

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO**Un estudio de caso en el Parque Temático Beto Carrero World (Santa Catarina – Brasil)**

Franciane Reinert Lyra*
Maria José Barbosa de Souza**
Universidade del Vale do Itajaí
Biguaçu/SC, Brasil

Resumen: *Una de las formas que las organizaciones utilizan para reducir sus impactos negativos y retribuir a la sociedad las ganancias que obtienen a través de ella es la aplicación de la teoría de la responsabilidad social corporativa. Dicha realidad afecta también al sector turístico, que causa un fuerte impacto en la sociedad y el medioambiente. Por esta razón las organizaciones que actúan en el sector turístico necesitan desarrollar sus actividades contribuyendo al desarrollo de un turismo sustentable. Este estudio busca analizar las percepciones de los stakeholders sobre las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de un parque temático brasileño a la luz de los modelos teóricos de Carroll (1991) y de Schwartz & Carroll (2007). Se trata de una investigación descriptiva con abordaje cualitativo y cuantitativo, donde se aplicó la estrategia de estudio de caso descriptivo. Los resultados revelaron que el emprendimiento investigado actúa de forma socialmente responsable según los stakeholders por medio de acciones diversificadas. La mayoría de estas acciones está de acuerdo con las variables de los modelos teóricos utilizados y practica un turismo sustentable y responsable. Asimismo existe una relación entre los dos modelos estudiados, comprobando lo que afirman sus respectivas teorías.*

PALABRAS CLAVE: *turismo, responsabilidad social corporativa, stakeholders, parques temáticos, metodología mixta, Parque Beto Carrero World.*

Abstract: *Corporate Social Responsibility in the Tourism Sector: A Study at a Theme Park in Santa Catarina – Brazil. One of the ways that organizations use to reduce its negative impacts and give back to society gains they get through it is with the application of the theory of corporate social responsibility. This reality also affects the tourism sector, which causes a strong impact on society and the environment. For this reason, organizations working in the tourism industry need to develop their activities in order to contribute to the development of sustainable tourism in their localities. This research aims to analyze the perceptions of stakeholders about the practices of Corporate Social Responsibility (CSR) of a Brazilian theme park in the light of theoretical models of Carroll (1991), which regards economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities, and Schwartz and Carroll (2007), which encompasses the elements of value, balance and accountability. This is a descriptive research, using qualitative and quantitative approaches, in which the strategy of descriptive case study was applied. The results revealed that the investigated theme park acts in a socially responsible manner, in the view of its stakeholders, through various actions, which are in accordance with the*

* Doctoranda del Programa de Posgrado en Administración y Turismo de la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Biguaçu/SC, Brasil. Graduación en Turismo y Hotelería y Maestría en Turismo y Hotelería por la UNIVALI. E-mail: franmestrator@gmail.com

** Graduada en Administración por la Universidad Cidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Maestría en Administración por la Universidad de São Paulo (USP), São Paulo, Brasil. Doctorado en Ciencias de la Comunicación por la USP. Se desempeña como Profesora de posgrado en la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Biguaçu, Brasil. E-mail: mjbsouza2@gmail.com

variables of the theoretical models and thus practicing sustainable and responsible tourism, and finally, that there is a relationship between the two studied models, proving what their respective theories claim.

KEY WORDS: *tourism, corporate social responsibility, stakeholders, theme parks, mixed methodology, Beto Carrero World Park.*

INTRODUCCIÓN

Objeto de diversos estudios en el Campo de los Negocios y la Sociedad el tema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) trata de los innumerables conflictos generados en la relación de las organizaciones y el contexto social en que están insertas a nivel mundial (Faria & Sauerbronn, 2008). Dichos estudios apuntan a una nueva realidad según la cual las organizaciones poseen otras responsabilidades para con la sociedad, además de las oriundas de las actividades económicas que precisan ser debidamente observadas por sus gestores en la planificación y ejecución de acciones (Carroll, 1979, 1991, 1998, 1999). Estas exigencias alcanzan a las organizaciones de todos los sectores económicos, incluso el turismo, pues en éste la calidad del servicio depende del desempeño de las empresas que forman parte de él como hoteles, agencias de viaje, restaurantes y parques temáticos, entre otras. La responsabilidad social practicada por las organizaciones que actúan en el sector contribuye al desarrollo del turismo sustentable y responsable al considerar los intereses de las personas y el medioambiente en la localidad receptora.

Uno de los primeros autores en estudiar la Responsabilidad Social Corporativa fue Howard R. Bowen (1953: 6), quien la define como *“las obligaciones de los empresarios de buscar determinadas políticas, de tomar ciertas decisiones o de seguir líneas de acción deseables en términos de objetivos y valores para la sociedad.”*

La teoría de los *stakeholders* (TS), tema que concierne a la RSC, trata de la relación de la empresa con todos los que de alguna forma la influyen o son influenciados por ella (Freeman, 1984). Un enfoque en los *stakeholders* (gestores, empleados, clientes, accionistas, proveedores, gobierno, comunidad y medioambiente) es crucial para el desarrollo de acciones de responsabilidad social corporativa.

