeropuertos actúan de forma sostenible y responsable con su entorno.

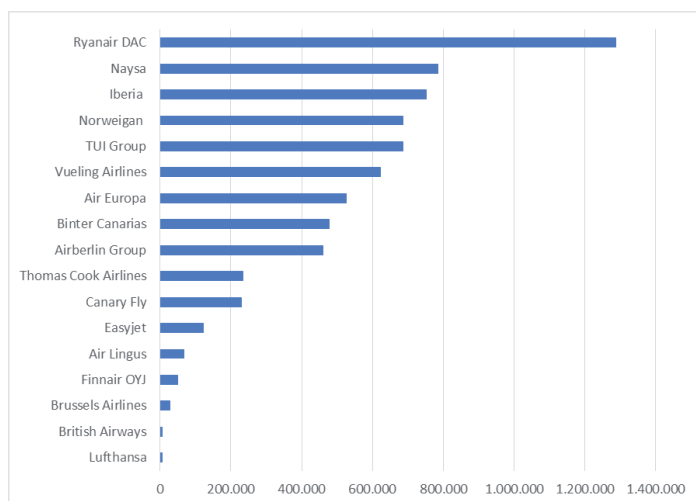
**Tabla 1. Tráfico total acumulado de pasajeros en los principales aeropuertos españoles en el año 2016**

AEROPUERTOS	PASAJEROS	
	TOTAL	Incremento 2015-2016
ADOLFO SUÁREZ MADRID-BARAJAS	50.420.583	7,7%
BARCELONA-EL PRAT	44.154.693	11,2%
PALMA DE MALLORCA	26.253.882	10,6%
MALAGA-COSTA DEL SOL	16.672.776	15,7%
ALICANTE-ELCHE	12.344.945	16,7%
GRAN CANARIA	12.093.645	13,8%
TENERIFE-SUR	10.472.404	14,9%
IBIZA	7.416.368	14,5%
LANZAROTE	6.683.966	9,1%
VALENCIA	5.799.104	14,7%
FUERTEVENTURA	5.676.817	12,9%
SEVILLA	4.624.038	7,3%
BILBAO	4.588.265	7,3%
TENERIFE-NORTE	4.219.191	10,6%
MENORCA	3.178.612	10,8%

Fuente: AENA (2017)

A través de AENA se ha recabado información sobre cuáles son las principales compañías aéreas que operan en Canarias. De las 66 compañías aéreas con presencia en el archipiélago, 17 de ellas son responsables del mayor tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Gran Canaria, aeropuerto que hemos tomado como referencia para la elección de la muestra de compañías objeto de estudio (véase gráfico 1).

**Gráfico 1. Tráfico total de pasajeros por compañía en el aeropuerto de Gran Canaria en 2016.**



Fuente: AENA (2017)

De entre las aerolíneas representativas del mayor nivel de tráfico aéreo en el aeropuerto de Gran Canaria se han seleccionado para este estudio: 2 compañías regionales (Binter y CanaryFly), y 13 compañías que operan en el nivel internacional (Norwegian, EasyJet, Ryanair, Vueling, Air Berlin, Brussels Airlines, Finnair, Thomas Cook, Fly Emirates, Air Europa, British Airways, Lufthansa y Air France).

La compañía Fly Emirates, a pesar de no contribuir de forma relevante al tráfico aéreo en las islas, ha sido incluida en el estudio porque representa adecuadamente a este sector a nivel internacional y supone un referente importante en lo que a la elaboración de informes de RSC se refiere.

La metodología de trabajo utilizada para el análisis de los esfuerzos en RSC de las aerolíneas seleccionadas fue la siguiente:

- Identificar las páginas web de las compañías aéreas y comprobar si contienen información sobre las actividades de responsabilidad social corporativa que realizan, o si publican informes de sostenibilidad y tales documentos han sido recogidos también en dichas páginas. Se tomaron en cuenta los últimos tres informes de sostenibilidad publicados por las compañías así como toda la información disponible en la web corporativa en relación con la RSC.

- Analizar la información disponible identificando una serie de parámetros que determinan cuál es el nivel de implicación de estas empresas con la RSC. Entre estos parámetros se encuentran: el análisis del entorno de grupos de interés, el grado de adhesión a las hipernormas, la definición de la postura social corporativa, la formulación de objetivos, la implantación y el control, así como los resultados derivados de dicha RSC.
- Comparar los informes de las diferentes líneas aéreas seleccionadas y ver su posición en materia de sostenibilidad.

## 4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS: LA RSC DE LAS AEROLÍNEAS QUE OPERAN EN CANARIAS

Según la información obtenida a través de los informes de RSC disponibles de las aerolíneas analizadas o de la web corporativa de cada compañía, a continuación se expone la información relativa a los diferentes elementos del proceso de RSC y sus resultados que determinarán cuál es la posición en la que se encuentran tales aerolíneas en materia de RSC.

### 4.1. Proceso de respuesta social de las principales aerolíneas que operan con Canarias

#### **Análisis del entorno de grupos de interés**

En el ámbito de los operadores regionales apenas existe información acerca de los grupos de interés a los que se dirigen, matizando en este caso la breve información aportada por la compañía Binter Canarias. A través de las noticias publicadas en diferentes medios, se observa una predisposición de la empresa a favorecer a distintos colectivos en riesgo de exclusión, o a otros grupos tales como la población infantil o aquellos a los que se dirige por intermediación del Instituto Canario de Hemodonación.

En cuanto a las compañías que operan mayoritariamente en el continente europeo, podemos observar una clara orientación hacia clientes y empleados. Si bien es verdad que algunas abarcan un mayor rango de grupos que otras, en general dejan claro a qué grupos se dirigen y cómo se relacionan con estos. Se debe matizar que, en el caso de Ryanair, no existe una mención explícita hacia los clientes como grupo de interés, pero más adelante se observa que existen objetivos dirigidos a este grupo.

Además, la gran mayoría de las compañías también se dirigen a grupos de interés como proveedores o accionistas, exceptuando Brussels Airlines y Norwegian, en los que no se hace mención alguna a los mismos.

En el caso de Finnair, Lufthansa y Vueling se advierte una amplia enumeración de grupos de interés que van desde gobiernos y autoridades hasta medios de comunicación, el sector aéreo, o la comunidad científica, entre otros. Esto denota una mayor exhaustividad por parte



de estas empresas en el análisis de su entorno de grupos de interés, yendo incluso más allá a la hora de integrar grupos sociales específicos, como hace Finnair con la población infantil, el colectivo de mujeres enfermas de cáncer, o comunidades locales en Madagascar, por ejemplo (con las que existe una colaboración continua a través de la reforestación de espacios rurales, mejorando no sólo las oportunidades para dichas comunidades sino también ayudando en la regeneración de biodiversidad en el territorio).

Entre todas estas compañías, Finnair es la única que aporta información sobre sus grupos de interés específicos, estableciendo un nexo entre los mismos y la manera en la que se dirigen a ellos.

Por último, y en relación con las compañías que operan a nivel intercontinental, estas establecen un mayor rango de grupos de interés, siendo Air France y Lufthansa las que identifican un mayor número de ellos. British Airways puede considerarse también como una de las compañías que se dirige a un mayor número de grupos de interés. De entre ellas, las compañías que mayor información proveen y realizan un análisis más exhaustivo de sus grupos de interés son British Airways y Lufthansa, refiriéndose a las medidas que adopta la compañía para atender a dichos grupos. Esto demuestra que gran parte de las aerolíneas declaran orientarse a un gran número de grupos pero sin especificar el tipo de relación que mantienen con estos y si realmente responden a sus necesidades y preocupaciones, su análisis se limita simplemente a una enumeración de los mismos.

En líneas generales, existe una relación entre el tamaño de la empresa y su nivel de dedicación al análisis de sus grupos de interés, viéndose aparentemente menor interés por parte de las compañías regionales.

A medida que se expande el nivel de actuación de la empresa (regional, intracontinental e intercontinental), mayor es el nivel de dedicación declarada. Por ejemplo, como ya se ha mencionado anteriormente, las empresas europeas se encuentran a un nivel superior que las compañías regionales en cuanto al análisis de su entorno de grupos de interés, pero inferior a las intercontinentales; a excepción de Finnair, que podría estar a la par con otras compañías como Air Europa o Air France.

### **Adhesión a hipernormas**

En el conjunto insular se percibe escasa información publicada en cuanto a hipernormas adoptadas se refiere. En este caso, únicamente Binter Canarias está adherida a las directrices de la IATA, asociación a la que están adheridas la gran mayoría de compañías aéreas. Debido a la carencia de información al respecto no se puede llegar a conocer con certeza el número de hipernormas a las que se adhiere Binter. Sin embargo, Canaryfly, a pesar de que no dispone de muchos datos, sí publica en su web que se adhiere a las directrices de la IATA, la OACI y algunas normas ISO.

En cuanto a las compañías europeas, todas manifiestan tener entre sus principios la Declaración Universal de los Derechos Humanos (a excepción de Air Berlin y Brussels Airlines), ade-

más de declararse adheridos a la Declaración sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Respecto a la IATA, de la que se habló en el epígrafe 2, se tiene constancia de la adhesión de muchas de las compañías aéreas a las directrices de esta asociación, si bien es verdad que muchas de las mismas no poseen información al respecto en sus informes o en su página web, como Norwegian, Ryanair, EasyJet, Brussels Airlines o Thomas Cook.

Por otro lado, entre las normas ISO adoptadas por las aerolíneas se encuentran: la ISO 14001 (adoptada por la mayoría y que se aplica al sistema de gestión ambiental), ISO 31000 (gestión de riesgo), ISO 9001 (sistema de gestión de calidad), ISO 14064 (verificación de emisiones de gases de efecto invernadero) y la ISO 50001 (sistema de gestión energético), entre otras.

Lufthansa, British Airways, Air Europa y Air France son las aerolíneas que más normas ISO adoptan y, en consecuencia, denotan una mayor preocupación por el medio ambiente, por los derechos de los trabajadores y por la gestión de la calidad. Esto puede afectar de forma positiva a la atención a sus grupos de interés.

Por otro lado, el GRI y el *Global Compact* de las Naciones Unidas son iniciativas de sostenibilidad corporativa a las que están adheridas 4 de las compañías analizadas.

A modo de conclusión, a nivel macrosocial se extrae que en líneas generales las aerolíneas en su mayoría están adheridas a: normas ISO, GRI, *Global Compact*, declaración universal de los derechos humanos, o directrices de la ONU sobre empresas y derechos humanos. Otras normas que se aplican en menor medida son las recomendaciones sobre políticas de las multinacionales de la OCDE o la EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad).

A nivel microsocia, como ya se mencionó anteriormente, la mayoría de las compañías están adheridas a la IATA y a la OACI y, en menor medida, encontramos algunas como Vueling, Air France o Finnair adheridas a la AEA (Asociación de Aerolíneas Europeas) que se encarga de asegurar un crecimiento sostenible de la industria en el marco europeo.

### **Definición de la Postura Social Corporativa**

A nivel regional no se ha encontrado información relativa a este apartado. Sin embargo, tal y como se pudo apreciar en el panel de noticias que expone la compañía Binter, esta colabora con organismos de carácter social.

En general, la mayoría de las aerolíneas acotadas al ámbito internacional e intercontinental mantienen compromisos con los grupos de interés anteriormente reflejados. Destacan, entre ellos, el alto interés en los derechos de los empleados (no discriminación, igualdad de género, seguridad laboral...), compromiso con el cliente, la seguridad, el elevado compromiso con iniciativas destinadas a países en vías de desarrollo y el medioambiente, dado el impacto negativo potencialmente generado por las actividades de estas compañías. No obstante, Air Berlin y Brussels Airlines presentan una postura bastante escueta referida simplemente a los accionistas, consumidores y empleados.

Por otro lado, Lufthansa, Emirates, Air Europa y Air France, son las que tienen una descripción más detallada en cuanto a su postura social.

Por último, es preciso señalar las siguientes cuestiones: Finnair, Norwegian y Vueling son las únicas aerolíneas que declaran una postura de anticorrupción y soborno; el Grupo Internacional Airlines establece un plan de acción referido a los impactos que provoca sobre la sociedad, medioambiente y la economía; Thomas Cook y Air Europa manifiestan su preocupación por la explotación sexual infantil; y, por último, Lufthansa ha desarrollado un plan de seguridad tras el accidente de Germanwings (perteneciente al grupo IAG).

### **Formulación de objetivos**

En cuanto a la formulación de objetivos de RSC, se realiza el análisis de la misma forma en la que se ha abordado en los anteriores apartados, esto es, a nivel regional, europeo e intercontinental, respectivamente. Refiriéndonos a las empresas a nivel regional, como se puede presumir después de haber desarrollado el análisis del entorno de los grupos de interés o de la postura social corporativa, no existe información al respecto, puesto que no existe documento alguno en el que se señale la formulación de objetivos, al igual que no se dispone de información en sus páginas web.

Por otro lado, a nivel europeo, las distintas compañías formulan los objetivos siguiendo distintos parámetros. Por lo general, el objetivo más comúnmente señalado tiene que ver con la reducción de emisiones y el aumento de la eficiencia energética. El segundo ámbito más recurrido es el de la colaboración con determinadas entidades para paliar la pobreza de comunidades o grupos susceptibles, como es el caso de la población infantil. Este es el caso de compañías como Norwegian, EasyJet o Finnair, que proponen objetivos sobre la base de colaboraciones con distintas entidades como UNICEF o Cruz Roja. Otro de los objetivos señalados por las empresas aéreas está relacionado con el personal de la organización, más concretamente con la reducción de la tasa de absentismo.

Un dato a resaltar en las compañías que operan a nivel europeo es la escasez de indicadores establecidos para mostrar la consecución de los objetivos, por lo que dan información relativamente fácil de malinterpretar o fácilmente manipulable.

Además, la mayoría de aerolíneas analizadas dedican sus informes a establecer objetivos muy generales, sin ahondar en datos específicos, por lo que la información aportada se deduce ambigua, como en el caso de Vueling o Ryanair. En este sentido, cabe resaltar la gran cantidad de grupos de interés a los que se dirigen, según los datos aportados por las compañías, y los pocos objetivos relacionados con cada uno de los grupos, siendo en la gran mayoría de los casos nula. Por lo tanto, se puede entrever un bajo contenido en los informes publicados y sobre todo en cómo plantear u orientar las acciones de RSC dentro del sector aéreo en Europa.

Las compañías que operan a nivel intercontinental proveen más información en cuanto a objetivos, aunque muchos de los objetivos siguen estando relacionados con la reducción de CO2 o la mayor eficiencia energética. No obstante, también muestran objetivos referidos a otros ámbitos, como el económico, relacionados con aumentar el valor de la empresa, u otros objetivos de responsabilidad discrecional, como la colaboración con organizaciones sin ánimo de lucro para evitar la extinción de animales en peligro. Sin embargo, resulta sorprendente que, aun planteando objetivos para una variedad de ámbitos, las empresas no definen indicadores cuantificables que permitan hacer un seguimiento de la consecución de los mismos. Solamente Air Europa propone indicadores medibles para comprobar la consecución de los objetivos formulados. Las demás empresas establecen objetivos muy generales y de manera bastante ambigua, por lo que no es fácil conocer si esos objetivos han sido alcanzados y en qué grado.

### **Implantación**

En cuanto a la implantación de objetivos en las compañías regionales, Canaryfly no dispone de información sobre las acciones que se llevan a cabo para cumplir con los objetivos planteados, si bien, como se ha comentado con anterioridad, tampoco ha publicado información sobre formulación de objetivos. Binter, a pesar de no haber publicado tampoco su formulación de objetivos, lleva a cabo iniciativas con instituciones sociales, ONGs y organizaciones medioambientales (colaboración con UNICEF y Fundación Neotrópico, acuerdos con la universidad y los ayuntamientos con el fin de apostar por el desarrollo cultural de la comunidad local, colaboraciones con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) para la implantación de formación asociada al sector, etc.). Además, Binter ha puesto en marcha programas de renovación de flota, comercialización de nuevas rutas y ha puesto a disposición de sus clientes una aplicación móvil con el fin de ofrecer mayor comodidad en el servicio de gestión de billetes.

En el ámbito europeo, tanto Ryanair como Finnair, a pesar de establecer diversos objetivos, no revelan datos suficientes acerca de la implantación de los mismos. Por el contrario, compañías como Vueling, Brussels Airlines, Air Berlín o Lufthansa plantean de forma clara y lógica las acciones correspondientes para la consecución de sus objetivos. De esta forma, Vueling crea un portal de proveedores para mejorar la comunicación; Brussels Airlines crea la "Fundación para África" en aras a reducir la pobreza de aquellas ciudades africanas en donde opera la compañía y se fusiona con "CO2", con la que implanta una serie de medidas medioambientales para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero; Air Berlín plantea una serie de medidas como la creación del programa "Flying Eco-Eficient" y el programa "Fuel Efficiency Coaching Programme", con las que pretende reducir las emisiones de CO2, el ruido y el consumo de combustible; y Lufthansa implanta programas de formación para sus empleados.

Por su parte, EasyJet, aunque aporta información sobre las acciones que lleva a cabo para aumentar la eficacia del combustible, no aporta datos acerca de cómo incrementará la proporción de la entrada de pilotos femeninas en su compañía, ni de cómo reducirá las emisiones de CO2. En el caso de la escandinava Norwegian se exponen algunas acciones para la

consecución de sus objetivos, como apoyar a la fundación Unicef fomentando los derechos de la infancia y evitar la contaminación del medioambiente mediante el desarrollo de nuevas tecnologías más eficientes. Thomas Cook, por otro lado, presenta acciones destinadas a la consecución de algunas de las metas planteadas como pueden ser: implementar su nueva estrategia de “Group Child Protection” para proteger a los niños o, apoyar con al menos un proyecto de sostenibilidad a cada una de las comunidades donde opera.

Con respecto a las compañías intercontinentales, Emirates Airlines, Air Europa y British Airways establecen acciones específicas para el logro de sus objetivos. Por último, cabe señalar que, de todas las aerolíneas comentadas, únicamente Emirates Airlines y Lufthansa aportan información sobre los presupuestos para la implantación de objetivos.

### **Control interno y externo**

A nivel regional las compañías aéreas no ofrecen ningún tipo de información al respecto de la RSC, ya que, como se mencionó anteriormente, no publican informes ni documentos de sostenibilidad. De existir, estos documentos representan el principal indicador de que existe un control interno por parte de la organización en materia de RSC. Dichas compañías únicamente dan información en ciertos medios de comunicación en los que informan sobre acciones llevadas a cabo o sobre acuerdos alcanzados con instituciones de carácter no lucrativo.

Únicamente Vueling, Air France, Thomas Cook, Emirates Airways y Finnair están adheridas al *Global Reporting Initiative*, por lo que son las únicas compañías europeas que elaboran las memorias estandarizadas de sostenibilidad evaluando el desempeño económico, social y ambiental de la compañía. Especialmente Emirates Airways tiene un adecuado control tanto interno como externo; en el nivel interno dispone de un informe de sostenibilidad actualizado, así como informes financieros, y además una empresa externa audita ambos informes para comprobar su veracidad. Estas memorias certificadas por el órgano competente para estos casos ponen de manifiesto el control externo de la RSC en tales compañías.

En el ámbito europeo, sólo EasyJet y Air Berlín manifiestan la existencia de órganos de control tanto internos como externos. En el caso de Lufthansa, disponen de informes anuales y de un Comité de Auditoría que informa dos veces al año sobre el desarrollo relativo a las cuestiones de cumplimiento y el estado actual de la ejecución de los distintos programas dentro del Grupo; sin embargo, a nivel externo no se advierte, a la luz de la información publicada, ningún organismo que certifique estos informes y documentos.

El resto de aerolíneas, a excepción de Ryanair, reportan anualmente informes que proveen información relativa a los mismos preceptos, aunque en algunos casos, como en Norwegian o Air Europa, contaban en el momento del estudio con informes anuales desfasados.

## 4.2. Resultados del proceso de respuesta social corporativa

Tras el análisis de los resultados alcanzados en relación con los objetivos fijados por cada aerolínea, los informes suelen reflejar especialmente resultados relativos a iniciativas medioambientales y sociales como es el caso de Easyjet, Emirates Airways, Norwegian, o British Airways, entre otras. Las aerolíneas regionales no disponen de información; Binter únicamente aparece en notas de prensa en las que se le otorgan algunos premios.

Entre los resultados más destacados relacionados con el ámbito medioambiental se observan la reducción de emisiones y de contaminación acústica, el uso de materiales reciclados y energías renovables, y otras inversiones en iniciativas medioambientales que tienen que ver con la protección de la biodiversidad y algunas especies en peligro de extinción. Las aerolíneas mencionan expresamente los premios obtenidos y otros reconocimientos.

Por otro lado, en el área social se recopilan resultados referentes al apoyo económico de asociaciones, creación de infraestructuras y hospitales en países subdesarrollados, creación de escuelas y formación para niños sin recursos, y otras inversiones humanitarias.

Se reflejan del mismo modo los resultados sobre los consumidores y los empleados, concretamente se señalan los causes para la resolución de quejas, el apropiado reclutamiento, la creación de empleo, la mejora de la productividad de los trabajadores y de su satisfacción, la igualdad en el trabajo, la promoción interna y la seguridad laboral.

En algunos de los casos, como por ejemplo el de Brussels Airlines, se plasmaron resultados en la web que no se correspondían con objetivos previos fijados, simplemente los introdujeron como mejoras que alcanzaron. De este modo, se refleja la necesidad de una estructuración clara de objetivos previos a cada resultado. En cualquier caso, en líneas generales la mayoría de las empresas analizadas fijan objetivos de diferente perfil pero no muestran los resultados derivados de su puesta en marcha.

## 5. CONCLUSIONES SOBRE LA SOSTENIBILIDAD DE LAS LÍNEAS AÉREAS QUE OPERAN EN CANARIAS

El trabajo realizado sugiere que puede existir una cierta relación entre el alcance y/o escala de la actividad empresarial de la aerolínea y el compromiso con la RSC que ésta adquiere. En términos generales, a medida que se fueron analizando compañías que operan en un mayor ámbito geográfico se percibe generalmente una mayor labor en los distintos ámbitos de la RSC. Esto se puede entender al observar que son compañías que operan a un mayor nivel y, por tanto, su nivel de impacto se presupone también mayor. No obstante, aunque en líneas generales muchas aerolíneas se muestran comprometidas con su entorno y con la RSC, algunas ofrecen información muy poco actualizada al respecto.

En lo que respecta a las compañías aéreas canarias existe una total falta de comunicación en cuanto a acciones de RSC. CanaryFly es una aerolínea joven que ha comenzado a operar de manera regular a partir de 2012 y puede que aún no disponga de medios necesarios para poder gestionar un sistema de control de RSC. Sin embargo, su reciente incorporación en el sector no justifica la escasez de información ofrecida en relación con sus implicaciones con la sociedad. Por su parte, Binter Canarias es una empresa consolidada en el mercado canario desde hace décadas y no parece haberse puesto al día en lo que a informar sobre materia de RSC se refiere. Esto implica que se encuentra en una posición de desventaja frente a sus competidores por no publicar un Plan de Sostenibilidad consolidado, además de que puede repercutir de forma negativa en su reputación. Por otra parte, se observa una falta de comunicación a los diferentes grupos de interés; si bien, como hemos analizado anteriormente, realiza acciones de colaboración dirigidas sobre todo a la comunidad en general.

En lo referente a las compañías aéreas que operan en el mercado europeo, se puede distinguir un claro esfuerzo por parte de las mismas en integrar las actividades de RSC entre sus planes estratégicos, si bien es verdad que algunas lo hacen de una manera más profunda que otras. En el caso de Finnair o Lufthansa se puede ver una mayor preocupación por establecer objetivos orientados a aquellos grupos de interés a los que se dirige, mientras que otros enumeran un largo etcétera de grupos sin incluir a los mismos en las memorias anuales. Por el contrario, las compañías englobadas en el sector de lowcost se muestran aparentemente menos involucradas con la RSC, como es el caso de Ryanair o EasyJet. Esto es porque pertenecen a un grupo de aerolíneas donde habitualmente prima el precio sobre el resto de necesidades. La utilización de biocombustibles, la construcción de infraestructuras sostenibles con el entorno, la renovación de la flota por otra más eficiente o la reducción de emisiones son iniciativas complicadas de compatibilizar con el precio tan reducido que ofrecen las aerolíneas lowcost; suelen ser las grandes compañías (como British Airways o Emirates Airways) las que suelen llevar a cabo ese tipo de acciones para la implantación de sus objetivos.

En el ámbito relativo a las hipernormas, Vueling se sitúa a la vanguardia: es la compañía que se ha adherido a mayor número de hipernormas, seguido por Lufthansa y Air France, compañías que parecen ser las más punteras de las analizadas.











Respecto a los grupos de interés a los que más se dirigen las compañías, éstos son: empleados, proveedores, accionistas, sociedad en general y, en especial, a los grupos sociales más desfavorecidos, como por ejemplo el colectivo infantil. Además, las compañías tratan de paliar o reducir los efectos de las emisiones y de la contaminación generada por el sector (emisiones de CO<sub>2</sub>, polución, ruido, impactos en las comunidades locales, etc.). En muchos casos las organizaciones dan el paso de ir más allá liderando proyectos que ayudan a la regeneración de bosques o al cuidado de animales en peligro de extinción, poniendo de manifiesto la importancia que le atribuyen a la responsabilidad social discrecional.

Por otra parte, del análisis efectuado se pueden extraer como puntos débiles más habituales entre las compañías: un bajo nivel de establecimiento de objetivos, quedando algunos de los grupos de interés fuera del alcance de las acciones propuestas por las compañías aéreas, o bien objetivos muy ambiguos o con datos escasos, que no permitan realizar comparaciones (indicadores); un déficit de aplicación e implantación de dichos objetivos, apareciendo en muchos casos datos sobre implementaciones que nada tienen que ver con los objetivos propuestos; baja calidad de la información publicada (en muchos de los casos desorganizada dentro de la web, o sin integrar en un informe) y que muchas veces nada tiene que ver con los objetivos establecidos; enfoque muy centrado en actividades para mitigar impactos ambientales y sociales, dejando otros ámbitos de lado, como el económico o legal (creación de empleo en la comunidad, creación de riqueza para el país, colaboración con autoridades locales para la mejora de infraestructuras aeroportuarias, etc.).

En general, todavía queda bastante trabajo por hacer en materia de RSC en el sector de las aerolíneas, puesto que en muchas de las cuestiones analizadas sobre el proceso de respuesta social corporativa se entrevisté una serie de deficiencias o escasez de datos que abren nuevas vías para mejorar y trabajar. Con la finalidad de plasmar gráficamente la información que expone cada aerolínea, en la Tabla 2 se presenta un breve resumen de los datos aportados por cada compañía respecto a su proceso de respuesta social corporativa y sus resultados.



**Tabla 2. Información aportada por cada aerolínea acerca de su proceso de respuesta social corporativa**

	Grupos de interés	Adhesión a Hipermormas	Postura Social Corporativa	Formulación de Objetivos	Implantación	Control	Resultados
 RYANAIR	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✓
 easyJet	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 norwegian	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
 Emirates	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 AirEuropa	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 airberlin	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 FINNAIR	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
 vueling	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
 Thomas Cook Airlines	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
 AIRFRANCE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 BRITISH AIRWAYS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Lufthansa	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 brussels airlines	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
 Binter	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗
 canaryfly	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗

Fuente: Elaboración propia

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 6.1. Bibliografía

- ANTTILA, T. y KRETZSCHMAR A. (2010). "Application of CSR programs in the air-line industry". Unpublished Thesis. Saimaa University of Applied Science. Finland. <http://docplayer.net/27497823-Application-of-csr-programs-in-the-air-line-industry.html>
- CARROLL, A. (1991) "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders". *Business Horizons*, 34 (4), págs. 39-48.
- CAVUSGIL, S.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. (2014). "International Business: the new realities". Pearson Education. USA, NJ.
- CHANG D.; CHEN S.; HSU C.; HU A. (2015). "Identifying Strategic Factors of the Implantation CSR in the Airline Industry: The Case of Asia-Pacific Airlines". *Sustainability*, 7, págs.7762-7783. En: <http://dx.doi.org/10.3390/su7067762>.
- COWPER A.; DE GROSOIS D. (2011). "The adoption of corporate social responsibility practices in the airline industry". *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (1), págs. 59-77. En: <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2010.498918>.
- DÉNIZ M. Y GARCÍA J. (2002) "Determinants of the Multinationals' Social Response. Empirical Application to International Companies Operating in Spain". *Journal of Business Ethics* 38, págs. 339-370.
- FERNÁNDEZ, R. (2005). "Responsabilidad Social Corporativa: Una nueva cultura empresarial". ECU. En: <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/3247.pdf>
- FORSYTH, P. (2011). "Environmental and financial sustainability of air transport: Are they incompatible?" *Journal of Air Transport Management*, 17, págs. 27-32.
- FORT, T. (2000). "A Review of Donaldson and Dunfee's Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics". *Journal of Business Ethics*, 28 (4), págs. 383-387. En: <http://dx.doi.org/10.1023/A:1006297614984>
- GEBEL A. (2003). "The Business Case for Sustainability: Aviation Industry". Working Paper Series: Forum for Corporate Sustainability Management, International Institute for Management Development (IMD). <https://www.slidedoc.us/aviation-report>.
- GOETZ A.; GRAHAM B. (2004). "Air transport globalization, liberalization and sustainability: post-2001 policy dynamics in the United States and Europe". *Journal of Transport Geography*, 12 (4), págs. 265-276. En: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2004.08.007>

- KUO, T.; KREMER, G.; PHUONG, N.; HSU, C. (2016). "Motivations and barriers for corporate social responsibility reporting: Evidence from the airline industry". *Journal of Air Transport Management* 57, págs. 184-195. En: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.08.003>
- LYNES, J.; ANDRACHUK, M. (2006). "Going Green: Motivations for Environmental Commitment in the Airline Industry. A Case Study of Scandinavian Airlines". *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (2), págs. 116-138. En: <http://dx.doi.org/10.1080/09669580608669048>
- OLCESE, A., RODRÍGUEZ, M.A. y ALFARO, J. (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible: conceptos, ejemplos y herramientas de la Responsabilidad Social Corporativa o de la Empresa*. McGraw-Hill. España.
- WOOD, D. (1993). *Business and society*. Harpercollins Publishers. USA, NY.

## 6.2. Webgrafía

- AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (2017). En: <http://www.aena.es/es/aeropuerto-gran-canaria/index.html>
- AIR EUROPA (2017). En: <https://www.aireuropa.com/es/vuelos/corporativo>
- AIR FRANCE (2017). En: <http://corporate.airfrance.com/en/csr-strategy>
- AIRPORT INTERNATIONAL COUNCIL (2017). En: <http://www.aci.aero/>
- ATAG (2016). Global Summary Web. En: <http://www.atag.org/>
- BINTER (2017). En: <https://www.bintercanarias.com/corporativo/nosotros>
- BRITISH AIRWAYS (2017). En: <https://www.britishairways.com/en-es/information/about-ba/csr/corporate-responsibility>
- BRUSSELS AIRLINES (2017). En: <https://www.brusselsairlines.com/es-es/corporate/corporate-social-responsibility/default.aspx>
- EASYJET (2017). En: <http://corporate.easyjet.com/corporate-responsibility/our-commitment>
- EMIRATES AIRWAYS (2017). En: <https://www.emirates.com/es/spanish/about/annual-reports.aspx>; En: <https://www.emirates.com/es/spanish/environment/environment.aspx>
- FINNAIR (2017). En: <https://www.finnair.com/es/es/corporate-responsibility>
- Global Reporting Initiative (2013-2017). En: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
- GLOBAL REPORTING INIATIVE. Informe G4 para la elaboración de informes de RSC. En: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part2-Implementation-Manual.pdf>

- INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION (IATA). Acceso a la web en 2017. En: <http://www.iata.org/about/Pages/index.aspx>
- LIBRO VERDE (2001). Comisión de las Comunidades Europeas. "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas". En: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366\\_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- LUFTHANSA (2017). En: <https://www.lufthansagroup.com/en/responsibility/corporate-responsibility.html>
- NORWEIGAN (2017). En: <https://www.norwegian.com/es/acerca-de-nosotros/empresa/responsabilidad-corporativa/>
- ORGANIZACIÓN DE AVIACIÓN CIVIL INTERNACIONAL (OACI). Acceso a la web en 2017. En: <https://www.icao.int/Pages/default.aspx>
- RYANAIR (2017). En: <http://corporate.ryanair.com/about-us/sustainability/>
- THOMAS COOK (2017). En: <https://www.thomascookgroup.com/sustainability-reports-2/>
- VUELING (2017). En: <http://www.vueling.com/es/somos-vueling/socialmente-responsables>

# Retos institucionales en la actividad empresarial de establecimientos hoteleros localizados en países en desarrollo<sup>1</sup>

Dalai Perdomo Pérez

Grado en Traducción e Interpretación: Inglés-Francés por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Master en Marketing y Comercio Internacional por la misma universidad.

Sonia María Suárez Ortega

Profesora Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Responsable de la línea de investigación "Dirección estratégica e internacionalización" dentro del grupo de investigación "Estrategia y Negocios Internacionales".

sonia.suarez@ulpgc.es

Antonia Mercedes García Cabrera

Profesora Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Coordinadora del grupo de investigación "Estrategia y Negocios Internacionales". Directora del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la misma universidad.

---

<sup>1</sup> Los autores agradecen el apoyo financiero proporcionado por el Ministerio de Economía y Competitividad (Proyecto ECO2016-80518-R)

## RESUMEN

El turismo representa un sector estratégico para el desarrollo socio-económico de las economías menos avanzadas. Estos países, sin embargo, cuentan con entornos institucionales débiles en los que es común la existencia de retos institucionales que perjudican el desarrollo de la actividad empresarial. Dado que un mismo marco institucional puede aportar diferentes oportunidades y amenazas a diferentes sectores de actividad, el presente trabajo se centra en el subsector alojativo para analizar los retos institucionales que afectan a la citada actividad en las economías en desarrollo. La evidencia empírica se obtiene de una muestra integrada por 50 establecimientos alojativos que operan en Marruecos. Los resultados identifican los retos institucionales que afronta la empresa hotelera tanto para iniciar sus operaciones como en el desarrollo posterior de la actividad mostrando, además, que estos afectan en mayor medida a los establecimientos de menor tamaño y a los gestionados por directivos extranjeros. De los resultados se derivan sugerencias de utilidad para la mejor promoción de la actividad empresarial turística en estas economías.

## CÓDIGO JEL

Z32, D02, O55

## PALABRAS CLAVE

Turismo, Desarrollo, Retos institucionales, Economías en desarrollo, Marruecos

## INSTITUTIONAL CHALLENGES IN THE BUSINESS ACTIVITY OF HOTEL ESTABLISHMENTS LOCATED IN DEVELOPING COUNTRIES

## ABSTRACT

Tourism represents a strategic sector for the socio-economic development of less developed economies. However, these countries have got weak institutional environments where it is usual to find institutional challenges which harm the business development. As a particular institutional framework can provide with different opportunities and threats to different business sectors, this paper is based on the accommodation sub-sector in order to analyze institutional challenges affecting business activity in developing economies. Empirical evidence is obtained through a sample of 50 accommodation establishments operating in Morocco. The results identify the institutional challenges a hotel company has to face both at foundation and during the ongoing business activity. In addition, it is demonstrated that these problems affect the smallest establishments and those managed by foreign executives to a greater extent. They also show useful suggestions to enhance the promotion of touristic business activity in these economies.

## JEL CODES

Z32, D02, O55

## KEYWORDS

Tourism, Development, Institutional challenges, Developing economies, Morocco

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo representa un sector estratégico para el desarrollo socio-económico de las economías menos avanzadas (Liu y Wall, 2006). De hecho, la Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que en el período 2010-2030 la llegada de turistas a destinos localizados en economías en desarrollo aumentará el doble (4,4% al año) de lo que lo hará la tasa de llegada a destinos en economías desarrolladas. En el caso de África, tal crecimiento será incluso mayor, al pasar de 50 a 134 millones de llegadas. Estas tasas de crecimiento justifican que el sector turístico se haya convertido en la actualidad en un pilar clave del progreso de los países emergentes y en desarrollo (UNWTO, 2012).