Debido a que el turismo posee un rol de extrema relevancia en la economía mundial, ya que engloba diversas áreas del sector de servicios (Araújo, 2008; Dreher & Rueckert, 2010), la RSC ha sido objeto en un número expresivo de estudios en el exterior en diversos contextos turísticos. Se citan los trabajos de Bohdanowicz & Zientara (2008), Cowper-Smith & Grosbois (2011), Levy & Park (2011), Molina (2011) y Vong (2010), cuyos temas están relacionados con las prácticas de responsabilidad social en las empresas turísticas.

Esta investigación reúne los temas de la responsabilidad social corporativa, la teoría de los *stakeholders* y la sustentabilidad en la ejecución de servicios turísticos, y se basa en el hecho de que dichos temas tratados de manera conjunta constituyen una forma de evitar daños provocados por el turismo, atender las demandas de los recursos humanos ocupados en los procesos de la actividad y contribuir a la calidad de vida de las comunidades receptoras. Es un hecho la necesidad de trabajos que aborden dichos temas para que a través de estas nuevas contribuciones se fortalezca este campo teórico y se oriente a los gestores de los emprendimientos turísticos para mejorar sus prácticas. Otro punto considerado es que dicha postura justifica la existencia de las organizaciones turísticas, más allá de los objetivos financieros implícitos en todas las actividades económicas, ya que las acciones de responsabilidad social corporativa colaboran para mejorar la sociedad (Molina, 2011).

Este trabajo tiene como principales variables de estudio las dimensiones de la RSC de Carroll (1991), las cuales consideran las prácticas empresariales en relación a las cuestiones económicas, éticas, legales y filantrópicas. Además, considera un modelo más reciente en el área desarrollado por Schwartz & Carroll (2007), cuya idea principal proviene de la conjunción de los principales temas analizados en el Campo de los Negocios y la Sociedad (sustentabilidad, ética en los negocios, ciudadanía corporativa, teoría de los *stakeholders* y responsabilidad social), con la intención de considerarlos de manera unificada. Este modelo propone las dimensiones valor, equilibrio y responsabilidad con transparencia para integrar los diferentes temas.

El principal objetivo de este estudio es analizar las percepciones de los *stakeholders* sobre las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) del Parque Beto Carrero World (BCW) a la luz de los modelos teóricos de Carroll (1991) y Schwartz & Carroll (2007). Para alcanzar dicho objetivo general se formularon los siguientes objetivos específicos: 1) investigar las acciones de RSC percibidas por los *stakeholders* del Parque Beto Carrero World; 2) comparar las acciones percibidas por los *stakeholders* con las variables del modelo de Carroll (1991) y Schwartz & Carroll (2007); 3) identificar a partir de los resultados la existencia de relación entre los modelos teóricos de Carroll (1991) y de Schwartz & Carroll (2007).

A través de este trabajo se pretende llenar el vacío teórico propuesto por Schwartz & Carroll (2007: 176) con la siguiente pregunta: “¿Hasta qué punto las estrategias de una empresa son dirigidas a crear valor social sustentable, balancear apropiadamente los intereses de los *stakeholders* y demostrar responsabilidad suficiente en sus acciones?” También se busca contribuir a perfeccionar la gestión de la responsabilidad social corporativa y la gestión de los *stakeholders* en el sector de servicios turísticos, a medida que los resultados de este estudio proveen elementos para ayudar a las actividades de este sector a desarrollarse con responsabilidad y evitar problemas socioambientales en las localidades donde son realizadas.

El presente artículo está dividido de la siguiente forma: a continuación se delimita el marco teórico en el cual se basa este estudio. Luego se exponen los procesos metodológicos utilizados seguidos

del análisis de los resultados obtenidos y las consideraciones finales con las limitaciones encontradas, la sugerencia para futuras investigaciones y las contribuciones teórico-empíricas de este trabajo.

MARCO TEÓRICO

Los fundamentos de este estudio están basados en los conceptos de turismo sustentable, responsabilidad social corporativa y teoría de los *stakeholders*, descriptos a continuación.

Turismo sustentable y responsable

Recientemente, se han desarrollado muchas investigaciones sobre las actividades turísticas en busca de acciones que permitan maximizar los beneficios y minimizar los problemas provocados por el fenómeno turístico, dando origen al concepto de turismo sustentable (TurS) (Gunn, 1994; Ioannides, 1995; Robson & Robson, 1996; Hardy & Beeton, 2001; WTO, 2004 citados por Byrd, Cardenas & Greenwood, 2008: 192).