Ahora bien, el crecimiento del sector en estos países requiere del desarrollo de un tejido empresarial en el que tengan presencia tanto turoperadores como aerolíneas y establecimientos hoteleros, tres pilares y/o actividades clave para el sector. En el desarrollo de este tejido empresarial adquiere relevancia tanto la inversión del capital privado existente en el país como la inversión de empresas foráneas, habitualmente con mayores recursos económicos y conocimiento acumulado sobre los factores clave de éxito de la actividad turística (Saffu *et al*, 2008; Tao y Wall, 2009). Frente a ello, las economías emergentes y en desarrollo se caracterizan por contar con entornos institucionales débiles –e.g., sistemas políticos inestables, sistemas judiciales endeblés– (Choi, Kim y Kim, 2010) en los que es común la existencia de retos institucionales que perjudican el desarrollo de la actividad empresarial (García-Cabrera, Suárez Ortega y Durán-Herrera, 2016). Aunque es incuestionable que la internacionalización favorece la competitividad y el crecimiento empresarial y, por ende, las empresas nutridas de recursos habitualmente recurren a la expansión exterior, los riesgos que para la empresa comporta la inversión en países distantes o desconocidos (Cavusgil, Knight y Riesenberger, 2014) se incrementan para el caso de las economías en desarrollo, al contar estas con marcos institucionales débiles y/o inestables (Phillips, Tracey y Karra, 2009), lo que puede inhibir la inversión en estos países. De hecho, y según los preceptos de la Teoría Institucional (North, 1990; Scott, 2001), las empresas deben adaptar sus estrategias, estructuras y prácticas al contexto institucional del entorno en el que se localizan si desean alcanzar el éxito en su ámbito de actividad (DiMaggio y Powell, 1983) o bien, como alternativa, pueden descartar las operaciones en países con marcos institucionales complejos, débiles y volátiles, si fuera el caso incluso deslocalizado sus actividades empresariales ya establecidas y trasladándolas a otros países con entornos institucionales más favorables (Cantwell, Dunning y Lundan, 2010).

De ahí la relevancia que adquiere que los países emergentes y en desarrollo conozcan con mayor exactitud los retos institucionales que plantean a las empresas, y trabajen con el ánimo de aminorarlos y ser eficientes en la promoción de las actividades empresariales buscadas. A este respecto, merece tomar en consideración que un mismo marco institucional puede aportar diferentes oportunidades y amenazas a diferentes sectores de actividad (Jackson y Deeg, 2008), de manera que se recomienda que, en el desarrollo de investigaciones referidas



a instituciones, estas se efectúen con respecto a un sector específico (García-Cabrera, García-Soto y Durán-Herrera, 2016). El presente trabajo toma en consideración esta recomendación y se plantea como objetivo el estudio de los retos institucionales que afectan al desarrollo de los establecimientos alojativos en las economías en desarrollo, escogiendo este subsector por representar una actividad clave de la industria turística (García-Cabrera, García-Soto y Durán-Herrera, 2016). La evidencia empírica se obtiene de una muestra de 50 establecimientos alojativos localizados en Marruecos. El país escogido representa un contexto idóneo para la presente investigación dado que el turismo juega un papel relevante en el desarrollo de su economía, permitiendo así a Marruecos ocupar una posición de liderazgo en la región en lo que a actividad turística se refiere. De hecho, en la actualidad, el reino marroquí es el principal destino turístico de África del Norte (OMT, 2016). Además, la estrategia del país para el turismo, Vision 2020, pretende consolidar la actividad turística como sector clave del desarrollo económico, social y cultural (Invest in Morocco, 2017).

El trabajo llevado a cabo realiza dos contribuciones relevantes a la literatura. En primer lugar, se identifican 28 retos institucionales que afronta la empresa hotelera en economías en desarrollo, distinguiendo a este respecto los períodos de puesta en marcha de la actividad y su desarrollo posterior. En segundo lugar, se aportan los retos institucionales que afectan de forma diferenciada a los establecimientos alojativos según su tamaño, tipo de establecimiento (*riads* vs. hoteles), así como el origen nacional o foráneo de los directivos que los regentan. Dado que los retos institucionales no son fáciles de combatir y superar y que estos pueden llevar a los directivos a plantearse la idoneidad de seguir adelante con el proyecto empresarial, adquiere gran relevancia estas aportaciones, al objeto de poder orientar las actuaciones políticas con el ánimo de reducir el impacto de tales retos en estos colectivos y ser eficientes en la promoción de las actividades empresariales buscadas.

El trabajo elaborado se estructura en cuatro apartados que siguen a esta introducción. En primer lugar, se presenta el marco teórico, en el que se discute las peculiaridades del contexto institucional en economías emergentes y en desarrollo y los retos que estas pueden conllevar para las empresas locales y foráneas que se instalan en ellas. Posteriormente, se presenta la metodología aplicada, describiéndose el contexto de la investigación, la población y muestra que da soporte al trabajo empírico realizado, la medida de las variables y las técnicas de análisis estadísticas utilizadas. En tercer lugar, se muestran y discuten los resultados alcanzados. Finalmente, el trabajo concluye con un apartado que resume los resultados y destaca sus implicaciones teóricas y prácticas.

## 2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### 2.1 Retos institucionales en el ámbito empresarial: economías emergentes y en desarrollo

Las instituciones representan las reglas del juego en cada país y ámbito empresarial –e.g., leyes y normas, justicia, valores sociales, cultura– (North, 1990) de forma que estas proporcionan estabilidad y significado a la vida social (Scott, 2001). En comparación con los países desarrollados, los países emergentes y en desarrollo se caracterizan por contar con entornos institucionales más débiles, esto es, por disponer de sistemas políticos no siempre estables, sistemas legales relativamente endebles y por un relevante papel de las redes sociales en los intercambios (Choi *et al*, 2010). De forma más específica, Acemoglu y Robinson (2012), al estudiar las instituciones políticas y económicas, diferencian dos tipos o categorías que guardan relación con el grado de debilidad del entorno institucional y el nivel de desarrollo de los países:

- 1) Instituciones inclusivas. Existen cuando impera la Ley en un territorio, numerosas personas participan en el proceso de gobierno y la generación de riqueza se distribuye en la población. Además, se garantiza a todos los individuos el acceso a la justicia y la educación, así como el cumplimiento de los contratos en las transacciones que tienen lugar entre estos. De esta forma, las instituciones inclusivas apoyan tanto la actividad innovadora de la empresa como el crecimiento y el éxito económico del país. Estas instituciones son comunes en países desarrollados.
- 2) Instituciones extractivas. Existen cuando un pequeño grupo de individuos concentra el poder en un territorio, así como las oportunidades económicas, sociales y de formación, dando lugar a entornos en los que el grupo o élite dominante intenta explotar al resto de la población residente. En los lugares en los que predominan estas instituciones existe una débil capacidad para exigir el cumplimiento de la Ley y las contradicciones institucionales son frecuentes. Estas contradicciones redundan, por ejemplo, en indicaciones contrapuestas entre lo que la Ley dicta y lo que los valores sociales establecen. En opinión de Acemoglu y Robinson (2012), las instituciones extractivas predominan en países emergentes y en desarrollo, y como consecuencia, estos países aportan entornos inciertos al mundo empresarial.

Scott (2001), por su parte, distingue tres dimensiones institucionales o vehículos a través de los cuales las instituciones se expresan y manifiestan para condicionar la actuación de los individuos: regulativa, normativa y cognitiva. Estas tres dimensiones se analizan en los apartados siguientes.

### **2.1.1 La dimensión institucional regulativa**

Incluye las leyes y políticas vigentes en un país y, en el ámbito empresarial, esta dimensión institucional se materializa en normas para incentivar ciertos comportamientos y restringir otros. La dimensión regulativa incluye, por ejemplo, la existencia de un marco legal que apoye la competitividad y facilite el desarrollo de las empresas (Gaur, Delios y Singh, 2007) al tiempo que limite los comportamientos oportunistas. Esta dimensión también afecta a la eficacia del sistema judicial, un factor institucional crítico para que las leyes se respeten. Un sistema judicial eficiente facilita que las empresas adopten prácticas empresariales que aspiren a su competitividad llevando a cabo su actividad dentro de los límites establecidos por la Ley al objeto de preservar los intereses de otras empresas, de los clientes, de los empleados y de la sociedad en general.

En relación con el marco regulativo ha sido común analizar para diferentes naciones el denominado riesgo país o riesgo político. Este riesgo hace referencia a los efectos potencialmente adversos que el entorno político, legal y económico de un país puede tener sobre las operaciones y la rentabilidad de una empresa. Por ejemplo, los gobiernos pueden restringir el acceso a los mercados, imponer procedimientos burocráticos a las transacciones empresariales y limitar la cantidad de dinero que las empresas pueden trasladar a otros países, cuestión esta última particularmente relevante para las empresas foráneas establecidas en un territorio (estos ejemplos indicarían el establecimiento de mecanismos regulativos que perjudican más que incentivan la competitividad empresarial). En general, en el riesgo país se incluye una valoración de todas las regulaciones que pueden afectar a la actividad de las empresas, como son las relativas a la protección de los derechos de propiedad y la propiedad intelectual, la política fiscal y la normativa laboral, entre otras. Este riesgo, que ha sido analizado por numerosos autores, ha sido objeto de especial interés por parte de la literatura que analiza la internacionalización empresarial (Cavusgil, *et al*, 2014), al cuantificar los retos institucionales de carácter regulativo que ha de afrontar la empresa para operar en un país extranjero.

Desde una perspectiva más amplia, el Índice de Libertad Económica de Heritage Foundation también aporta una medida de las instituciones regulativas de un país (e.g., Meyer *et al*, 2009). Este índice, que se elabora desde 1995 para 186 países, contempla 12 factores sobre los que los gobiernos ejercen normalmente control político. El índice ofrece una puntuación en la que los mayores valores indican mayor libertad económica del país, esto es, que dispone de un entorno económico más abierto, propicio y favorable para el fomento de los negocios y el comercio internacional; y, por consiguiente, menos retos institucionales, esto es, menos obstáculos y barreras al desarrollo de la actividad empresarial. Los 12 factores (F) contemplados en este índice, y clasificados en los 4 grupos que propone Heritage Foundation (2017), son los siguientes:

- 1) Calidad del Imperio de la Ley (*Rule of Law*): (F1) la protección de la propiedad privada garantizada por el Gobierno y las probabilidades de expropiación por parte de este; (F2) la existencia de un sistema judicial eficiente y justo que asegure que las leyes son respetadas; y (F3) la integridad del gobierno, esto es, su nivel de corrupción, que lógicamente introduce inseguridad e incertidumbre en las relaciones económicas.

- 2) Tamaño del gobierno: (F4) la carga fiscal o nivel general de los impuestos que soporta un país como porcentaje del producto interior bruto (PIB); (F5) el gasto público, esto es, el consumo por parte de estado y los pagos relacionados con los diversos programas de subsidios; y (F6) la salud fiscal, esto es, déficit y deuda públicos.
- 3) Eficiencia reguladora: (F7) Libertad empresarial o capacidad de crear, operar y cerrar una empresa de forma rápida y fácil, incluyéndose aquí el grado de burocracia existente; (F8) libertad laboral (e.g., obstáculos a la contratación de trabajadores adicionales, rigidez de horas, dificultad de despedir a empleados redundantes, etc.); y (F9) libertad monetaria, referida tanto a la inflación como al control de precios.
- 4) Apertura de los mercados: (F10) la libertad comercial en términos de existencia de barreras arancelarias (tasas arancelarias) y no arancelarias (restricciones cuantitativas, de precios, regulatorias, aduaneras, etc.) al comercio internacional; (F11) la libertad de inversión, esto es, las políticas referidas a la aceptación de la inversión de capital extranjero y los flujos de capital a nivel interno; y (F12) la libertad financiera, que afecta a la posible regulación e intervención por parte del Estado del sistema bancario.

### **2.1.2 La dimensión institucional normativa**

La dimensión institucional normativa hace referencia a los valores culturales y creencias que comparte la población de un territorio (Scott, 2001). Estos pueden guardar relación con los estilos de vida de la población, la religión o las costumbres del lugar (e.g., actitudes de rechazo al turismo extranjero por parte de la población local, afabilidad y deseo de apoyar al turista, pillaje como forma de vida), cuestiones que en muchos casos pueden afectar al desarrollo de la actividad empresarial. En el caso particular de los negocios, los valores culturales pueden incluir, entre otros, la conveniencia o aceptabilidad social de diferentes prácticas empresariales (e.g., respeto al medioambiente en el desarrollo de la actividad empresarial, preservación de los intereses de la población local).

Dado el fuerte arraigo social de los valores culturales, que tienden a ser altamente duraderos al transmitirse de generación en generación (Javernick-Will, 2009), las empresas y la población local los percibirán como una obligación moral individual, de manera que en mayor medida se adoptarán decisiones empresariales acorde a tales valores (Scott, 2001).

Ahora bien, dependiendo del contenido de la dimensión normativa, esta puede llegar a representar un reto institucional para la empresa si los valores sociales y creencias dan lugar a comportamientos que de alguna forma obstaculizan el desarrollo de la actividad empresarial o hacen difícil una posible adaptación de los productos y servicios que ofrece la empresa a lo que tales valores establecen. Además, en entornos inciertos y volátiles, en los que las leyes y su cumplimiento son débiles, los valores y convicciones morales, así como las costumbres del lugar, adquieren mayor protagonismo, convirtiéndose en elementos críticos para legitimar las decisiones y prácticas a adoptar por la empresa y sus posibilidades de alcanzar el éxito. De esta forma, y dado que los valores culturales y creencias son idiosincrásicos a cada país (North, 1990), la empresa que se establece en una economía en desarrollo ha de alcan-

zar un conocimiento profundo y sólido de sus instituciones normativas (Eriksson *et al*, 1997), en particular de las que afectan al sector de actividad en el que van a operar, al objeto de desarrollar su actividad empresarial con éxito (Suárez-Ortega, García-Cabrera y Knight, 2016).

De esta forma, el reto institucional que la dimensión institucional normativa puede llegar a representar debe ser cuidadosamente valorado antes de iniciar las operaciones en un sector particular de una economía emergente o en desarrollo. Desde una perspectiva amplia, Cavusgil *et al* (2014) proponen el estudio y cuantificación de tales retos mediante el indicador de riesgo cultural que ha de valorar las diferencias en estilos de vida, estructuras mentales, costumbres, religión y lengua que pueden existir entre territorios, afectando de forma particular a las empresas foráneas que se instalan en un país extranjero. Las diferencias en estos factores culturales dificultan la comunicación con los clientes (particularmente si estos son turistas de diferente nacionalidad), proveedores (locales y foráneos) y socios extranjeros y, por consiguiente, pueden llevar a la empresa a adoptar estrategias y prácticas inadecuadas.

### **2.1.3 La dimensión institucional cognitiva**

La dimensión cognitiva guarda relación con el conocimiento empresarial acumulado por las empresas de un país/región, y se forja sobre la base de elecciones estratégicas repetidamente utilizadas y que han probado el logro de buenos resultados a los actores establecidos (Lu, 2002). Dado que la dimensión cognitiva incluye el conocimiento empresarial acumulado en una localización particular, esta servirá de referencia para aquellos individuos que se inician en una actividad empresarial y afrontan por tanto decisiones en un contexto de incertidumbre, pues estos pueden imitar lo que se sabe que funciona en el lugar (Scott, 2001). En este sentido, y a modo de ejemplo, cuando la empresa hotelera en un territorio determinado opera preferentemente con estrategias empresariales que aspiran a generar un crecimiento económico compatible con los intereses de las poblaciones locales, en mayor medida los nuevos entrantes al sector en dicho territorio encontrarán en tal comportamiento estratégico un referente en el que apoyarse para alcanzar el éxito. Ahora bien, no todas las prácticas empresariales de utilización frecuente en un territorio son idóneas para la empresa o el territorio (García Cabrera y Durán Herrera, 2014), de forma que numerosos trabajos advierten de los riesgos que comporta la adopción de decisiones condicionada por el efecto imitación, puesto que ello propicia que la empresa no siempre elija lo que es racionalmente más ventajoso para ella y/o para el territorio en el que esta se instala (Meyer y Rowan, 1977). Adicionalmente, en un contexto empresarial global en el que es común que empresas ubicadas en diferentes países y sometidas por tanto a diferentes instituciones cognitivas interactúen (e.g., relación proveedor-cliente), en particular en aquellos casos en los que las relaciones tienen lugar entre empresas de países en desarrollo y desarrollados, retos institucionales adicionales y relevantes emergen debido a que las diferencias en instituciones cognitivas que rigen en los territorios de origen condicionan la actuación de las empresas y, por consiguiente, afectan a las interacciones, desarrollo de acuerdos, etc. Estos retos son similares a los que afectan a aquellas empresas que se internacionalizan e instalan en economías en

desarrollo donde deben interactuar con socios, clientes o proveedores locales en casos en los que existen desiguales instituciones cognitivas en los países de origen y destino.

El estudio del riesgo comercial adquiere interés bajo esta perspectiva dado que las empresas pueden experimentar pérdidas y fracasos debido a una inadecuada formulación e implementación de las estrategias, tácticas y procedimientos –e.g., mala elección del socio, del momento de entrada a un mercado, del precio, de las características del producto, etc.– (Cavusgil *et al*, 2014). Asimismo, finalizar la relación con un mal distribuidor puede ser muy difícil en países donde los gobiernos promulgan regulaciones para proteger a la empresa local.

## 2.2 Afrontando los retos institucionales en una economía en desarrollo: directivos locales vs. foráneos

Desde un enfoque institucional, DiMaggio y Powell (1983) advierten que las empresas deben adaptar sus estrategias, estructuras y prácticas empresariales a los elementos del entorno institucional en el que operan si desean alcanzar el éxito en su ámbito de actividad. En este sentido, Santangelo y Meyer (2011) señalan que las empresas que inician su actividad en una economía emergente deben analizar cuidadosamente los retos institucionales vigentes en el país, identificando si estos se corresponden principalmente con vacíos institucionales o con incertidumbre institucional. Los vacíos institucionales hacen referencia a imperfecciones en los mecanismos del mercado provocados por la falta de instituciones adecuadas que apoyen su funcionamiento (Khanna y Palepu, 1997) –e.g., proveedores poco cualificados, retrasos en aduanas–, mientras que la incertidumbre institucional deriva de la expectativa de que las reglas institucionales que gobiernan los negocios pueden ser imprevisibles (Henisz, 2000) –e.g., favoritismo por parte de los funcionarios, corrupción, administración pública ineficiente–.

Al objeto de hacer frente a los vacíos institucionales, las empresas deben diseñar sus operaciones de forma que puedan superarlos, mientras que, para hacer frente a la incertidumbre institucional, deben trazar su funcionamiento sobre la base de la flexibilidad, para poder así reaccionar a las oportunidades de negocio emergentes al tiempo que sortear las posibles amenazas y obstáculos. Las empresas que se enfrentan tanto a vacíos como a incertidumbre institucionales deben planificar sus operaciones planteando tanto la adecuada preparación como la flexibilidad organizativa. Esta necesidad de adaptar las estrategias y prácticas empresariales a las circunstancias de las economías emergentes y en desarrollo debe ser tenida en cuenta no solo por las empresas que se internacionalizan hacia estos países (Meyer *et al*, 2009) sino también por aquellas otras puestas en marcha por la población local.

Como alternativa, en aquellos casos en que los retos institucionales vigentes en un país, ya sea en la forma de vacío o de incertidumbre institucional, impidan a la empresa diseñar unas estrategias y prácticas que le permitan afrontarlos con éxito, sus directivos pueden optar por cancelar las operaciones en tal país, deslocalizando incluso las actividades empresariales y trasladándolas a otros países con entornos institucionales más favorables si ya estuvieran operando en este (Cantwell *et al*, 2010).

Ahora bien, cabe esperar que, frente a la clase empresarial local, los directivos y empresarios foráneos desconozcan en mayor medida el marco institucional particular de un país emergente o en desarrollo y las formas de adaptarse a este. Como consecuencia, percibirán mayores retos institucionales tanto en el proceso de puesta en marcha de la actividad empresarial como para su posterior desarrollo, así como mayores dificultades para adaptar sus estrategias y prácticas a las especificidades del entorno (Phillips *et al*, 2009). De hecho, muchas de las dificultades que afrontan las empresas al internacionalizarse surgen de no saber cómo se hacen negocios en el extranjero (Petersen *et al*, 2008). Esto es así porque si bien algunas de las normas, costumbres y prácticas son explícitas y relativamente fáciles de entender, si bien no siempre fáciles de adoptar, en un nivel más profundo, las reglas del juego vienen influenciadas por los valores del país extranjero y por sus creencias culturales básicas (Zaheer, 1995). Estas diferencias tienden a ser implícitas, haciendo que sean más difíciles de desvelar (Petersen *et al*, 2008). Ello nos lleva a establecer la siguiente hipótesis:

*H1. Los directivos y empresarios foráneos, frente a los locales, percibirán mayores retos institucionales tanto para la puesta en marcha de la actividad como para su desarrollo posterior en una economía emergente o en desarrollo.*

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1 Contexto de estudio: Marruecos

Marruecos es un país que cuenta con una superficie de 446.550 km<sup>2</sup> y una población superior a los treinta y cuatro millones de habitantes. Geográficamente se sitúa al norte de África, en el Magreb. Sus lenguas oficiales son el árabe clásico y el bereber, si bien en diferentes zonas del país se utilizan otras lenguas y dialectos, entre ellos el árabe marroquí, el rifeño, el francés o el español.

En términos políticos destaca que este país fue un protectorado de Francia y España entre los años 1912 y 1956 (De Madariaga, 2007) y que en la actualidad cuenta con una Monarquía constitucional, democrática y parlamentaria. Su constitución, aunque vigente desde 1992, ha sido sometida a reformas posteriores, principalmente en el marco de la «Primavera árabe», al objeto, por una parte, de reforzar las instituciones democráticas y la separación de poderes y, por otra, introducir un proyecto de regionalización, en el que el Sáhara fuera la pieza central (Oficina Económica y Comercial en Rabat, 2017; Santander, 2017).

Ahora bien, en lo que a libertades sociales se refiere, Freedom House (2017) califica tanto la política del país como la Red internet como «parcialmente libre» y afirman que la prensa está aún lejos de la libertad deseada, coincidiendo así con la Clasificación de libertad de Prensa (Reporteros sin fronteras, 2017), donde se posiciona a Marruecos en el puesto 133 de 180.

Por otra parte, y en términos administrativos, el país ocupa el puesto número 90 de 176 países con 37 puntos de 100 –cuanto mayor es la puntuación, menos corrupto se considera el país–, lo que indica que el país afronta retos relevantes en materia de corrupción (Transparency International, 2017). Esta circunstancia, en opinión de García Luengos (2013), no representa un reto prioritario para el nuevo gobierno.

En términos económicos, Marruecos es un país que, a diferencia de sus vecinos más cercanos, se ha caracterizado por la estabilidad y el crecimiento. La tasa de variación anual del PIB, situada en 4,5% en 2015, se prevé que alcanzará el 4,4% en 2017 (FMI, 2017). En cuanto al mercado de trabajo, y según estimaciones del FMI (2017), la tasa de desempleo se reducirá hasta el 9,3% en 2017 (9,7% en 2015). La causa de este buen desempeño económico son las numerosas reformas llevadas a cabo, esencialmente las destinadas a mejorar el clima de negocios y generar un marco claro y transparente propicio para la inversión de los operadores nacionales e internacionales. De hecho, el ranking de facilidad para hacer negocios, elaborado en *Doing Business* (Banco Mundial, 2017), sitúa a Marruecos en el puesto 68 de 190 países, convirtiéndolo así en una nación de referencia en África. A su vez, el Índice de libertad económica puntúa al reino marroquí con 61,5 sobre 100 (libertad moderada) y lo sitúa en el puesto 86, habiendo mejorado esta puntuación respecto a cursos anteriores (Heritage Foundation, 2017)

En consonancia con lo hasta ahora expuesto para las facetas política y económica, Marruecos es calificado por agencias internacionales con un nivel de riesgo aceptable para los inversores. En concreto, Coface (2017) atribuye un nivel A4 (aceptable), tanto en lo que refiere a riesgo país como al clima de negocios, diferenciándose así en positivo del resto de países de la región.

En este marco político-económico, la economía del país depende principalmente de las exportaciones, el auge de la inversión privada y el sector turístico (Oficina Económica y Comercial en Rabat, 2017; Santander, 2017). En el ámbito exterior, la UE es el principal socio comercial de Marruecos (primer proveedor y cliente del país), seguido de Asia, América y el resto de países africanos.

En cuanto a la actividad productiva interna, un sector relevante de la economía es el agrícola, que emplea a casi el 40% de la población activa y tiene un papel destacado en las exportaciones del país –e.g., cítricos (26%), conservas vegetales (24%) y frutas y verduras tempranas (14%)– (Oficina Económica y Comercial de España en Rabat, 2017). El sector secundario tiene una importancia relativa al representar algo más del 25% del PIB del país (28,6% en 2015) y también tiene un cierto papel destacado en las exportaciones (Marruecos es el primer exportador de fosfato del mundo). El sector servicio, por su parte, aporta más de la mitad al PIB (entre 2008 y 2015 una media ponderada del 57,2%), siendo la actividad predominante el turismo. Este último subsector se ha convertido en una importante fuente de ingresos en los últimos años (OMT, 2013) y un generador de empleos directos –más de 500.000 en 2015 (Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, 2010)–, siendo una prioridad para las autoridades marroquíes. De hecho, en la actualidad



Marruecos es el principal destino turístico del Norte de África. Según el Observatorio de Turismo de Marruecos (2017) las llegadas de turistas en 2016 alcanzaron los 10,3 millones, dejando unos ingresos de unos 5.920 millones de euros.

En 2007, tras el plan Vision 2010 desarrollado por la Sociedad Marroquí de Ingeniería Turística (SMIT) y con el propósito de seguir haciendo del turismo uno de los motores de desarrollo económico, social y cultural, se diseñó el Plan Vision 2020 con el objetivo de duplicar el tamaño del sector turístico así como situar al país entre los veinte primeros destinos turísticos en el ámbito mundial. Esta ambiciosa estrategia requiere de grandes medidas financieras, tanto nacionales como internacionales, por lo que se crea el Fondo Marroquí para el Desarrollo en materia de Turismo (FMDT); se otorgan primas a la inversión en zonas menos desarrolladas o emergentes; y, por último, existe financiación bancaria de 24.000 millones de dirhams. A ello se añaden los acuerdos estratégicos que la Office National Marocain du Tourisme (en español, Oficina Nacional de Turismo de Marruecos) tiene firmados con los tour operadores del mercado francés, británico, español y alemán. Por otro lado, para mejorar la calidad del turismo y los servicios que este conlleva, se ha procedido a la apertura del espacio aéreo que culminó con la firma del acuerdo Open Sky con Europa, lo que permitió la entrada de compañías de bajo coste y el aumento del número de turistas internacionales.

### 3.2 Población y muestra de estudio

La población objeto de estudio está conformada por los establecimientos alojativos –i.e., establecimientos con capacidad para alojar o para servir de alojamiento a turistas–, localizados en Marruecos, activos en 2017 y que responden a las fórmulas de alojamiento siguientes: hoteles (incluidos resorts), *riads*<sup>2</sup> y albergues. Al objeto de identificar tales establecimientos y determinar el tamaño del universo se recurrió al buscador de hoteles online Booking. En abril de 2017 se contabilizaban más de 4.000 establecimientos alojativos en Marruecos, respondiendo 1.904 de ellos a las fórmulas seleccionadas. Ahora bien, no todos los establecimientos identificados disponían de página web propia u ofrecían información relativa a su dirección de correo electrónico o número de teléfono para poder establecer contacto. Debido a ello, el universo de estudio se redujo a 857 establecimientos. El trabajo de campo se realizó en los meses de mayo y junio de 2017 y, tras contactar con ellos, se obtuvieron 52 respuestas, 50 de ellas válidas, lo que arroja un error real de muestreo de 13,7%.

La muestra de estudio está conformada por establecimientos puestos en marcha entre 1994 y 2017. En concreto, esta se corresponde con *riads* (39), hoteles (8) y albergues (3) ubicados en 17 ciudades del país, con predominio de Marrakech (22 alojamientos), Fez (8 alojamientos), Essaouira (3 alojamientos) y Tánger (3 alojamientos). El resto de ciudades está representada por uno o dos establecimientos (Tabla 1).

<sup>2</sup> Pequeños establecimientos alojativos, habitualmente de 5 o 6 habitaciones, que son regentados por sus dueños y tienen como característica principal la propia edificación, pues estas se corresponden con antiguas casonas árabes de arquitectura delicada, diseño ornamentado y planta con estructura en torno a un patio central con fuentes, aljibes o canales de agua.

**Tabla 1. Distribución de establecimientos según su localización y tipo**

Localización	Hotel		Riads		Albergues		Total
	n	Porcentaje	n	Porcentaje	n	Porcentaje	
Marrakech	1	12,5	21	53,8	0	0	22
Arcila	0	0	1	2,6	0	0	1
Tinghir	1	12,5	0	0	0	0	1
Casablanca	1	12,5	0	0	0	0	1
Mequínez	1	12,5	1	2,6	0	0	2
El Aaiún	1	12,5	0	0	0	0	1
Rabat	0	0	1	2,6	1	33,3	2
Fez	0	0	6	15,4	0	0	6
Azrú	0	0	1	2,6	0	0	1
Mulay Idrís	1	12,5	0	0	0	0	1
Essaouira	0	0	2	5	1	33,3	3
Tarudant	0	0	1	2,6	0	0	1
Oujda	0	0	1	2,6	0	0	1
Salé	0	0	1	2,6	0	0	1
Tánger	1	12,5	2	5	0	0	3
Agadir	1	12,5	1	2,6	0	0	2
Ouarzazate	0	0	0	0	1	33,3	1
Total	8	100%	39	100%	3	100%	50

**Fuente:** elaboración propia

En cuanto al tamaño, este es variado en los establecimientos alojativos de la muestra, tanto atendiendo a número de empleados como a número de habitaciones. La clasificación por número de empleados, según directrices del Reglamento (UE) nº 651/2014 de la Comisión de la Unión Europea, se muestra en la Tabla 2 e indica que la muestra está principalmente conformada por micro empresas. En lo que a número de habitaciones se refiere, este oscila entre 4 y 225 para los establecimientos de la muestra.

**Tabla 2. Establecimientos según tipo y tamaño**

Establecimiento alojativo	Micro < 10 empleados	Pequeña Entre 10 y 49 empleados	Mediana Entre 50 y 249 empleados	Total
Hotel	2	3	2	7
Riads	34	5	0	39
Albergues	2	1	0	3
Total	38	9	2	49

\*Valores perdidos: 1.

**Fuente:** elaboración propia

Por otra parte, y en lo que se refiere al perfil de los individuos que regentan estos establecimientos y participaron en el estudio cumplimentando el cuestionario remitido, estos son fundamentalmente hombres (31 frente a 19 mujeres), con edad comprendida entre los 24 y los 73 años. En concreto el 66% son propietarios de los establecimientos (33 individuos), y el resto directores o altos directivos que declaran haber participado en la resolución de los problemas que sus establecimientos han afrontado en el país anfitrión en un 70 por ciento de los casos (35 individuos). Por nacionalidad, 20 de ellos son marroquíes, 12 de nacionalidad francesa, 5 españoles, 3 británicos, 3 italianos y 3 belgas, seguidos de las nacionalidades alemana, australiana, libanesa y suiza, con un representante cada una. Si se atiende a los tipos de establecimientos, se identifica que los *riads* son regentados por marroquíes (12 alojamientos), franceses (10 alojamientos), españoles (3 alojamientos), italianos (3 alojamientos), belgas (3 alojamientos) e individuos de otras nacionalidades. Los hoteles de la muestra, sin embargo, son regentados por marroquíes (6 alojamientos) y españoles (2 alojamientos). El resto de establecimientos pertenecen a marroquíes, franceses y belgas.

Finalmente, y en lo que a residencia en el país se refiere, la muestra es muy variada, identificándose a individuos que nunca han vivido en Marruecos –dirigen su negocio desde el extranjero y/o han contratado un directivo para que asuma dicha función– como a personas que a lo largo de su vida solo han residido en Marruecos (66% de los individuos).

### 3.3 Medida de las variables

La información recabada para el presente estudio se obtuvo a partir de un cuestionario estructurado de elaboración propia y disponible en tres idiomas –francés, inglés y español– y en dos formatos –pdf editable y encuesta en línea con Google Drive– siendo tanto el fichero como el enlace para acceder a tales versiones remitidos a través de email a los potenciales participantes. Antes de proceder al envío del cuestionario, este fue debidamente pretestado por cuatro expertos (3 empresarios-directivos de empresas hoteleras y un experto en

entornos institucionales en desarrollo) que sugirieron algunas modificaciones en la escala confeccionada para identificar los problemas-retos potenciales a afrontar por la empresa turística para operar en una economía en desarrollo. De las 50 respuestas válidas obtenidas, 37 se recibieron en francés, 8 en inglés y 5 en español. En concreto, el cuestionario incluye las medidas que se detallan a continuación.

**Información sobre el establecimiento.** Incluye cuestiones abiertas que indagan sobre el año en que se abrió el establecimiento, la ciudad en la que se encuentra ubicado, el número de habitaciones, el número de empleados en temporada alta y el tipo de establecimiento.

**Retos institucionales percibidos.** Para la elaboración de esta escala se tomó como referencia el listado de retos incluido en el trabajo de García-Cabrera *et al* (2016). A ellos se añadieron otros posibles problemas potenciales contemplados en el cálculo del Índice de Libertad Económica de Heritage Foundation (2017) –e.g., saqueo corporativo (i.e., adquisición fraudulenta y violenta de la empresa), falta de seguridad en derechos de propiedad–. Tras el pretest realizado, la escala quedó finalmente conformada por 28 ítems que recogen los retos institucionales potenciales que puede encontrar un establecimiento alojativo tanto al comenzar a operar en Marruecos como en la actualidad, esto es, en el desarrollo posterior de la actividad empresarial una vez superado el proceso de puesta en marcha de la actividad en el país. A ella sigue una pregunta abierta para añadir otros retos institucionales no incluidos explícitamente en la escala elaborada. Para la valoración de los retos institucionales se utilizan dos escalas con formato de respuesta tipo Likert de intensidad de 7 puntos, una para calificar la relevancia del reto el comienzo de la actividad en Marruecos y otra para valorar los percibidos en la actualidad. En ambas escalas «1» indica NADA (no ha supuesto un reto/no es un reto) y «7» MUCHO (ha afectado o afecta mucho; ha sido o es un gran reto).

**Perfil del regente del establecimiento.** Incluye cuestiones relativas a su género, edad, país al que debe sus valores culturales, años residiendo en Marruecos, años trabajando en el alojamiento, cargo en el establecimiento, si ha residido en otro país en desarrollo y si ha participado en las negociaciones para solventar los problemas institucionales afrontados.

### 3.4 Análisis de los datos

Para la identificación y análisis de la relevancia de los diferentes retos institucionales existentes para operar en el sector turístico en Marruecos se hizo uso de análisis estadísticos univariantes. El estudio de la relación entre los retos identificados por los establecimientos y las características de estos y sus regentes, así como el test de hipótesis, se llevó a cabo mediante test de diferencias de medias.

## 4. RESULTADOS

### 4.1 Retos institucionales afrontados por la empresa hotelera en el inicio de la actividad

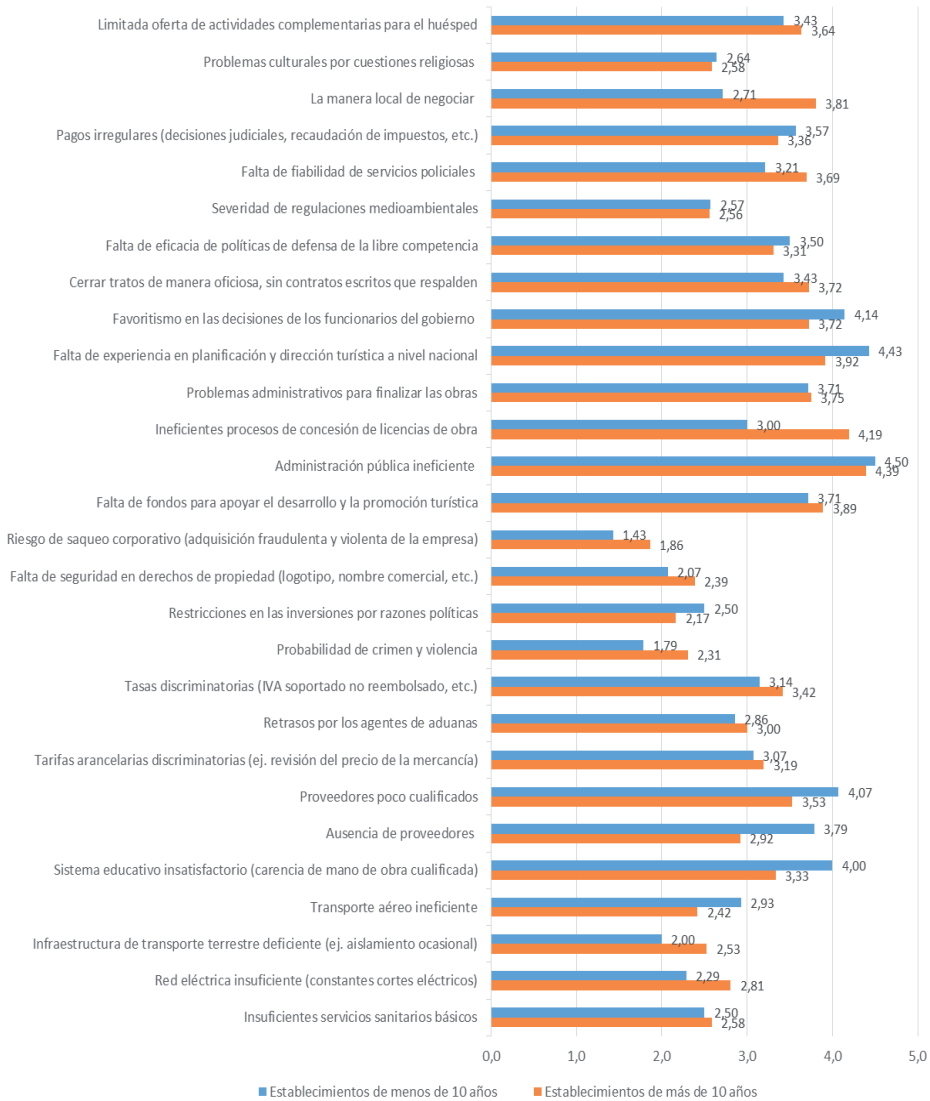
Dado que los 50 establecimientos alojativos participantes en el estudio habían iniciado la actividad empresarial en diferente momento del tiempo durante el período 1994 y 2017 y Marruecos ha sufrido transformaciones políticas, sociales y económicas a lo largo del período que han podido aminorar los retos institucionales potenciales que afrontan las empresas que operan en el sector, la muestra de estudio fue dividida en dos grupos, a saber, establecimientos fundados entre 1994 y 2006, esto es con más de 10 años de antigüedad (grupo 1), y establecimientos fundados entre 2007 y 2017, y por tanto con menos de 10 años de antigüedad (grupo 2).