La OMT (2012) define al turismo sustentable como “[...] *aquel que considera todos los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medioambiente y las comunidades receptoras*”. Así, el TurS enfatiza los principios *ambiental, sociocultural y económico* de la actividad turística para con todos los involucrados (OMT, 2012). Para McIntyre (1993) la esfera económica de la sustentabilidad se basa en el desarrollo preservando los recursos para que las futuras generaciones también puedan usufructuarlos; la ecológica enfatiza el mantenimiento de los procesos ecológicos y la biodiversidad; y la sociocultural se refiere a las necesidades de los diferentes pueblos de controlar sus vidas, cultura y uso del medioambiente.

De acuerdo con Bramwell & Lane (1993) el turismo sustentable consiste en un abordaje positivo que busca disminuir los impactos resultantes de las interacciones entre las empresas turísticas, los visitantes, el medioambiente y las comunidades receptoras. Dicho abordaje abarca la viabilidad y la calidad a largo plazo para todos los involucrados, incluyendo la sociedad y los recursos naturales. Lane (2001) completa afirmando que el objetivo principal sería planear un turismo integrado a un desarrollo económico más amplio con objetivos de conservación a largo plazo e inclusión de las personas en el proceso de decisión.

Otro término que ha sido muy utilizado en el ámbito académico y coincide con el propósito de este estudio es el turismo responsable, que según la Declaración de Cabo Verde de 2002 posteriormente revisada por la Declaración Kerala de 2008 (Manente *et al.*, 2012) se refiere al turismo que minimiza los impactos sociales, ambientales y culturales generando mayores beneficios económicos para la población local. Ésta, por su parte, es ocupada en la actividad como mano de obra o participa

activamente en las decisiones que afectan sus vidas. El turismo responsable contribuye a conservar el patrimonio histórico y natural, provee experiencias de entretenimiento más placenteras y significativas a través del contacto con la cultura local y su medioambiente, e involucra personas culturalmente sensibles promoviendo el respeto entre turistas y habitantes autóctonos.

La responsabilidad social corporativa y la teoría de los *stakeholders*

La responsabilidad social corporativa “[...] involucra las expectativas de la sociedad en relación a las organizaciones, en los aspectos económico, legal, ético y filantrópico, en determinado momento del tiempo.” (Carroll, 1979: 500). Como muestran Schwartz & Carroll (2007) la responsabilidad social es tratada con diferentes denominaciones. Los autores analizaron las principales construcciones del Campo de los Negocios y la Sociedad (CNS) [responsabilidad social corporativa (RSC), ética en los negocios (EN), teoría de los *stakeholders* (TS), sustentabilidad (SUS) y ciudadanía corporativa (CC)] y determinaron que éstas son complementarias. Así, definieron tres componentes comunes entre ellas: *valor, equilibrio y responsabilidad con transparencia*, conformando el Modelo VBA (*value, balance and accountability*).

De acuerdo con Schwartz & Carroll (2007) el elemento valor representa la oferta del producto o servicio que genera beneficios para el consumidor atendiendo sus expectativas sin causar daños devenidos del proceso productivo y las demás actividades de las organizaciones. El elemento equilibrio se refiere a los intereses de los *stakeholders* (grupos con quien la empresa se relaciona) que deben ser satisfechos de manera equitativa para que todos se beneficien con las acciones empresariales. El último elemento consiste en una responsabilidad con transparencia más extendida hacia las cuestiones sociales que desvía la atención tradicional puesta en el lucro y tiene una visión más amplia de las funciones empresariales, dirigida a la sociedad.

Teniendo en cuenta la interacción de las empresas turísticas con los diversos grupos de interés con los que se relaciona en el desarrollo de sus actividades, es importante considerar la teoría de los *stakeholders*. Freeman (1984: 46) los define como “[...] cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado durante la obtención de los objetivos organizacionales.” Así, a través de la interacción entre los grupos de *stakeholders* se puede crear y comercializar ‘valor’, y es obligación del ejecutivo gerenciar estas relaciones para posibilitar el máximo de valor entre los involucrados distribuyéndolo de forma equitativa (Parmar *et al.*, 2010).

METODOLOGÍA

Esta es una investigación de tipo descriptiva que utilizó como estrategia el estudio de caso. La investigación descriptiva “*expone características de determinadas poblaciones o fenómenos. También puede establecer correlación entre variables y definir su naturaleza*” (Vergara, 2000: 47). Se utilizaron los abordajes cuantitativo y cualitativo teniendo en cuenta que se recolectaron datos cuantitativos por

medio de una investigación tipo survey (relevamiento) con el uso de un cuestionario. Los datos fueron tratados con las técnicas estadísticas descriptiva e inferencial. También se recolectaron datos cualitativos por medio de entrevistas semiestructuradas y la observación en el lugar. Respecto de la recolección de datos en estudios de caso Yin (2002: 107) afirma que “[...] las diversas fuentes son altamente complementarias y un buen estudio de caso utilizará el mayor número posible de fuentes”.