Para la realización de este análisis se calcularon las medias aritméticas de las valoraciones realizadas por cada regente de los establecimientos participantes en el estudio, de manera que, al ser la escala utilizada de siete posiciones, los valores medios superiores a 3,5 indicaban que el reto institucional era relevante y afectaba a la empresa alojativa. En concreto, los resultados muestran que las empresas que iniciaron la actividad entre 1994 y 2006 (grupo 1) afrontaron como principales retos institucionales los siguientes: administración pública ineficiente ( $\bar{x}=4,5$ ), falta de experiencia en planificación turística del país ( $\bar{x}=4,42$ ), favoritismo de los funcionarios ( $\bar{x}=4,14$ ), proveedores no cualificados ( $\bar{x}=4,07$ ) y sistema educativo insatisfactorio ( $\bar{x}=4$ ). Por su parte, aquellas empresas que iniciaron la actividad más recientemente, entre 2007 y 2017, continúan apuntando hacia la administración pública ineficiente ( $\bar{x}=4,39$ ), además de señalar los ineficientes procesos en la concesión de licencias de obras ( $\bar{x}=4,19$ ) como principales obstáculos (Figura 1).

En relación con estos problemas conviene destacar que aquéllos percibidos en menor medida entre las empresas, con independencia del período en que estas se pusieron en marcha, son los siguientes: el riesgo de saqueo corporativo, esto es, la adquisición fraudulenta y violenta de la empresa ( $\bar{x}=1,43$  para el grupo 1 y 1,86 para el grupo 2), probabilidad de crimen y violencia ( $\bar{x}=1,79$  y 2,31, respectivamente) y restricciones en las inversiones por razones políticas ( $\bar{x}=2,50$  y 2,17, respectivamente).

Ahora bien, a pesar de que ambos grupos perciben algunos problemas con desigual intensidad, el análisis de diferencias de medias realizado pone de manifiesto que no existen diferencias significativas entre ambos grupos, de manera que puede afirmarse que, en términos estadísticos, los retos institucionales a afrontar para iniciar la actividad empresarial con un establecimiento hotelero en Marruecos son los mismos a lo largo del período analizado (1994-2017).

**Figura 1. Principales retos institucionales al comienzo de la actividad según antigüedad**



Fuente: elaboración propia

Finalmente se llevó a cabo un análisis de los retos institucionales expresados de forma abierta por los encuestados participantes en el estudio, concluyéndose que estos, más que aportar retos o problemas institucionales adicionales al listado de 28 elementos ofertado en el cuestionario remitido, ofrecían detalles particulares o experiencias concretas vividas al inicio de la actividad en el país. A modo de ejemplo se citan los siguientes agrupados por categorías:

- 1) "Sistema corrupto, donde no se puede hacer nada sin pagar sobornos", "Corrupción en la comisión que da permisos de apertura a los *riads*", "Corrupción y mafia".
- 2) "Falta de sistema de tarjeta de crédito", "Internet lento y poco fiable", "contaminación de las motos y sistemas de limpieza ineficaz".
- 3) "Incompetencia, falta de apoyo y coste excesivo de los servicios bancarios", "Gerentes deshonestos e incompetentes", "Expertos distraídos e incompetentes".
- 4) "Falta de información sobre los trámites necesarios", "Falta de claridad en las comunicaciones administrativas dirigidas a empresas", "El abastecimiento eléctrico genera facturas elevadas sin explicación alguna. Además, existe opacidad total en las condiciones de abono".
- 5) "Incivismo de la población local".

## 4.2 Retos institucionales afrontados por la empresa hotelera en el desarrollo de la actividad

El análisis de los retos institucionales que encuentra la empresa hotelera para el desarrollo de la actividad empresarial en Marruecos, esto es, una vez superado el proceso de instalación en dicho sector de actividad en el país y, por consiguiente, una vez adquirida experiencia, pone de manifiesto una cierta variación en la intensidad con la que se perciben ciertos retos institucionales, posicionándose en primer lugar la no experiencia del país en planificación turística ( $\bar{x}=4,1$ ), seguido de la administración pública ineficiente ( $\bar{x}=4,08$ ) y la falta de promoción turística ( $\bar{x}=3,94$ ). De hecho, un análisis de diferencias de medias entre los retos institucionales afrontados al comienzo de la actividad y en la actualidad revela la existencia de diferencias estadísticamente significativas para 7 de los 28 retos analizados (Tabla 3): ausencia de proveedores ( $t= -2,753^{***}$ ), proveedores no cualificados ( $t= -2,129^{**}$ ), favoritismo en las decisiones de los funcionarios del gobierno ( $t= -2,011^{**}$ ), administración pública ineficiente ( $t= -1,707^*$ ), probabilidad de crimen y violencia ( $t= 2,786^{***}$ ), falta de seguridad en derechos de propiedad (logotipo, nombre comercial, etc.) ( $t= 2,639^{**}$ ) y riesgo de saqueo corporativo, esto es, de adquisición fraudulenta y violenta de la empresa ( $t= 3,275^{***}$ ).

**Tabla 3. Diferencia problemas potenciales al comienzo y actualidad**

Problemas	Media*	Prueba t
Insuficientes servicios sanitarios básicos	,16	1,307
Red eléctrica insuficiente (constantes cortes eléctricos)	,22	1,562
Infraestructura de transporte terrestre deficiente (aislamiento ocasional, inaccesibilidad)	,12	,829
Transporte aéreo ineficiente	-,04	-,202
Sistema educativo insatisfactorio (carencia de mano de obra cualificada)	-,10	-,607
Ausencia de proveedores	-,46	-2,753***
Proveedores poco cualificados	-,46	-2,129**
Tarifas arancelarias discriminatorias (revisión del precio de la mercancía, incremento de costes de importación)	-,08	-,368
Retrasos por los agentes de aduanas	-,16	-,677
Tasas discriminatorias (IVA soportado no reembolsado, etc.)	-,22	-1,086
Probabilidad de crimen y violencia	,58	2,786***
Restricciones en las inversiones por razones políticas	,30	1,364
Falta de seguridad en derechos de propiedad (logotipo, nombre comercial, etc.)	,56	2,639**
Riesgo de saqueo corporativo (adquisición fraudulenta y violenta de la empresa)	,62	3,275***
Falta de fondos para apoyar el desarrollo y la promoción turística	,10	0,427
Administración pública ineficiente	,34	-1,707*
Ineficientes procesos de concesión de licencias de obra	,18	-0,755
Problemas administrativos para finalizar las obras	,12	-0,514
Falta de experiencia en planificación y dirección turística a nivel nacional	,04	0,211
Favoritismo en las decisiones de los funcionarios del gobierno	-,30	-2,011**
Cerrar tratos de manera oficiosa, sin contratos escritos que respalden	-,10	-0,480
Falta de eficacia de políticas de defensa de la libre competencia	,14	0,638
Severidad de regulaciones medioambientales	,04	0,227
Falta de fiabilidad de servicios policiales	,02	0,109
Pagos irregulares (decisiones judiciales, recaudación de impuestos, contratos públicos, etc.)	,02	0,092
La manera local de negociar	,14	0,980
Problemas culturales por cuestiones religiosas	,02	0,178
Limitada oferta de actividades complementarias para el huésped	,00	0,000

\* Diferencia de medias: media del reto en la actualidad – media del reto al comienzo (valores positivos indican que el reto se percibe más en la actualidad).

\*\*\*p<0,01; \*\* p<0,05; \* p<0,1.

Fuente: Elaboración propia



Destaca en estas diferencias halladas que, para los cuatro primeros retos institucionales, las discrepancias denotan una reducción en la percepción de los retos, esto es, con los años de actividad en el sector de alojamiento turístico en Marruecos las empresas afrontan en menor medida problemas asociados con la ausencia de proveedores, la existencia de proveedores no cualificados, el favoritismo en las decisiones de los funcionarios del gobierno o la administración pública ineficiente. Ello puede implicar que la experiencia en el sector favorece con el tiempo la identificación de proveedores adecuados, la adaptación de tales proveedores a las necesidades y demandas de la empresa de alojamiento, así como el desarrollo de conocimiento por parte de esta sobre cómo interactuar y/o realizar con éxito trámites y gestiones administrativas en el país.

Por el contrario, en lo que respecta a la percepción de la existencia de los retos relacionados con la existencia de crimen y violencia, la falta de seguridad en derechos de propiedad y el riesgo en el saqueo corporativo (i.e., adquisición fraudulenta y violenta de la empresa), los años de experiencia en el sector turístico en Marruecos provocan que las empresas del sector perciban estos en mayor medida. Tómese en consideración que tales retos son difícilmente gestionables por la empresa ya que, a diferencia de los mencionados en el párrafo anterior, más que estar asociados a la operativa de la empresa en el sector, dependen principalmente de factores externos del macro-entorno de índole político, legislativo o social.

Finalmente, y en lo que afecta a los retos institucionales aportados de forma espontánea por los participantes en el estudio, cabe destacar que estos, en la mayoría de los casos, se corresponden nuevamente con la relación de retos contemplada en la presente investigación, a excepción del relativo a la posible sustitución progresiva de cualidades de la cultura marroquí debido a una creciente modernización del país, lo que podría lógicamente restarle atractivo como destino turístico. Una relación de las aportaciones realizadas por los participantes agrupadas por categorías se incluye a continuación:

- 1) “La actividad turística es una jungla sin control y con corrupción”, “Incapacidad por parte de las autoridades para proteger contra la competencia desleal (actividades clandestinas, *riads* no autorizados, etc.) y mercado tirado por los suelos debido a las agencias de viajes online”, “El gobierno nacional evita enfrentarse a las agencias de viajes online y/o cerrar *riads* que operan como establecimientos turísticos de forma ilegal sin pagar tasas ni seguridad social a sus empleados”, “Establecimientos hoteleros y casa particulares ilegales”, “Guías locales ilegales”.
- 2) “Internet muy poco fiable”, “Los desagües en Medina a veces huelen muy mal”, “Falta de sistema de tarjetas de créditos”, “Excesivas colas en los aeropuertos que crean una mala impresión”, “Contaminación extrema en La Medina por la basura y la contaminación de las motos”, “Limpieza de playas y calles”, “Espíritu de servicio por parte de la administración es muy moderado”.
- 3) “Incompetencia, falta de apoyo y coste excesivo de los servicios bancarios”.
- 4) “Imposibilidad de obtener textos reglamentarios y opacidad en la reglamentación”, “La corrupción judicial”, “Tasas excesivas”.

- 5) "Incivismo en la población local", "Agresividad de los comerciantes hacia los turistas", "Los líos en las calles, a pesar de que ha mejorado en los últimos años, siguen intimidando a algunos turistas".
- 6) "Los recientes apuñalamientos y asesinatos en Taghazout", "La policía parece ineficaz ante robos insignificantes".
- 7) "Sustitución progresiva de cualidades de la cultura marroquí por una modernización, sin ninguna razón".

### 4.3 Percepción de retos institucionales según tamaño y tipo de establecimiento

Para analizar si los retos institucionales afectan de desigual forma a las empresas de la muestra según su tamaño, esta se dividió en dos grupos: microempresas y Pymes (pequeñas y medianas empresas). A tal objeto se unieron los grupos de pequeñas y medianas empresas inicialmente identificados de forma diferenciada acorde a la clasificación de la Unión Europea. La prueba *t* para muestras independientes reveló la existencia de diferencias significativas en la percepción de los diversos retos institucionales, tanto en el inicio de las operaciones como posteriormente.

En concreto, las microempresas de alojamiento afrontaron en mayor medida que las Pymes múltiples retos institucionales para iniciar su actividad, destacando entre ellos los siguientes: sistema sanitario ( $t= 2,172^{**}$ ), red eléctrica ( $t= 3,269^{***}$ ), tasas discriminatorias ( $t= 2,651^{**}$ ), inseguridad en los derechos de propiedad ( $t= 3,025^{***}$ ), administración pública ineficiente ( $t= 2,428^{**}$ ), ineficientes procesos de concesión de licencias para iniciar las obras ( $t= 2,492^{**}$ ), problemas para la finalización de obras ( $t= 2,564^{**}$ ), falta de experiencia en planificación turística a nivel nacional ( $t= 2,363^{**}$ ), favoritismo de los funcionarios ( $t= 1,734^*$ ), cerrar tratos de manera oficiosa sin contratos escritos que los respalden ( $t= 1,990^*$ ), falta de fiabilidad de servicios policiales ( $t= 1,817^*$ ) y la manera local de negociar ( $t= 3,444^{***}$ ). Estos resultados claramente sugieren que cuanto menor sea el establecimiento, en mayor medida sus regentes perciben la existencia de tales retos institucionales. Un análisis más pormenorizado de la información revela que, mientras las microempresas de alojamiento afrontaban principalmente retos relacionados con las actuaciones de la administración, falta de experiencia en planificación turística, problemas administrativos tanto en la concesión de licencias como para finalizar las obras, el favoritismo de los funcionarios y falta de apoyo para el desarrollo y la promoción turística, las Pymes luchaban fundamentalmente por conseguir proveedores mejor cualificados y el aumento las actividades complementarias en el destino turístico.

En lo que se refiere al desarrollo actual de la actividad empresarial alojativa, transcurrido un tiempo tras la puesta en marcha que ha permitido cosechar experiencia en el país, los análisis estadísticos realizados indican que las microempresas de alojamiento perciben significativamente más problemas relacionados con los siguientes aspectos: sistema sanitario ( $t= 2,289^{**}$ ), red eléctrica ( $t= 3,210^{***}$ ), transporte terrestre ( $t= 2,520^{**}$ ), tasas discriminatorias

( $t= 2,693^{**}$ ), inseguridad en los derechos de propiedad ( $t= 2,090^{**}$ ), administración pública ineficiente ( $t= 1,990^*$ ), concesión de licencias de obras ( $t= 1,818^*$ ), tratos oficiosos ( $t= 1,812^*$ ), falta de eficacia de políticas de defensa de la competencia ( $t= 2,408^{**}$ ), pagos irregulares ( $t= 1,896^*$ ) y la manera local de negociar ( $t= 3,177^{***}$ ). De nuevo, las empresas micro encuentran mayores problemas que las de mayor tamaño. Aunque en este caso ambos grupos comparan opinión acerca del sistema educativo. Las microempresas siguen teniendo algunos problemas con el modo local de negociar mientras que, las pequeñas y medianas, por su parte, siguen percibiendo limitadas actividades complementarias en el destino turístico.

Por otra parte, y en lo que a tipos de establecimiento se refiere, se identifican nuevamente diferencias estadísticamente significativas entre los problemas percibidos por los regentes de hoteles y de *riads*, percibiendo estos últimos con mayor intensidad tres de los retos institucionales que les afectan para operar en la actualidad en el sector de alojamiento en dicho país: los retrasos en la aduana ( $t= 2,225^{**}$ ), la existencia proveedores no cualificados ( $t= 2,939^{***}$ ) y las tasas discriminatorias ( $t= 1,930^*$ ). Si se tiene en cuenta que al ser los *riads* establecimientos alojativos de 5-6 habitaciones, los resultados aquí hallados pueden estar relacionados con el probable menor tamaño de estos frente a muchos hoteles.

#### 4.4 Test de hipótesis: percepción de retos institucionales según nacionalidad del regente del establecimiento alojativo

La nacionalidad del regente del establecimiento puede afectar la percepción de los retos institucionales existentes en el país para operar en el sector de alojamiento turístico, toda vez que cabe esperar que los nacidos y/o educados en Marruecos estén en mayor medida socializados a la cultura y dispongan de conocimiento de las formas de hacer negocios en él, por tanto, es de esperar que les resulte más sencillo el desarrollo empresarial en el país.

En la Tabla 4 se muestran las diferencias de medias entre marroquíes y extranjeros para cada problema analizado. Los resultados indican que los marroquíes, al comienzo, percibían como problemático la administración pública ineficiente ( $\bar{x}=4$ ) mientras que el resto de nacionalidades considera que los retos institucionales fundamentales para el comienzo de la andadura empresarial en el sector son la administración pública ineficiente ( $\bar{x}=4,7$ ), la no experiencia del país en planificación turística ( $\bar{x}=4,43$ ) y los proveedores no cualificados ( $\bar{x}=4,36$ ), seguidos muy de cerca por el sistema educativo ( $\bar{x}=4,23$ ), los tratos oficiosos ( $\bar{x}=4,16$ ), el favoritismo de los funcionarios ( $\bar{x}=4,13$ ) y la concesión de licencias para el inicio de las obras ( $\bar{x}=4$ ). Cabe destacar que existen diferencias significativas entre los marroquíes y los extranjeros en cuanto a los siguientes retos: sistema educativo insatisfactorio con ausencia de mano de obra cualificada ( $t= -3,280^{***}$ ), existencia de proveedores no cualificados ( $t= -3,569^{***}$ ) y el cerrar tratos de manera oficiosa sin contratos escritos que los respalden ( $t= -2,300^{**}$ ). En concreto, los extranjeros perciben más problemas de estos tres tipos que los marroquíes, lo que sugiere que debido a su menor integración en el país y a su falta de conocimiento afrontan mayores dificultades para integrarse y operar con éxito en el país.