Se aplicaron cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas elaboradas en base a las dimensiones de la RSC (económica, legal, ética y filantrópica) (Carroll, 1991) y a los elementos centrales que componen el modelo VBA de Schwartz & Carroll (2007) (valor, equilibrio y responsabilidad) y sus principios normativos, constituyendo las principales variables de este estudio. Para poder obtener información que representara la realidad de cada grupo de *stakeholders* en relación al tema estudiado se formuló un cuestionario para cada uno. Las muestras de empleados y visitantes provienen de sus referidas poblaciones que pasaron por un cálculo de muestreo. La muestra final generó 315 cuestionarios válidos: 200 visitantes, 100 empleados y 15 gestores.

Los datos obtenidos en esta etapa de la investigación fueron analizados a través de la estadística descriptiva como media y desvío patrón, y se aplicaron los tests no paramétricos de Kruskal-Wallis y Dunn dada la anormalidad de las variables comprobada por el test de Kolmogorov-Smirnov. El test de Kruskal-Wallis fue empleado para identificar diferencias en las percepciones de los *stakeholders* (empleados, visitantes y gestores) sobre las dimensiones de la RSC y los elementos del modelo VBA presentes en las acciones socialmente responsables del parque BCW. En el test referido la hipótesis nula (H_0) sugiere que todas las muestras son iguales, o sea que no existen diferencias entre las percepciones de los gestores, visitantes y empleados en relación a las prácticas de responsabilidad social del parque BCW en las dimensiones de la RSC (económica, legal, ética y filantrópica) con un nivel de significancia de $p=0,05$. La hipótesis alternativa (H_1) significa que al menos una muestra es diferente, pudiendo deducir que alguna de las percepciones de los grupos presenta diferencias significativas en relación a las otras. El test de Dunn es realizado para identificar entre qué grupos se presentan estas diferencias comparando pares de variables para observar las variaciones de éstas en un conjunto de datos.

La relación entre las dimensiones de la RSC y los elementos del modelo VBA fue evaluada por la Correlación no paramétrica de Spearman, dada la anormalidad de las variables. En la correlación no paramétrica de Spearman, de acuerdo con Larson & Farber (2000), su coeficiente puede variar de -1,00 a +1,00. Cuanto más próximo es a 1,00 indica que los dos conjuntos de rangos son semejantes. Si los rangos fueran inversos el coeficiente sería -1, y si hubiera concordancia en algunos ítems y discordancia en otros el coeficiente sería próximo a 0 sugiriendo que hay ausencia de relación entre los conjuntos analizados.

La investigación cualitativa incluyó otros dos grupos que se relacionan con el Parque BCW, los representantes del gobierno y de la comunidad local que fueron sometidos a las entrevistas

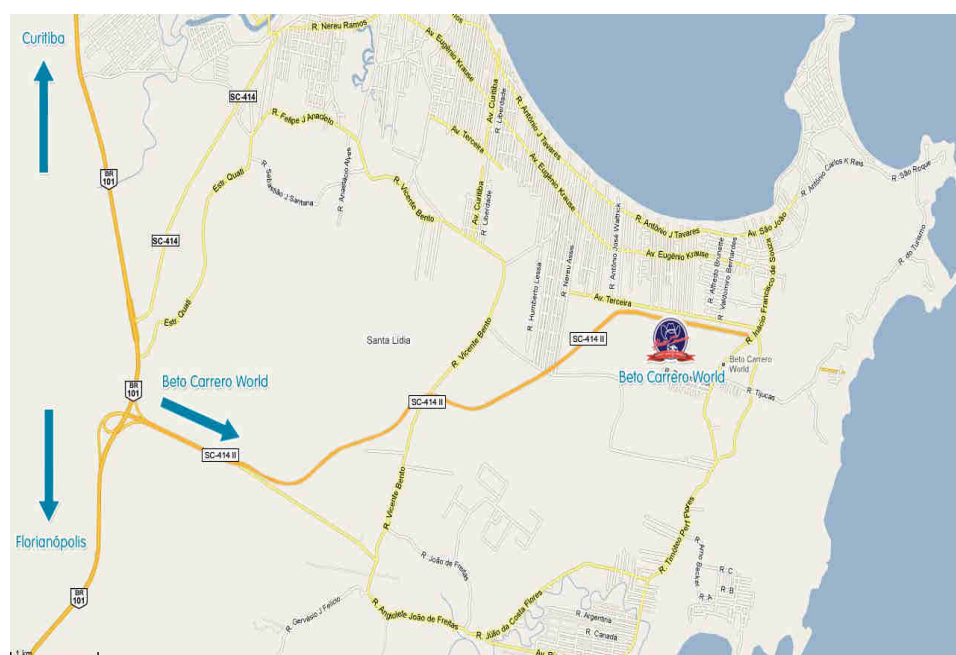
semiestructuradas a las que se aplicó un análisis de contenido igual que a las preguntas abiertas realizadas a los gestores. Se entrevistaron 19 pobladores beneficiados por las acciones de RSC del parque. Los representantes del gobierno provenían de la Secretaría Municipal de Turismo y de la Vigilancia Sanitaria (dos entrevistados).

RESULTADOS

Información general y acciones de RSC practicadas por el parque BCW

El parque seleccionado para este estudio fue el Beto Carrero World, que se localiza en la ciudad de Penha (Figura 1) en el litoral norte del estado de Santa Catarina, Brasil. Abarca un área de 14.000 m² (PMP, 2012). Penha posee 25.141 habitantes y un área equivalente a 61.966 km² (IBGE, 2012). El parque BCW ha contribuido al desarrollo de la localidad a través del fuerte impulso que provoca en el turismo local (PMP, 2012). La actividad turística es considerada actualmente la principal fuente económica de Penha (Secretaria Municipal de Turismo, 2012), pues el parque es “[...] *uno de los más importantes destinos turísticos de Santa Catarina*” (Silveira, 2011) y potencia la práctica del turismo en la localidad.

Figura 1: Mapa de la ciudad de Penha en Santa Catarina (Brasil) donde se localiza el Parque



Fuente: www.betocarrero.com.br (2014)

El parque posee una estructura completa basada en los modelos de los parques temáticos americanos y trabaja con el diferencial de combinar atracciones como juegos, shows en vivo y zoológico en siete áreas temáticas diferentes. Los empleados del parque conforman un grupo de 835 colaboradores directos y 446 trabajadores tercerizados, totalizando 1281 empleos (Beto Carrero

World, 2012a). Asimismo, en 2012 se firmó una asociación con los estudios americanos de filmes y animación Dreamworks Animation y Universal Studios (Beto Carrero World, 2012b).

Entre las acciones de RSC desarrolladas por el parque para la comunidad local se destaca la creación del Instituto Beto Carrero (IBC) en 2004, que mantiene proyectos destinados a educación, salud y medioambiente y ofrece a la comunidad una guardería, un circo-escuela y atención médica y odontológica ambulatoria. El parque promueve el Proyecto Naturaleza dirigido a estudiantes de educación primaria a universitaria con el objetivo de proporcionar educación ambiental y otras acciones filantrópicas (Beto Carrero World, 2012a).

En relación a la RSC dirigida a los empleados el parque les proporciona asistencia médica, un programa de seguridad y salud en el trabajo (CIPA), un programa de alimentación del trabajador, vales de transporte y ayuda educativa para quienes están durante más de un año en la empresa equivalente al 50% del valor del sueldo para grado y posgrado (Beto Carrero World, 2012a). La mayoría de estos beneficios no son ofrecidos por las demás empresas de la localidad.

En lo que respecta a la planificación y el desarrollo de acciones socialmente responsables volcadas a los visitantes del parque, aún no se practican de manera amplia demostrando cierta fragilidad en los programas de RSC de la empresa a excepción de algunas actividades educativas como las atracciones pedagógico-educacionales. Sin embargo, las acciones pautadas en la seguridad de sus instalaciones y el bienestar de los usuarios o dirigidas a la hospitalidad aún no han sido desarrolladas, abriendo oportunidades a ser exploradas para agregarlas a sus prácticas de RSC.

Caracterización de la muestra estudiada

En relación al género de los entrevistados prevalecieron las mujeres en todos los grupos (59% de la muestra). La mayoría de los visitantes (30,5%), gestores (53,3%) y representantes del gobierno (100%) se encontraban en la franja etaria de entre 30 y 39 años. Los empleados (61%) y representantes de la comunidad (47,5%) eran en gran parte más jóvenes (hasta 29 años).

El grado de escolaridad de los entrevistados se concentró en la educación media completa en referencia a los visitantes (38%) y empleados (47,5%) del parque. Los gestores (47,5%) y visitantes (33,5%) poseían en su mayoría enseñanza superior completa, lo que demuestra un buen nivel de calificación. Los representantes de la comunidad mostraron un nivel inferior de educación, un 68% de enseñanza primaria. En cuanto a los representantes del gobierno entrevistados, uno poseía enseñanza media completa y otro poseía educación superior completa.

El 40% de los empleados entrevistados estaba en la empresa desde hacía menos de un año, lo que demuestra cierta rotación, aunque el 35% llevaba en la organización entre 1 y 5 años. El 47% de los gestores llevaba entre 5 y 15 años en la empresa y el mismo porcentaje llevaba entre 1 y 5 años.

Se debe destacar que también fueron entrevistadas personas con más de 15 años en el parque, prácticamente desde que se inauguró.

La mayor parte de los visitantes entrevistados (30,5%) poseía un ingreso de tres a cuatro salarios mínimos mensuales (cerca de 970 a 1.291 dólares) y el 45% afirmó haber visitado el parque entre 2 y 5 veces. La mayoría de los representantes de la comunidad (59,5%) tenía un ingreso de hasta dos salarios mínimos (cerca de 650 dólares).