**Tabla 4. Diferencia en percepción de retos institucionales según nacionalidad del regente del establecimiento hotelero**

Retos institucionales	Nacionalidad	Inicio actividad		Desarrollo actividad	
		Media	Prueba t	Media	Prueba t
Insuficientes servicios sanitarios básicos	Marroquí	2,65	,285	2,50	-,678
	Extranjero	2,50		2,87	
Red eléctrica insuficiente (constantes cortes eléctricos)	Marroquí	2,75	,265	2,90	,054
	Extranjero	2,60		2,87	
Infraestructura de transporte terrestre deficiente (ej. aislamiento ocasional)	Marroquí	2,40	,066	2,20	-,975
	Extranjero	2,37		2,70	
Transporte aéreo ineficiente	Marroquí	2,45	-,367	2,45	-,203
	Extranjero	2,63		2,57	
Sistema educativo insatisfactorio (carencia de mano de obra cualificada)	Marroquí	2,45	-3,280***	2,50	-2,656**
	Extranjero	4,23		4,03	
Ausencia de proveedores	Marroquí	2,70	-1,546	2,20	-1,704*
	Extranjero	3,47		3,03	
Proveedores poco cualificados	Marroquí	2,65	-3,569***	2,40	-2,695***
	Extranjero	4,37		3,77	
Tarifas arancelarias discriminatorias (ej. revisión del precio de la mercancía)	Marroquí	3,00	-,467	2,85	-,664
	Extranjero	3,27		3,23	
Retrasos por los agentes de aduanas	Marroquí	2,50	-1,332	2,50	-,897
	Extranjero	3,27		3,00	
Tasas discriminatorias (IVA soportado no reembolsado, etc.)	Marroquí	2,85	-1,351	2,50	-1,693*
	Extranjero	3,67		3,53	
Probabilidad de crimen y violencia	Marroquí	2,05	-,398	2,75	,027
	Extranjero	2,23		2,73	
Restricciones en las inversiones por razones políticas	Marroquí	2,15	-,371	2,35	-,605
	Extranjero	2,33		2,70	
Falta de seguridad en derechos de propiedad (logotipo, nombre comercial, etc.)	Marroquí	2,35	,190	2,60	-,771
	Extranjero	2,27		3,03	
Riesgo de saqueo corporativo (adquisición fraudulenta y violenta de la empresa)	Marroquí	1,75	,049	1,95	-1,408
	Extranjero	1,73		2,63	
Falta de fondos para apoyar el desarrollo y la promoción turística	Marroquí	3,70	-,366	3,80	-,351
	Extranjero	3,93		4,03	

Retos institucionales	Nacionalidad	Inicio actividad		Desarrollo actividad	
		Media	Prueba t	Media	Prueba t
Administración pública ineficiente	Marroquí	4,00	-1,280	3,75	-,915
	Extranjero	4,70		4,30	
Ineficientes procesos de concesión de licencias de obra	Marroquí	3,65	-,556	3,40	-,679
	Extranjero	4,00		3,87	
Problemas administrativos para finalizar las obras	Marroquí	3,45	-,757	3,40	-,530
	Extranjero	3,93		3,77	
Falta de experiencia en planificación y dirección turística a nivel nacional	Marroquí	3,50	-1,489	3,50	-1,588
	Extranjero	4,43		4,50	
Favoritismo en las decisiones de los funcionarios del gobierno	Marroquí	3,40	-1,140	3,15	-,920
	Extranjero	4,13		3,80	
Cerrar tratos de manera oficiosa, sin contratos escritos que respalden	Marroquí	2,85	-2,300**	2,80	-1,968*
	Extranjero	4,17		4,03	
Falta de eficacia de políticas de defensa de la libre competencia	Marroquí	3,35	-,030	3,00	-1,301
	Extranjero	3,37		3,83	
Severidad de regulaciones medioambientales	Marroquí	2,55	-,035	2,60	,000
	Extranjero	2,57		2,60	
Falta de fiabilidad de servicios policiales	Marroquí	3,25	-,786	3,00	-1,447
	Extranjero	3,77		3,97	
Pagos irregulares (decisiones judiciales, recaudación de impuestos, etc.)	Marroquí	3,45	,081	3,00	-1,071
	Extranjero	3,40		3,73	
La manera local de negociar	Marroquí	3,00	-1,472	3,10	-1,477
	Extranjero	3,83		4,00	
Problemas culturales por cuestiones religiosas	Marroquí	2,20	-1,239	2,05	-1,868*
	Extranjero	2,87		3,00	
Limitada oferta de actividades complementarias para el huésped	Marroquí	3,70	,301	3,50	-,207
	Extranjero	3,50		3,63	

\*\*\*p<0,01; \*\* p<0,05; \* p<0,1.

Fuente: elaboración propia

En lo que se refiere al desarrollo de la actividad empresarial en el sector, esto es, en la actualidad, los resultados muestran cómo los nacidos en el país siguen sin percibir grandes problemas ya que apuntan como principales obstáculos solo cuatro, que además no alcanzan una media de 4 puntos en la escala de 7 puntos considerada: falta de fondos para apoyar el desarrollo y la promoción turística ( $\bar{x}=3,8$ ), administración pública ineficiente ( $\bar{x}=3,75$ ), falta de experiencia en planificación turística en el ámbito nacional ( $\bar{x}=3,5$ ) y limitadas actividades complementarias ( $\bar{x}=3,5$ ).

Los regentes nacidos en otros países, sin embargo, además de compartir la existencia de tales retos institucionales, si bien con mayores puntuaciones medias, también amplían el catálogo de retos existentes para operar en el país, destacando: no experiencia en planificación turística ( $\bar{x}=4,5$ ), administración pública ineficiente ( $\bar{x}=4,3$ ), tratos oficiosos, falta de fondos para apoyar el desarrollo y la promoción turística y sistema educativo, al mismo nivel ( $\bar{x}=4,03$ ) y la manera local de negociar ( $\bar{x}=4$ ).

Los resultados, además, indican que las diferencias entre nacidos y no nacidos en Marruecos son significativas para los retos relativos al sistema educativo y por ende carencia de mano de obra cualificada ( $t= -2,656^{**}$ ), ausencia de proveedores ( $t= -1,704^*$ ), proveedores no cualificados ( $t= -2,695^{***}$ ), tasas discriminatorias, por ejemplo, con el IVA soportado no reembolsado ( $t= -1,693^*$ ), tratos oficiosos ( $t= -1,968^*$ ) y los problemas culturales por motivos religiosos ( $t= -1,868^*$ ). Los extranjeros, una vez más, perciben más problemas en todos los casos lo que corrobora las reflexiones previamente aportadas para justificar tales diferencias.

Las evidencias halladas, por consiguiente, ofrecen apoyo y permiten aceptar la hipótesis H1 formulada en la que se establece que *Los directivos y empresarios foráneos, frente a los locales, percibirán mayores retos institucionales tanto para la puesta en marcha de la actividad como para su desarrollo posterior en una economía emergente o en desarrollo.*

## 5. CONCLUSIONES

Este trabajo ha tenido como objetivo analizar los retos institucionales que afrontan las empresas hoteleras en las economías en desarrollo. La muestra de estudio ha estado integrada por 50 establecimientos situados en Marruecos, siendo 20 de ellos regentados por empresarios y directivos locales y el resto por extranjeros. Los resultados alcanzados realizar dos contribuciones relevantes a la literatura.

En primer lugar, se identifican 28 retos institucionales que afronta la empresa hotelera en estas economías, distinguiendo a este respecto los períodos de puesta en marcha de la actividad y su posterior desarrollo. En concreto, todos los participantes en el estudio apuntan como los retos institucionales más comunes y que más problemas generaron al operar por primera vez en el país los siguientes: la ineficiencia de la administración pública, la falta de experiencia en planificación turística del país, los ineficientes procesos en concesión de licencias de obras, el favoritismo de los funcionarios, el hecho de que los proveedores no es-

tán cualificados y un sistema educativo insatisfactorio (con falta de capacidad para generar mano de obra cualificada). En la actualidad, sin embargo, una vez superada la fase de inicio de la actividad, los retos institucionales que afrontan estas empresas son, en orden decreciente de importancia: la falta de experiencia en planificación turística del país, la administración pública ineficiente y la falta de promoción turística. Esto no quiere decir que el resto de problemas no se produzca o que no afecte a las operaciones de la empresa, sino que en estos se han producido ligeras mejoras o que otros están empezando a cobrar mayor importancia, como son el crimen y la violencia, la falta de seguridad en derechos de propiedad y el saqueo corporativo (i.e., adquisición fraudulenta y violenta de la empresa). Resalta, además, debido al carácter espontáneo de estas respuestas, que el 26% de los participantes recalca la existencia de problemas relacionados con la corrupción y la incompetencia por parte de los empleados públicos, al comienzo de la actividad; y trabas relacionadas con la corrupción y la competencia desleal –en especial de *riads* y casa de invitados– en la actualidad.

La segunda contribución de este trabajo se relaciona con la identificación diferenciada de los retos institucionales que afectan a los establecimientos alojativos según su tamaño, tipo de establecimiento, así como el origen nacional o foráneo de los directivos que los regentan. A este respecto, y atendiendo al tamaño de los establecimientos (microempresas, pequeñas o medianas), el trabajo confirma que los alojamientos más pequeños perciben más problemas, tanto al inicio de la actividad como en su posterior desarrollo. Además, el tipo de retos institucionales varía según el tamaño, ya que en el inicio de la actividad mientras las microempresas luchan fundamentalmente por solventar dificultades relacionadas con los organismos públicos (problemas en la concesión de licencia de obras, favoritismo de funcionarios, etc.), las Pymes se esfuerzan por encontrar mejores proveedores y aumentar las actividades complementarias del destino turístico. Independientemente del tamaño de los establecimientos, se observa que los *riads* encuentran una problemática mayor que los hoteles. En lo que se refiere al origen de los regentes de estos establecimientos, los resultados muestran que son los extranjeros los que perciben más retos institucionales y con más gravedad. Por ejemplo, y en lo que afecta al desarrollo actual de las operaciones del establecimiento alojativo, mientras que los nacidos en el país consideran que no existen problemas de gran envergadura, los extranjeros afrontan retos institucionales relativos a la falta de experiencia en planificación turística del país, la administración pública ineficiente o la falta de apoyo para la promoción turística, entre otros. Cabe destacar que existe unanimidad por parte de los directivos extranjeros en un aspecto tan importante para el desarrollo de un país como es el sistema educativo, considerándose ineficiente para generar mano de obra cualificada. Frente a esta evaluación, para los directivos nativos, este sistema es, como mínimo, aceptable y para ellos no supone un reto institucional a destacar.

Dado que los retos institucionales identificados no son fáciles de afrontar por parte de la empresa, principalmente cuando esta es gestionada por directivos foráneos, y que tales retos pueden llevar a los directivos a plantearse la idoneidad de seguir adelante con el proyecto empresarial, los hallazgos de este trabajo son también de utilidad para las autoridades de las

economías menos desarrolladas. En concreto, nuestros hallazgos pueden servir de guía para orientar y priorizar las actuaciones políticas con el ánimo de reducir los retos institucionales identificados y/o su impacto en las empresas. Ello permitiría a las autoridades de estos países ser más eficientes en la promoción de la actividad empresarial hotelera, necesaria para impulsar el desarrollo del sector turístico. Por ejemplo, dado que la ausencia de proveedores y el carácter no cualificado de estos afecta principalmente a las empresas en el momento de la entrada a la actividad, desde la administración podría reducirse el impacto de tal obstáculo mediante la elaboración de una relación de proveedores cualificados que se facilitara a los entrantes al sector. Superar en sí mismo el reto, por otra parte, parece también necesario y relevante, y ello podría requerir el desarrollo de actuaciones más complejas, tales como el diseño de programas adecuados de formación para las empresas proveedoras locales, o el establecimiento de incentivos para promover que estos adquieran los recomendables sellos de calidad. Similar forma de proceder podría seguirse para aminorar y combatir los retos que particularmente afrontan los directivos foráneos para operar en el país.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACEMOGLU, D. y ROBINSON, J.A. (2012), *Why nations fail: The origins of power, prosperity, and poverty*, New York: Crown Business.
- BANCO MUNDIAL (2017), *Doing Business 2017: Equal Opportunity for All*. Recuperado de <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2017> [Fecha de consulta: junio de 2017].
- CANTWELL, J., DUNNING, J.H. y LUNDAN, S.M. (2010), "An evolutionary approach to understanding international business activity: the co-evolution of MNEs and the institutional environment", *Journal of International Business Studies*, 41, 567–586.
- CAVUSGIL, S.T., KNIGHT, G.A. y RIESENBERGER, J.R. (2014), *International Business: the new realities*. Pearson.
- CHOI, C.J., KIM, S.W. y KIM, J.B. (2010), "Globalizing Business Ethics Research and the Ethical Need to Include the Bottom-of-the-Pyramid Countries: Redefining the Global Triad as Business Systems and Institutions", *Journal of Business Ethics*, 94, 299–306.
- COFACE (2017), *Country risk assesment map*. Recuperado de: [www.coface.com](http://www.coface.com) [Fecha de consulta: 8 de junio de 2017].
- DE MADARIAGA, M.R. (2007), "El Protectorado Español en Marruecos: algunos rasgos distintivos y su proyección en el presente", *Anales de Historia Contemporánea*, 23, 1, 171–182.
- DIMAGGIO, P.J. y POWELL, W.W. (1983), "The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields", *American Sociological Reviews*, 48, 147–160.
- ERIKSSON, K., JOHANSON, J., MAJKGARD, A. y SHARMA, D.D. (1997), "Experiential knowledge and cost in the internationalization process", *Journal of International Business Studies*, 28, 2, 337–360.
- FMI (2017), *World Economic Outlook Database April 2017*. Recuperado de <http://www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=28>
- FREEDOM HOUSE (2017). Recuperado de: [www.freedomhouse.org](http://www.freedomhouse.org) [Fecha de consulta: 8 de junio de 2017].
- GARCÍA LUENGOS, J. (2013), *La primavera árabe en Marruecos. La sociedad civil marroquí. ECEM*.
- GARCÍA-CABRERA, A.M., SUÁREZ-ORTEGA S., y DURÁN-HERRERA, J. (2016), "Multinational corporations, co-evolution, and sustainable tourism in Africa", *European Journal of Tourism Research*, 13, 23–42.

- GARCÍA-CABRERA, A.M. y DURÁN-HERRERA, J.J. (2014), "Does the tourism industry coevolve?" *Annals of Tourism Research*, 47, 77–95.
- GAUR, A.S., DELIOS, A. y SINGH, K. (2007), "Institutional environments, staffing strategies, and subsidiary performance", *Journal of Management*, 33, 611–636.
- HENISZ, W. J. (2000), "The institutional environment for multinational investment", *Journal of Law, Economics and Organizations*, 16, 2, 334–364.
- HERITAGE FOUNDATION (2017), *Index of Economic Freedom*. Recuperado de: <http://www.heritage.org/index/> [Fecha de consulta: junio de 2017].
- JACKSON, G. y DEEG, R. (2008), "Comparing capitalism: understanding institutional diversity and its implications for international business", *Journal of International Business Studies*, 39, 4, 540–561.
- JAVERNICK-WILL, A.N. (2009), "Organizational learning during internationalization: acquiring local institutional knowledge", *Construction Management and Economics*, 27, 8, 783–797.
- KHANNA, T. y PALEPU, K. (1997), "Why focused strategies may be wrong for emerging markets", *Harvard Business Review*, 75, 4, 41–48.
- LIU, A. y WALL, G. (2006), "Planning tourism employment: a developing country perspective", *Tourism Management*, 27, 159–170.
- LU, J.W. (2002) "Intra- and inter-organizational imitative behavior: Institutional influences on Japanese firms' entry mode choice", *Journal of International Business Studies*, 33, 19–37.
- MEYER, K.E., ESTRIN, S., BHAUMIK, S., y PENG, M.W. (2009), "Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies", *Strategic Management Journal*, 30, 1, 61–80.
- MEYER, J.W. y ROWAN, B. (1977), "Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony", *American Journal of Sociology*, 83, 340–363.
- MINISTÈRE DE TOURISME ET DE L'ARTISANAT (2010), *Stratégie de Développement Socioéconomique*. Recuperado de: <http://www.orientalinvest.ma/telechargementfichiers/tourisme/Plaqueette-2020-FR-bat.pdf> [Fecha de consulta: junio de 2017].
- NORTH, D.C. (1990), *Institutions, institutional change, and economic performance*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL EN RABAT (2017), *Informe económico y comercial. Marruecos*. Recuperado de: <http://rusia.oficinascomerciales.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/sectores/industria-y-tecnologia/documentos/DOC2017698989.html?sectores=-1> [Fecha de consulta: junio de 2017].
- OMT (2013), *Marruecos: la OMT y el PNUD apoyan el nuevo sistema de clasificación de*

- alojamientos turísticos*, PR No.: PR13029. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-05-02/marruecos-la-omt-y-el-pnud-apoyan-el-nuevo-sistema-de-clasificacion-de-aloj> [Fecha de consulta: 15 de junio de 2017].
- OMT (2016), *Panorama OMT del turismo internacional*. (Fecha consulta: junio de 2017). Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>
  - PETERSEN, B., PEDERSEN, T. y LYLES, M.A. (2008), "Closing knowledge gaps in foreign markets", *Journal of International Business Studies*, 39, 1097–1113.
  - PHILLIPS, N., TRACEY, P. y KARRA, N. (2009), "Rethinking institutional distance: strengthening the tie between new institutional theory and international management", *Strategic Organization*, 7, 3, 339–348.
  - REPORTEROS SIN FRONTERAS (2017), *Clasificación de libertad de Prensa /Clasificación mundial 2017*. Recuperado de: [www.rsf-es.org](http://www.rsf-es.org) [Fecha de consulta: 10 de junio de 2017].
  - SAFFU, K., APORI, S.M., ELIJAH-MENSAH, A. y AHUMATAH, J. (2008), "The Contribution of Human Capital and Resource-based View to Small-and Medium-sized Tourism Venture Performance in Ghana", *International Journal of Emerging Markets*, 3, 3, 268–284.
  - SANTANDER (2017), *Marruecos: política y economía*. Recuperado de: <https://es.porta.santandertrade.com> [Fecha de consulta: 10 de junio de 2017].
  - SANTANGELO, G.D. y MEYER, K.E. (2011), "Extending the internationalization process model: Increases and decreases of MNE commitment in emerging economies", *Journal of International Business Studies*, 42, 894–909.
  - SCOTT, W. R. (2001). *Institutions and organizations*, Sage, Thousand Oaks, Calif.
  - SUÁREZ-ORTEGA, S.M., GARCÍA-CABRERA, A.M. y KNIGHT, G.A. (2016), "Knowledge acquisition for SMEs first entering developing economies: Evidence from Senegal", *European Journal of Management and Business Economics*, 25, 1, 22–35.
  - TAO, T.C.H. y WALL, G. (2009), "Tourism as a sustainable livelihood strategy", *Tourism Management*, 30, 90–398.
  - TRANSPARENCY INTERNACIONAL (2017), *Índice de percepción de la corrupción 2016*. Recuperado de: [www.transparency.org](http://www.transparency.org) [Fecha de consulta: 5 de junio de 2017].
  - UNWTO (2012), *Barometer of The World Tourism Organization*. Retrieved from <http://www.eunwto.org/loi/wtobarometereng>. Accessed 10 June 2013.
  - ZAHEER, S. (1995), "Overcoming the liability of foreignness", *Academy of Management Journal*, 38, 2, 341–363.