Análisis de los resultados

Al realizar la observación en el lugar se notó la calidad de las atracciones y de la estructura ofrecida a los visitantes que demostraba el 'valor' y la 'responsabilidad', con excepción sólo de algunos problemas en el acceso y la espera en las filas sin ningún tipo de protección para el sol o la lluvia. Otro aspecto destacado fueron las acciones de RSC en su mayoría de carácter filantrópico ofrecidas por el Instituto Beto Carrero a la comunidad como guardería, un circo-escuela y atención médica y odontológica ambulatoria. Otras acciones realizadas por el parque son el incentivo a la educación a través de becas de estudio dadas a los empleados, el Día Feliz, el Proyecto Naturaleza, etc. Así, al analizar dicha información se percibe la presencia de acciones pertinentes a las tres principales esferas del turismo sustentable o responsable: ambiental, sociocultural y económica.

En las entrevistas semiestructuradas los representantes del gobierno afirmaron conocer las acciones de RSC que el parque practica y coinciden en que éstas son muy importantes para el desarrollo de la comunidad principalmente en las áreas de educación, salud y economía. Con el análisis de la información obtenida mediante las dimensiones de la RSC se puede decir que se enfocan los aspectos filantrópicos y éticos en las acciones. También se nota un énfasis por parte de los representantes del gobierno en la dimensión económica considerando la relevancia del parque como generador de empleo e ingreso para la región y su efecto multiplicador en el turismo, pues éste mueve una toda red de organizaciones involucradas en la actividad. En relación al modelo VBA los elementos 'valor' y 'responsabilidad' también estaban presentes en los testimonios de los entrevistados. El elemento 'equilibrio' no presentó el mismo desarrollo que los demás pues se identificaron fallas en la integración del parque con los organismos gubernamentales, hecho que compromete la comunicación entre éstos y perjudica la práctica de la RSC.

Igual que los representantes del gobierno, los representantes de la comunidad también reconocen los beneficios que el parque aporta al municipio y cómo ha ayudado al desarrollo de la localidad. Se percibió que las dimensiones de la RSC más enfatizadas por los entrevistados fueron la filantrópica y la ética, algo que se presuponía ya que dichas acciones tienen como objetivo central mejorar el bienestar de la comunidad ayudando a satisfacer sus carencias más urgentes. Entre los elementos del modelo VBA prevalece el 'valor', o sea los beneficios generados por los servicios prestados ya que las acciones demuestran la preocupación y el cuidado que el parque tiene para con la

comunidad; principalmente al disponer servicios que no tienen un propósito sólo asistencialista sino promover la educación y la cultura, principios básicos de la ciudadanía altamente valorados en el desarrollo de una actividad turística sustentable.

La información obtenida a través de las preguntas abiertas dirigidas a los gestores permitió entender mejor el proceso de planificación y desarrollo de las acciones de RSC practicadas por el parque. Así, al analizar los datos obtenidos mediante el modelo VBA, además de la presencia de los elementos 'valor' y 'responsabilidad', se observan algunas fallas en el 'equilibrio' ya que se identificaron problemas en la comunicación entre la dirección y los gestores, como por ejemplo el desconocimiento de algunos gestores sobre el código de ética existente en el parque.

En los resultados de la investigación *survey*, observando la Tabla 1 se puede afirmar que los empleados perciben que el parque enfatiza las dimensiones ética y económica de la RSC, que recibieron medias por encima de cinco en una escala de siete puntos. Las otras dimensiones también poseen medias altas (por encima de 4,9 y muy próximas), lo que demuestra cierto equilibrio entre las acciones de RSC del parque en la percepción de sus colaboradores. En cuanto a los elementos del modelo VBA las medias no llegaron a cinco aunque los elementos valor y responsabilidad son destacados por los empleados con medias muy próximas (4,54 y 4,53 respectivamente). Así, se puede decir que en la visión de sus colaboradores el parque desarrolla un turismo responsable actuando de forma ética y creando relaciones de valor con sus empleados y con la comunidad.

Tabla 1: Descripción de las dimensiones de la RSC y de los elementos del VBA finales por grupo

Grupo		D. Ec.	D. L.	D. Et.	D. F.	E. (VBA)	R. (VBA)	V.(VBA)
Empleados (100)	Media	5,01	4,91	5,05	4,94	4,16	4,53	4,54
	Desvío							
	Patrón	0,619	0,689	0,537	0,690	0,939	1,000	1,170
Gestores (15)	Media	4,82	5,14	4,90	5,04	4,96	4,46	3,96
	Desvío							
	Patrón	0,671	0,898	0,807	0,885	0,953	1,342	1,445
Visitante (200)	Media	4,66	4,67	4,63	4,32	4,74	4,85	4,87
	Desvío							
	Patrón	0,794	0,780	0,786	1,242	1,237	1,130	1,157
Todos (315)	Media	4,83	4,91	4,86	4,76	4,62	4,61	4,46
	Desvío							
	Patrón	0,694	0,789	0,71	0,939	1,043	1,043	1,257

Nota: D. Ec. - Dimensión económica; D. L. – dimensión legal; D. Et. Dimensión ética; D. F. Dimensión filantrópica; E. (VBA) – elemento equilibrio; R. (VBA) – elemento responsabilidad; V. (VBA) – elemento valor

Fuente: Elaboración propia

Las observaciones sobre las dimensiones de la RSC de los gestores son opuestas a las de los empleados, pues las medias más relevantes son las de las acciones legales y filantrópicas, hecho que puede estar ligado al grado de conocimiento de las prácticas de RSC del parque (filantrópica) y al

conocimiento de las cuestiones legales. Analizando el *VBA*, el equilibrio en las acciones de RSC es mejor percibido por los gestores con una media próxima a cinco. Las preguntas sobre la responsabilidad en las prácticas del parque obtuvieron una media un poco abajo (4,46) y el menos puntuado fue el elemento valor con la media más baja de todos los grupos (3,96), situación que muestra cierta debilidad de las cuestiones que generan valor en la relación del parque con sus gestores.

La percepción de los visitantes muestra cierto equilibrio entre las dimensiones de la RSC, pues todas las medias variaron en un intervalo de sólo 35 décimos entre sí. No obstante, la dimensión legal fue la mejor evaluada, seguida de la económica y la ética. El énfasis dado a la dimensión legal puede relacionarse con que es una preocupación de los visitantes pues se refleja directamente en cuestiones como la seguridad y el bienestar de las personas que frecuentan los parques; puntos cruciales en las prácticas del turismo responsable. La menos puntuada fue la dimensión filantrópica, llevando a creer que puede deberse al desconocimiento de las acciones de RSC por parte de los entrevistados o que realmente éstos no las ven como algo bien planeado que beneficie a la comunidad. Respecto del *VBA* los elementos también presentaron poca variación en las medias, siendo que la mayor fue conferida al valor de los servicios prestados por el parque (4,87), seguida de la responsabilidad (4,85). Por último, el equilibrio puede haber sido afectado en función de las fallas indicadas por algunos visitantes en cuanto a la falta de protección y el tiempo de espera en las filas de las atracciones. El equilibrio evaluado por los entrevistados se refiere a la atención del parque a los intereses y necesidades de todos los grupos. Esto demuestra algunas áreas que precisan ser mejor trabajadas por la administración del parque para que éste consiga desarrollar por completo un turismo socialmente responsable.

Para comparar las percepciones de los *stakeholders* (gestores, visitantes y empleados) sobre las dimensiones de la RSC de Carroll (1991) se aplicó el test no paramétrico de Kruskal-Wallis (K-W). Todos los tests realizados con los *stakeholders* detectaron diferencias en las percepciones de éstos sobre las dimensiones de la RSC contenidas en los cuestionarios. Posteriormente, se identificaron qué dimensiones de la RSC tenían diferencias, por medio de la comparación pareada realizada con el test Dunn (Tabla 2). En la dimensión económica los gestores y los visitantes percibieron su relevancia de forma igual. Pero de la dimensión legal todos los grupos presentaron visiones diferentes, valorizando o no diferentes ámbitos legales de las prácticas del parque. En las dimensiones ética y filantrópica se reveló que los *stakeholders* internos (empleados y gestores) poseen percepciones similares, lo que puede deberse a su relación con la empresa ya que están en contacto constante con sus metas y objetivos empresariales.

Atendiendo al último objetivo de este trabajo, para que fuera posible verificar si las construcciones de las dimensiones de RSC de Carroll (1991) y del modelo *VBA* de Schwartz & Carroll (2007) tenían relación se realizó una correlación no paramétrica (por rangos) de Spearman (Tabla 3).

Tabla 2: Test Dunn para los valores de percepción de los *stakeholders* en las dimensiones de la RSC

Comparación			Q (calc)	Q crítico	Resultado del test
pareada	de los grupos				
Empleados/ Visitantes	Económica		3,898387	2,394	Diferente
	Legal		7,383099	2,394	Diferente
	Ética		7,92196	2,394	Diferente
	Filantrópica		4,30218	2,394	Diferente
Empleados/ Gestores	Económica		2,816506	2,394	Diferente
	Legal		4,030414	2,394	Diferente
	Ética		1,16715	2,394	Igual
	Filantrópica		2,071443	2,394	Igual
Gestores/ Visitantes	Económica		0,925663	2,394	Igual
	Legal		2,475807	2,394	Diferente
	Ética		5,700791	2,394	Diferente
	Filantrópica		3,892849	2,394	Diferente

Nota: O Q(calc) de los gestores y visitantes, evaluado a una significancia de 1% presenta la igualdad en sus percepciones.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Comparación múltiple entre los modelos teóricos de la RSC y VBA

	Económica	Legal	Ética	Filantrópica
Equilibrio	-0,245	-0,163	-0,155	0,721
	p<0,001	p = 0,004	p = 0,006	p<0,001
Responsabilidad	-0,351	-0,237	-0,223	0,75
	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001
Valor	-0,381	-0,262	-0,258	0,733
	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001

Fuente: Elaboración propia

Para la aplicación de este test se utilizaron los datos obtenidos de los tres grupos que participaron del relevamiento: empleados, visitantes y gestores. En el test todas las variables del modelo VBA se relacionan con las dimensiones de la RSC de manera débil e inversa en las dimensiones económica, legal y ética, pues sus coeficientes son próximos a -1. Esta relación inversa indica que la variable recibe altas notas por las dimensiones explicitadas de Carroll y bajas notas por el VBA, o viceversa. Sólo para la dimensión Filantrópica la correlación es positiva y fuerte con coeficientes próximos a 1,00. Así, se constata la relación existente entre las dimensiones de la RSC de Carroll (1991) y del modelo VBA de Schwartz & Carroll.