## Artículos

# **R**ecensión



## RECENSIÓN DEL LIBRO

# Poverty Alleviation through Tourism Development: A Comprehensive and Integrated Approach

Miroslav Horák, Ph.D.<sup>1</sup>

*Profesor Asistente, Departamento de Idiomas y Estudios Culturales, Facultad de Desarrollo Regional y Estudios Internacionales, Universidad de Mendel en Brno, Brno, República Checa*

Tel.: +420545136253

E-mail: miroslav.horak.ujks@mendelu.cz

Croes, R., & Rivera, M. (2016). *Poverty Alleviation Through Tourism Development: A Comprehensive and Integrated Approach*. Oakville, ON: Apple Academic Press, Inc., pp. 240.

El libro más reciente de Croes y Rivera plantea que el encuentro entre la persona “desarrollada” y la “no desarrollada” o el “rico” y el “pobre”, puede resultar en algo positivo. Es como si dos hijos que pertenecen a clases sociales diferentes se enamoran, pero sus padres, en este caso el “Este” y el “Oeste”, no apoyan su unión. A pesar de ello, ellos – aunque no respaldados por sus respectivas familias – siguen buscando la forma de verse, de encontrarse.

Inicialmente no pueden visitarse muy a menudo. En la era del industrialismo, la movilidad de cada uno estaba limitada, ya que no tenían (suficiente) tiempo libre. Posteriormente, los obstáculos se relacionan en mayor medida con la falta de recursos de la hija del “Este”. Esta sufría por ello, ya que él podía visitar más a menudo su propia ciudad y quedarse por largo tiempo hasta tal punto que la familia de ella no podía soportarlo, porque estas visitas prolongadas llegaban a afectar las buenas costumbres de su hogar, originando cambios irreversibles en toda la sociedad.

A ella también le angustiaba el hecho de saber que era incapaz de poder resolver diversas situaciones al igual que le sucedía a él. Esto era originado debido

---

<sup>1</sup> El autor agradece el apoyo financiero recibido del proyecto FRRMS\_I GA\_2018/001

al desencadenamiento de problemas relacionados con el género, hasta hoy persistentes en buena parte del incorrecta y peyorativamente llamado el “tercer mundo”. Asimismo, actos injustos sucedían uno tras otro hasta provocar conflictos o guerras entre las familias y parientes conscientes de lo que acontecía.

Por este motivo, los hijos buscan otras formas de estar en contacto para mejorar su relación (ej. el turismo sostenible, ecológico o comunitario), como estrategias alternativas. Lamentablemente ninguna de estas produce algún cambio radical. Pareciera como que, al resto del mundo, no le gustara que se vieran y que su amor crezca. Podría concluirse que para ambas partes es mejor no interrumpir el destino y vivir en condiciones desconocidas.

El desarrollo del “Este” y “Oeste” sigue la misma trayectoria durante la era del así llamado Colonialismo, sólo que la relación se invierte, ya que la hija del “Este” conoce también las diversas maneras de cómo aprovecharse de lo que ofrecen las tierras de su pareja. Es como si la atracción original se hubiera convertido en algo pragmático y utilitario, perdiendo así el sentido y el amor que al inicio se profesaban.

Como consecuencia de esta relación fracasada, nace el Neocolonialismo, que contribuye a la diseminación de una “imaginación persistente” en la mentalidad de la gente que vive en un mundo dividido en diferentes polaridades o extremos. Las “imágenes artificiales” sobre la alta calidad de vida –actualmente transmitidas en la mayoría de medios de comunicación y que los viajeros ayudan a transmitir rápidamente entre continentes– suelen desinformar o incluso empeorar los problemas ya mencionados. Sin embargo, el problema no es artificial sino humano (sociocultural, económico, político etc.), pues la solución está también en las manos del hombre.

En mi opinión, el turismo se debe analizar dentro del contexto de la así llamada “glocalización”. Este término se refiere al proceso por el cual la gente local utiliza, cambia, acepta o rechaza la cultura “trans-local”. A pesar de estar sometida a la presión global, las comunidades de individuos son capaces de filtrar sus efectos a través de sus propias experiencias, necesidades y oportunidades.

Este concepto comenzó a extenderse en los años ochenta, del siglo XX, entre los vendedores japoneses y se convirtió en una de las palabras más populares para el marketing a principios de los años noventa.

George Ritzer, uno de los sociólogos más populares que estudia el tema, mantiene la teoría económica a un lado y se centra en los aspectos culturales de la “globalización”. Menciona que puede considerarse la globalización como un fenómeno característico de la sociedad contemporánea. Asimismo, sostiene que el concepto de “glocalización” se utiliza en un sentido general y al tiempo con un enfoque particular sobre la “globalización de la cultura” y la “globalización de la cultura del consumo”.

Profundizando en esta idea, y de acuerdo con Roland Robertson, estudioso de la globalización, la “glocalización” es uno de los conceptos clave de la “hibridación cultural”. La hibridación cultural, junto con el “diferencialismo cultural” y “convergencia cultural”, está relacionada con los principales enfoques culturalógicos de la globalización (es decir, aquí entra en juego la teoría de la heterogeneidad y homogeneidad cultural).

Según Ritzer la “hibridación” es un concepto de la globalización muy positivo, casi romántico. Lo considera como un proceso profundamente creativo porque mantiene, y al tiempo puede incrementar, la heterogeneidad en diferentes lugares.



Con respecto a dicha definición, la glocalización puede interpretarse como la “intersección de lo global y local”, que en diversos entornos resulta en la aparición de productos particulares. Estos productos o “híbridos culturales” proceden de la combinación de dos o más elementos de diferentes culturas y/o partes del mundo.

Los productos globales absorben a los locales y los transforman. Es decir, es el resultado de la cohabitación forzada o concubinato. Tal y como menciona en un lenguaje metafórico el sociólogo, filósofo y ensayista Zygmunt Bauman, se trata de una relación en la cual se mezcla la atracción con el disgusto; como aquel amor que anhela la cercanía, pero se encuentra con el odio que origina la distancia.

Por lo tanto, la glocalización abarca tanto las tendencias de expansión y de aculturación que son típicas de los fenómenos socioculturales cuando éstos son de interés para los consumidores. Los individuos y grupos de residentes locales tienen una fuerte capacidad de adaptarse, innovar y maniobrar en el “mundo glocalizado”. Sin embargo, para que la glocalización tenga un sentido debe incluir por lo menos un componente que se relaciona con la cultura local.

Al igual que Ritzer, Néstor García Canclini, antropólogo y crítico cultural argentino, contempla el concepto de glocalización también como una “hibridación”. Para ambos, la glocalización es equivalente al proceso sociocultural mediante el cual la estructura o las prácticas previamente existentes, son independientes y al tiempo se combinan entre sí para formar estructuras o prácticas nuevas. La hibridación en este sentido no es sinónimo de una fusión, sino que se convierte en un artilugio teórico para explicar los conflictos que se producen cuando se produce un encuentro entre culturas.

Como podemos observar en los ejemplos presentados en el libro de Croes y Rivera, sobre su investigación sobre el turismo, existen diferentes perspectivas: global, nacional, regional y (micro) local. Asimismo, se menciona que la globalización provoca diversas reacciones. Ahora bien, Ritzer menciona que estas alternativas están relacionadas con las variantes que existen desde el nacionalismo fundamental hasta el cosmopolitismo universal. Debido a ello cada una de las perspectivas anteriormente mencionadas, proporcionan conclusiones limitadas. Esto se debe a que, por un lado, es difícil examinar la expansión de un fenómeno (como el turismo) a escala mundial, aunque algunos investigadores lo están intentando. Por otro lado, también puede ser una consecuencia de que la definición de región, en la cual el fenómeno ya se ha producido, aún resulte bastante vaga.

Como mencioné anteriormente, la glocalización se encuentra en la intersección de tendencias que desde un punto de vista externo pueden parecer contradictorias, pero que están ocurriendo a escala global. Es decir, este fenómeno sociocultural se está convirtiendo en foco de interés para la cultura del consumo que luego manipula, según su discreción, y la incorpora en sus prácticas sociales. Como mencionó el presidente de la Asociación de Estudios Globales (The Global Studies Association), Leslie Sklair, “el capitalismo se basa en la noción de una relación directa entre lo global y lo local que dará lugar a un mejor nivel de vida para todos”. De esta forma, los fenómenos socioculturales se pueden intercambiar desde un dominio de la realidad social hacia otro, aunque desarraigados y despojados de las relaciones originales.

De esta manera el turismo se convierte en una gama de productos y servicios que los proveedores adaptan a las necesidades locales. Por lo tanto, también se amplifica el número de usuarios potenciales,

ya que los productos y servicios modificados parecen ser más accesibles. Sin embargo, el objetivo no es sólo satisfacer al máximo a los clientes sino, al mismo tiempo, maximizar el beneficio del proveedor y por ende de su compañía.

Estos y otros ejemplos de glocalización pueden entenderse como una evidencia de la desintegración de los valores que anteriormente contribuyeron a mantener la cohesión de los grupos sociales.

En este contexto, Ritzer introdujo el concepto “criollización”, término que se utiliza para referirse al mestizaje de varias razas diferentes, añadiendo también a ello la idea de “criollización de las lenguas y culturas” que antes eran mutuamente incomprensibles. Como resultado de ello, según dicho autor, no existe un mundo tradicional sino que todo es un proceso permanente de diferenciación de las culturas.

Como mencionó Marek Halbich, un antropólogo sociocultural reconocido que se dedica al cambio ecológico producido por el turismo en Madagascar, el término “hibridación” suele confundirse con otros como el “mestizaje” y el “sincretismo”. Estos terminos en el entorno de América Latina a menudo se emplean de manera arbitraria. El primero es inadecuado debido a su connotación predominantemente biológica, mientras que el segundo se asocia más a expresiones utilizadas en el contexto de la religión (es decir, con el sincretismo religioso) o movimientos tradicionalistas. Frente a ellos, el término propuesto, “hibridación”, describe mejor las variedades de interculturalidad.

De todas maneras, la “glocalización”, la “hibridación” y la “criollización” son términos que están relacionados con la imagen de un individuo (o grupo de estos), emancipado e independiente, que se resiste a la presión de la globalización, adaptando elementos locales a su propia imagen. Sin lugar a dudas, estos conceptos contribuyen a tener una noción de la globalización como tal, porque originan nuevos productos de consumo. Jean-Claude Usunier y Julie Lee en su famoso libro “El marketing a través de las culturas” (*The Marketing Across Cultures*) añade en este sentido, que el consumo es actualmente un factor clave para la cultura y que los consumidores son, en comparación con períodos anteriores, conscientes de que sus decisiones tendrán un impacto sobre la cultura posteriormente.

En comparación con el período anterior, caracterizado por intervencionismo estatal, en la actualidad vivimos en una época dominada por las redes de mercado, financieras y comerciales. Somos también testigos de la movilización de ideologías de tipo político y religioso que no pueden ser gestionadas por instrumentos institucionales. Las sociedades contemporáneas no son sólo post-modernas y post-materiales, sino también deberían ser denominadas post-sociales. Como ya ha sido mencionado anteriormente, las sociedades han perdido la capacidad para mantener el control de sí mismas. A escala mundial, se están produciendo procesos de “de-socialización” o “re-socialización”. Estos procesos se caracterizan por el debilitamiento irreversible de todas las estructuras sociales convencionales (desde la familia hasta el estado).

Finalmente, el libro de Croes y Rivera aporta varias explicaciones relacionadas con la pobreza, enfocándose principalmente en la vertiente económica de ésta. Asimismo, brinda interesantes ejemplos relacionados con los países centroamericanos. Particularmente, recomendaría el libro a todas aquellas personas interesadas en esta problemática, así como a estudiosos de la misma ya que, al ofrecer una relación amplia de referencias actuales y relevantes en este campo, el lector puede encontrar en él una base teórica de gran valor para acometer sus investigaciones.

## RECENSIÓN DEL LIBRO

# Responsible tourism: Using tourism for sustainable development (2<sup>nd</sup> edition) (2016)

Goodfellow Publishers Limited: Oxford  
(Reino Unido). 286 págs.

Reseña monográfica elaborada por:

Francisco Javier Gutiérrez Pérez. Investigador postdoctoral del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

[francisco.gutierrez@ulpgc.es](mailto:francisco.gutierrez@ulpgc.es)

Me complace presentar al lector la segunda edición de una de las referencias imprescindibles en la reciente literatura sobre desarrollo turístico, el libro "Responsible tourism: Using tourism for sustainable development", publicado en 2016 por la editorial Goodfellow Publishers Limited.

Su autor es HAROLD GOODWIN, profesor emérito de la Universidad Metropolitana de Manchester y director fundador del Centro Internacional de Turismo Responsable (ICRT, por sus siglas en inglés). La extensa trayectoria profesional e investigadora del profesor Goodwin queda avalada por sus múltiples trabajos a nivel internacional con comunidades locales, autoridades, organizaciones no gubernamentales y empresas directa o indirectamente relacionadas con la industria turística. Entre sus ámbitos de investigación destacan el turismo, el desarrollo económico local, el alivio de la pobreza y la conservación medioambiental.

Esta dilatada experiencia le ha inferido una visión crítica, con una importante carga ética y en ocasiones moralista, sobre las bondades del turismo y, más concretamente, sobre ciertos planteamientos aún vi-

gentes para abordar el complejo desafío del desarrollo sostenible. Múltiples son también las publicaciones en las que Goodwin ha investigado sobre los impactos del turismo en el medio ambiente y las personas, llegando incluso a protagonizar en las páginas de la revista "Third World Quarterly" un enriquecedor e inusual debate académico con David Harrison, quien criticaba de manera constructiva la "falta de solidez teórica" y la "contribución marginal" al ámbito académico y profesional [HARRISON (2008):859] de los principios del enfoque "Turismo Pro-Pobre", impulsado a principios de siglo, entre otros, por el propio Goodwin [ASHLEY, BOYD Y GOODWIN (2000)]. Dicha crítica fue rebatida en la misma revista por Goodwin, quien, además de hacer una oportuna autocrítica, aportaba en su artículo aclaraciones conceptuales a las críticas de Harrison y algunos ejemplos reales de cómo el turismo no sólo puede, sino que también debe beneficiar a las poblaciones más pobres [GOODWIN (2008):870].

"La sostenibilidad es el objetivo, la responsabilidad es el medio" [GOODWIN (2016): 1] sería el eslogan idóneo para remover conciencias entre los distintos agentes de la industria turística (empresas, instituciones, académicos y turistas) y, al mismo tiempo, condensar en breves palabras el planteamiento general que subyace en este libro, que supone una actualización y ampliación de la edición original de 2011 denominada "Taking Responsibility for Tourism". En concreto, el autor añade a la nueva edición el análisis de temas clave introducidos desde entonces en el debate académico-profesional sobre turismo y desarrollo, tales como la *resiliencia*, el voluntarismo, la protección de la infancia, el reto de la desintermediación, la relación entre el turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y el bienestar de los animales.

En esta segunda edición, los contenidos se mantienen agrupados en dos grandes partes claramente diferenciadas. La primera de ellas, titulada "¿Por qué Turismo Responsable?", consta de tres capítulos, que sirven al autor para reflexionar y teorizar sobre la necesidad de fomentar el turismo responsable como el camino más propicio para alcanzar en cierta manera el tan ansiado logro del desarrollo sostenible. Para ello, comienza el primer capítulo delimitando la definición de turismo responsable, diferenciándolo claramente del "irrealista e inalcanzable" turismo sostenible [GOODWIN (2016): 11], mediante una síntesis de diversos temas estrechamente relacionados: la evolución del turismo sostenible como posible oxímoron; el dilema de la Tragedia de los Comunes [HARDIN (1968)]; el legado de Krippendorf, como precursor del concepto de turismo responsable [KRIPPENDORF (1987)]; y los impactos y mitos surgidos en torno a la evolución de dicho concepto como movimiento social.

El segundo capítulo se dirige a analizar el negocio del turismo responsable, destacando las expectativas existentes sobre los agentes económicos de la industria turística para que asuman un papel relevante en este movimiento. Con incluso mayor vehemencia, el autor apela también a la responsabilidad de los propios turistas en sus decisiones como consumidores a la hora de viajar y disfrutar de sus vacaciones. Goodwin explica, con la inclusión de ejemplos en ciertos destinos turísticos, cómo el surgimiento de una comunidad inversora ética y socialmente responsable ha obligado a la industria del turismo a poner mayor énfasis en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la sostenibilidad, lo que redundará en último término a un aumento del valor para los accionistas e inversores y a una reducción del riesgo

que éstos asumen. Para cerrar este capítulo, Goodwin reflexiona sobre algunas oportunidades e intentos fallidos surgidos en este ámbito empresarial.

El tercer y último capítulo de esta primera parte se centra en el turismo responsable en destinos, tema bajo el cual Goodwin ha auspiciado en los últimos años una relevante serie de conferencias internacionales. En concreto, el autor examina en este capítulo el propósito del turismo para contribuir a “crear mejores sitios para vivir y visitar” [GOODWIN (2016): 102], abarcando temas como el desarrollo económico, la gobernanza, la inclusión social, el marketing y la relación entre sostenibilidad y *resiliencia*.

En la segunda parte del libro, titulada “Turismo Responsable en la práctica”, es donde el autor vuelca su vasta experiencia en la industria del turismo, tanto como profesional/académico o simplemente como turista, para refrendar sus argumentos con una amplia variedad de casos prácticos que ilustran algunas de las formas en que la industria del turismo está asumiendo seriamente la responsabilidad y la sostenibilidad.

Dichos casos se estudian desde un triple enfoque: 1) la responsabilidad social, a través del análisis de conceptos como el patrimonio y la autenticidad, los encuentros entre anfitriones e invitados, el turismo hedonístico, la relación entre filantropía y voluntariado y la explotación y protección infantil; 2) la responsabilidad económica, con temas clave como la sobreoferta, el “todo incluido”, el turismo de base comunitaria, la reducción de la pobreza a través del turismo, el turismo de suburbios, el turismo pro-pobre, los valores compartidos y los ODS; y 3) la responsabilidad ambiental, considerando entre otros temas, el carácter finito de los recursos, las emisiones de gases de efecto invernadero, la economía verde, la conservación, el ecoturismo, la certificación de turismo sostenible, el bienestar de los animales y la aviación responsable.

En el capítulo de conclusiones el autor realiza un desglose de diversas prácticas éticas con las que pretende promover una mayor responsabilidad turística, junto con múltiples sugerencias para el turismo y el viaje responsable. Finaliza esta edición con una proyección de Goodwin sobre el escenario que se avecina en los próximos diez años y los desafíos que debemos afrontar para poder seguir avanzando en el desarrollo responsable y sostenible del turismo.

Escrito con una prosa accesible, directa y amena, a la vez que rigurosa desde el punto de vista académico, este libro representa fielmente los postulados que viene defendiendo su autor de manera apasionada en las últimas décadas y debería ser una referencia de cabecera para todas aquellas personas que participan o participarán en la planificación y gestión de nuestros destinos turísticos. En especial, se recomienda su lectura a profesionales, académicos y estudiantes con interés en promover la sostenibilidad del desarrollo turístico mediante la responsabilidad social, económica y medioambiental. Finalmente, este libro también debería ser de obligada lectura para turistas que pretendan seguir disfrutando de sus vacaciones siendo éticamente responsables de sus decisiones como consumidores de productos y servicios turísticos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHLEY, C., BOYD, C., Y GOODWIN, H. (2000). "Pro-poor tourism: Putting poverty at the heart of the tourism agenda". *Natural Resource Perspectives*, No. 51, págs. 1-6.
- GOODWIN, H. (2008). "Pro-poor Tourism: a response". *Third World Quarterly*, Vol. 29, No. 5, págs. 869-871.
- GOODWIN, H. (2016). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development (2nd edition)*. Goodfellow Publishers Limited: Oxford, Reino Unido. 286 págs.
- HARDIN, G. (1968). "The Tragedy of the Commons". *Science*, Vol. 162, No. 3859, págs. 1243-1248.
- HARRISON, D. (2008). "Pro-poor Tourism: a critique". *Third World Quarterly*, Vol. 29, No. 5, págs. 851-868.
- KRIPPENDORF, J. (1987). *The Holidaymakers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Heinemann: Oxford, Reino Unido. 160 págs.

# **E**valuadores





---

La Revista de Responsabilidad Social de la Empresa agradece la inestimable colaboración por la evaluación anónima realizada a los trabajos recibidos para esta revista.

Alfranca	Óscar	Universidad Politécnica de Cataluña
Amengual	Arnau	Universidad de las islas Baleares
Amores Salvadó	Javier	Universidad Complutense de Madrid
Avilés	Carmen	Universidad Politécnica de Madrid
Ayuso	Silvia	Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI)
Ballesteros	Carlos	Universidad Pontificia de Comillas
Barañano	Margarita	Universidad Complutense de Madrid
Benavides	Juan	Universidad Complutense de Madrid
Cabello	Carmen	Universidad Pablo de Olavide
Cabrera Suárez	Katiuska	Universidad de las Palmas de Gran Canaria
Calveras	Aleix	Universidad de las islas Baleares
Casani	Fernando	Universidad Autónoma de Madrid
Cea	José Luis	Universidad Autónoma de Madrid
Cea Moure	Ramiro	Universidad Autónoma de Madrid
Claver	Enrique	Universidad Técnica de Lisboa
Corado Simões	Victor	Universidad Técnica de Lisboa
Cuenca García	Eduardo	Universidad de Granada
De Andrés	Pablo	Universidad Autónoma de Madrid
De Godos	José Luis	Universidad de León
De la Cruz Déniz	María	Universidad de las Palmas de Gran Canaria
De la Cuesta	Marta	Universidad Nacional de Educación a Distancia
De la Torre	Isabel	Universidad Autónoma de Madrid
Delgado	Javier	Universidad de Granada
Díaz	Ana	Universidad Autónoma de Madrid
Fernández Gago	Roberto	Universidad de León

Ferruz Agudo	Luis	Universidad de Zaragoza
Gallardo Vázquez	Dolores	Universidad de Badajoz
Gálve	Carmen	Universidad de Zaragoza
García	Isabel	Universidad de Salamanca
García	María del Mar	Universidad de Cantabria
García López	M <sup>a</sup> José	Universidad Rey Juan Carlos
García Olalla	Myriam	Universidad de Cantabria
García Uceda	Joaquín	IE Business School/ Red Española del Pacto Mundial
García-Lillo	Francisco	Universidad de Alicante
Garralda	Joaquín	IE Business School/ Red Española del Pacto Mundial
Gómez-Bezares Pascual	Fernando	Universidad La Comercial De Deusto
Hurtado	Nuria	Universidad de Granada
Lamothe Fernández	Prosper	Universidad Autónoma de Madrid
Larrán	Manuel	Universidad de Cantabria
Larrinaga	Carlos	Universidad de Burgos
Lizcano Álvarez	José Luis	Director Gerente y Coordinador de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).
Luque	María Ángeles	Universidad Autónoma de Madrid
Marcuello	Chaime	Universidad de Zaragoza
Martín	Longinos	Universidad de Murcia
Martín Castilla	Juan Ignacio	Universidad Autónoma de Madrid
Martínez Merino	José Luis	Universidad Nacional de Educación a Distancia
Mendoza	Carmen	Universidad Autónoma de Madrid
Menguzzato	Martina	Universidad de Valencia
Molina	José Francisco	Universidad de Alicante

Moneva Abadía	José M.	Universidad de Zaragoza
Monjas Barroso	Manuel	Universidad Autónoma de Madrid
Monzón	José Luis	Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa
Murillo-Luna	Josefina	Universidad de Zaragoza
Navallas	Begoña	Universidad Autónoma de Madrid
Nieto	María Jesús	Universidad Carlos III
Nieto	Mariano	Universidad de León
Ortiz	Natalia	Universidad de Granada
Partal Ureña	Antonio	Universidad de Jaén
Pedraja	Marta	Universidad de Zaragoza
Pérez Ruiz	Andrea	Universidad de Cantabria
Pisón Fernández	Irene Clara	Universidad de Vigo
Prieto Moreno	Begoña	Universidad de Burgos
Pulido Fernández	Juan Ignacio	Universidad de León
Quevedo	Esther	Universidad de Burgos
Quintana García	Cristina	Universidad de Málaga
Real	Alicia	Universidad Complutense de Madrid
Rey García	Marta	Universidad de A Coruña
Rialp	Josep	Universidad Autónoma de Barcelona
Rico García	Guadalupe	Universidad Rey Juan Carlos
Ripoll	Vicente	Universidad de Valencia
Rodríguez Antón	José Miguel	Universidad Autónoma de Madrid
Rodríguez Carrasco	José Manuel	Universidad Nacional de Educación a Distancia
Rodríguez Domínguez	Luis	Universidad de Salamanca
Rodríguez Fernández	José Miguel	Universidad de Valladolid
Saavedra	Irene	Universidad Nacional de Educación a Distancia
Sacristán Navarro	María	Universidad Rey Juan Carlos

---

Salas Fumás	Vicente	Universidad de Zaragoza
Sanna-Randaccio	Francesca	Universidad de La Sapienza
Santamaría Mariscal	Marcos	Universidad de Burgos
Sardinha	Idalina	Universidad de Madeira
Valle Cabrera	Ramón	Universidad Pablo de Olavide
Valor Martínez	Carmen	Universidad Pontificia de Comillas
Vidal	Isabel	Universidad de Barcelona
Vidal	Marta	Universidad de Oviedo
Villafañe	Justo	Universidad Complutense de Madrid



# **N**ormas de publicación



---

# Normas de publicación

## PROCEDIMIENTO DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS:

El Consejo de Redacción/Científico decide la admisión de los originales recibidos por la Revista, en cuyo caso éstos serán enviados a dos evaluadores anónimos, expertos externos a la entidad editora, de reconocida solvencia científica en el campo de estudio sobre el que versen los originales. Con los informes de los evaluadores, el Consejo de Redacción decide finalmente aceptar o no el trabajo para su publicación en la **Revista de Responsabilidad Social de la Empresa**. Únicamente se someterán a evaluación externa los artículos. El material para el resto de secciones será evaluado por la dirección de la revista.

## NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE ORIGINALES:

1. Los trabajos para su publicación deben enviarse electrónicamente en formato doc o docx a la siguiente dirección de correo electrónico: [secretaria.rse@luisvives-ces.org](mailto:secretaria.rse@luisvives-ces.org)
2. Dado que el proceso de evaluación es ciego, los autores deberán enviar **dos versiones**. Una de ellas incluyendo el nombre, afiliación, dirección postal, teléfono, número de fax e e-mail y un breve curriculum vitae (5 líneas aproximadamente), y otra sin datos identificativos. Asimismo, se aportará el título en inglés, un resumen, en español e inglés, de 150 palabras aproximadamente, así como al menos un código JEL y un máximo de cinco palabras clave y keywords.
3. La Revista acusará recibo de los originales y el Consejo Editorial resolverá a la vista de los informes de los evaluadores. Las pruebas serán remitidas a los autores antes
4. Los artículos enviados a la Revista deberán ser **inéditos** y no estar sometidos a procesos de aceptación o publicación en otro medio.
5. La **extensión del texto** no deberá superar las 30 páginas (aproximadamente 300 palabras por página), mecanografiadas a doble espacio, incluyendo gráficos, tablas, notas y bibliografía.
6. Las **distintas secciones** han de numerarse de forma correlativa siguiendo la numeración arábiga (incluyendo, en su caso, como 1 la sección de introducción), y la rúbrica correspondiente se consignará en letras mayúsculas y tipo negrita. Consecutivamente, los apartados de cada sección se numerarán con dos dígitos (1.1., 1.2.,...) y tipo negrita, y tres dígitos (1.1.1., 1.1.2.,...) y tipo subrayado.

---

Los cuadros, tablas y figuras, en su caso, se numerarán de forma consecutiva y siempre con números arábigos. Cada una dispondrá de título y fuente.

7. **Las notas** se numerarán correlativamente con números arábigos, a espacio sencillo, y serán ubicadas a pie de página, cuidando que se correspondan con un número volado indicado sobre el texto. Sólo incluirán la referencia bibliográfica concreta (por ejemplo, direcciones de Internet) o/y una brevísima anotación, nunca grandes textos. Si éstos fueran necesarios, se llevarán al final del trabajo.
8. Todas las **tablas, cuadros, diagramas, gráficos y otras ilustraciones** irán numeradas correlativamente y situados en el lugar que les corresponde dentro del texto. Además en los casos de gráficos, diagramas e ilustraciones deberán incluirse los archivos jpg a 300 ppp de resolución como documento aparte.
9. En caso de entregar un texto destinado a las secciones de "Notas y Colaboraciones", "Herramientas", "Recesiones", "Experiencias" y/o "Documentos", éste deberá tener entre tres y diez páginas. En la sección de "Documentos de interés" se especificarán en la cabecera del texto el autor, título del libro, editorial, lugar y fecha de publicación del documento. En el caso de las "Recesiones de artículos", se indicará el autor, título del artículo, nombre de la revista, número y año, y páginas. El reseñador podrá firmar la reseña al final del texto. En "Notas y colaboraciones" aparecerá en la cabecera del texto el autor, cargo e institución o entidad a la que representa.
10. En el caso de resultar el **original aceptado** para su publicación, el autor o autores se comprometen a revisar las pruebas de imprenta pertinentes en un plazo máximo de cuatro días desde su recepción. Serán igualmente bien recibidas sugerencias de temas y otras colaboraciones para cualquiera de las secciones previstas en la revista.
11. Las **referencias bibliográficas** se incluirán en el texto indicando el nombre del autor, fecha de publicación, letra y página. La letra, a continuación del año, sólo se utilizará en caso de que se citen obras de un autor pertenecientes a un mismo año. Dichas letras deberán guardar el orden correlativo desde la más antigua a la más reciente obra publicada. Al final del trabajo se incluirá una sección de referencias bibliográficas que contendrá las obras citadas en el texto. Las referencias deben corresponderse con las recogidas en el texto, y deberán ser ordenadas alfabéticamente por el primer apellido de los autores y después por el año, siguiendo las siguientes pautas:

Apellido (en versalitas) y nombre (en minúsculas) del autor, año de publicación (entre paréntesis y distinguiendo a, b, c, etc. en caso de existir varias citas de un mismo año), título del libro (en cursiva) o título del artículo (entre comillas), nombre de la revista (en cursiva) y número, editorial (en libros), lugar de publicación y, finalmente, páginas (págs. xxx). En el caso de trabajos no publicados, se incluirá el enlace de Internet "http://" completo y la fecha de acceso.



- 
12. Siempre que se cite por primera vez un **acrónimo** o una **sigla**, citar antes su significado completo seguido de la sigla entre paréntesis. Las siguientes veces puede parecer sólo el acrónimo.
  13. No sangrar el texto ni poner tabuladores. TAMPOCO PONER RENGLONES EN BLANCO DESPUÉS DE CADA PUNTO Y APARTE. Esto se hará automáticamente una vez que se maquete, pero EN WORD NO. Es decir, después del punto y aparte pulsar “intro” una sola vez.

## NORMAS PARA CITAR

Las citas aparecerán en el texto según el formato “autor-fecha” (por ejemplo, Martínez, 2005) y, en su caso, página (Martínez, 2005: 26). Las referencias en el texto que incluyan más de dos autores usarán la fórmula *et al* (Martínez *et al*, 2005).

---

# Procedure of publication of works

## Author Guidelines

The Scientific Council decides the admission of the original received for the magazine, in which case they will be sent to two anonymous reviewers, external to the publishing body of recognized scientific in the field of study that related to the original. With reports of the evaluators, the Scientific Council decides to finally accept or reject the work for publication in the journal of social responsibility of the company. Only be arbitrated and external evaluation articles, the material for the rest of the sections will be evaluated by the direction of the magazine.

## Normal for the presentation of originals

1. Works for publication should be sent electronically in Microsoft Word format to the following email address: [secretaria.rse@luisvives-ces.org](mailto:secretaria.rse@luisvives-ces.org)
2. Since the evaluation process is blind, the authors should send two versions:  
One of them should include your name, affiliation, postal address, phone, fax, e-mail, number and a brief CV; and another one without any identifying information. Also, a summary of 150 words will be provided in Spanish and English, and at least one JEL code and a maximum of five keywords.
3. The journal will acknowledge receipt of the original and the Editorial Board will resolve in the light of the reports of the referees. Tests will be remitted to the authors before publication.
4. Articles sent to the magazine must be unpublished and not be subjected to processes of acceptance or publication in other media.
5. The extension of the text must not exceed 30 pages DIN A4 size double spaced, including charts, tables, notes and bibliography. It is important not to double << enter >> after each stop.
6. The different sections have numbered correlatively following the Arabic numerals (including where appropriate, such as 1 the introduction section) and the corresponding heading in capital letters. Consecutively, the paragraphs of each section is numbered with two digits (1.1, 1.2...) and bold type without capital letters and three digits (1.1.1, 1.1.2...) and type underlined not- capitalized.

Pictures, tables and figures, if any, are numbered consecutively and always with Arabic numerals. Each will have title and source.

- 
7. The notes are numbered consecutively with Arabic numbers, single-spaced and will be located at bottom of page, taking care to correspond with a number flown indicated on the text. Only include the specific bibliographic reference (for example, Internet addresses) and/or a brief annotation, never great texts. If these were necessary, they will be at the end of work.
  8. All tables, pictures, diagrams, charts and other illustrations will be numbered consecutively. Also in case of graphics, diagrams and illustrations must be the jpg files at 300 dpi resolution, besides going inserted in the Word document.
  9. If you submit a text for the sectioned of << notes and collaborations>>, <<tools>> <<recession>>, <<experiences>> and or << documents>>, must be between three and ten pages. In the section of documents of interest are specified in the header of the text the author, title of the book, publishing, place and date of publication of the document. In the case of the reviews of articles, indicate the author, title of article, name of the journal, number and year. The reviewer may sign the review at the end of the text. In notes and collaborations will be shown at the top of the text author, Manager and institution or entity you represent.
  10. In case the original is accepted for publication, the author/authors undertake to revise the relevant printing proofs with a maximum period of four days of its receipt. They will be equally well received suggestions for themes and other collaborations for any of the sections referred to in the magazine.
  11. Bibliographic references will be included in the text indicating the name of the author, date of publication, letter and page. The letter in the following year will be used when citing works by an author belonging to a same year. Ten letters stored in sequential order from the oldest to the most recent published work. At the end of the work will include references section containing the cited works in the text. References containing the works cited in the text. References must match the containing in the text, and must be ordered alphabetically by the last name of the authors and then by year. According to the following guidelines:

Surname (in capital letters) and name (lowercase) of the author, year of publication (in parentheses and distinguishing a, b, c, etc.) If there are several quotations from the same year), title of the book (italic) or title of the article (in quotation marks), name (italics) magazine or title of the article (in quotation marks), name of journal (in italics) and number, publishing (in books), place of publication, and finally, pages (pp.. xxx).

In the case of unpublished work, will include the link <<http//>> complete and the date of access.

---

## Rules for quote

Quotations appear in the text according to the format << Humanities >> (for example, Martínez, 2005) and, where applicable, page (Martínez, 2005:26). The references in the text to include more than two authors will use the formula *et al* (Martínez *et al*, 2005).

# Revista Española del Tercer Sector


**Toda la información para conocer en profundidad los temas actuales del Tercer Sector**

- Alcance y retos del III Plan Estratégico del Tercer Sector de Acción Social.
- El Tercer Sector como movimiento voluntariadista: una propuesta para repensar la identidad del TSAS desde el paradigma de la democracia del cuidado.
- Incidencia: la acción del Tercer Sector en la esfera política.
- El Tercer Sector de Acción Social como prestador de servicios.
- Estrategias para la sostenibilidad (institucional, organizativa, económica) del Tercer Sector de Acción Social.
- Colaboración y alianzas multiagente en las estrategias del Tercer Sector de Acción Social.

**Más información en:**

**[secretaria.rets@luisvives-ces.org](mailto:secretaria.rets@luisvives-ces.org)**

**Telf: 91.184.08.34**



La **Revista de Responsabilidad Social de la Empresa**, creada en 2009, pretende servir de foro para canalizar la difusión de los trabajos, experiencias y estudios teóricos, metodológicos y empíricos en responsabilidad social y medioambiental de la empresa, fomentando de esta forma el intercambio de ideas y estimulando la investigación y desarrollo sobre estos temas. La revista tiene el objetivo de generar conocimiento y debate y fomentar la interacción entre investigación y acción, mundo académico y empresarial.

*La publicación se dirige especialmente a las **empresas grandes y medianas, al mundo académico y universitario, a los representantes políticos que trabajan en responsabilidad social corporativa y a los profesionales, en general, que se ocupan de dicha materia. Por extensión, también a todas aquellas personas o entidades que tengan interés en cuestiones de Responsabilidad Social de la Empresa.***