CONSIDERACIONES FINALES

Un análisis general acerca de los resultados presentados en este trabajo muestra que las prácticas de responsabilidad social corporativa del parque Beto Carrero World se alinean con los

modelos teóricos que dan base a la presente investigación. Las dimensiones del modelo de RSC de Carroll (1991) y el modelo más reciente de Schwartz & Carroll (2007), que incluye las construcciones más estudiadas del Campo de los Negocios y la Sociedad, integran y unifican estos temas en vez de tratarlos de manera separada.

Fue posible identificar las acciones de turismo sustentable y responsable practicadas por el parque y percibidas por los *stakeholders*, así como los elementos del modelo *VBA*, indicando su relevancia para los estudios. Además, se demostró que los referidos modelos teóricos pueden ser utilizados en el estudio del turismo con algunas adaptaciones a las particularidades inherentes a los parques temáticos y al sector turístico, posibilitando su contribución a esta área de investigación.

En lo que se refiere a las limitaciones de este estudio se puede destacar que por tratarse de un estudio de caso único, sus resultados no pueden ser generalizados. Otro factor limitante es que las entrevistas fueron grabadas y esto puede haber inhibido a los entrevistados. Es posible que los gestores y empleados hayan omitido opiniones más contundentes por temor a ser perjudicados.

Como sugerencia para futuras investigaciones se indica hacer nuevos estudios con una muestra mayor de parques temáticos o con empresas turísticas de diferentes áreas y portes, incluyendo otros *stakeholders*. Esto posibilitaría comparar los resultados obtenidos a través de diferentes métodos de investigación.

Entre los aportes teóricos que proporcionó este estudio se destaca que posibilitó la identificación de las contribuciones de la responsabilidad social corporativa y de las demás construcciones del Campo de los Negocios y la Sociedad incluidos en el modelo *VBA* a la administración de empresas turísticas conforme la percepción de sus *stakeholders*. Otra contribución fue el uso en el contexto brasileño de un modelo teórico producido en una realidad distinta, una empresa turística de gran porte y considerable impacto socioeconómico en la región donde está situada. Estos resultados ayudan a una mejor comprensión de la realidad de las empresas turísticas de la región a través de principios teórico-empíricos y pueden servir de base para perfeccionar la gestión socialmente responsable en estas organizaciones y para el desarrollo del turismo sustentable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araujo, L. M.** (2008) "Análise de stakeholders para o turismo sustentável". Caderno Virtual de Turismo 8(1): 91-99. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve= Acesso em: 25/03/2012>
- Beto Carrero World** (2012a) "Estrutura e serviços oferecidos". Disponível em: <http://www.betocarrero.com.br/>. Acesso em: 26/03/2012
- Beto Carrero World** (2012b) "Beto Carrero World confirma aliança com a Dreamworks e a Universal Studios". Disponível em: <http://www.betocarrero.com.br/sala-de-imprensa/release.php?id=260>. Acesso em: 26/03/2012
- Beto Carrero World** (2014) "Mapa de Penha". Disponível em www.betocarrero.com.br/design/imagens/mapa-como-chegar-grande.jpg Acesso em: 05/06/2014
- Bohdanowicz, P. & Zientara, P.** (2008) "Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees". *Tourism and Hospitality Research* 9(2): 147–158
- Bowen, H.** (1953) "Social responsibilities of the businessman". Harper & Row, New York
- Bramwell, B. & Lane, B.** (1993) "Sustainable tourism: an evolving global approach". *Journal of Sustainable Tourism* 1(1): 1-5
- Byrd, E. T.; Cárdenas, D. A. & Greenwood, J. B.** (2008) "Factors of stakeholder understanding of tourism: the case of Eastern North Carolina". *Tourism and Hospitality Research* 8(3): 192 – 204
- Carroll, A. B.** (1979) "A three-dimensional conceptual model of corporate social performance". *Academy of Management Review* (4): 497-505
- Carroll, A. B.** (1991) "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders". *Business Horizons* 34(4): 39-46
- Carroll, A. B.** (1998) "The four faces of corporate citizenship". *Business and Society Review* 100(1): 1-7
- Carroll, A. B.** (1999) "Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct". *Business and Society* 38(3): 268-295
- Cowper-Smith, A. & Grosbois, D.** (2011) "The adoption of corporate social responsibility practices in the airline industry". *Journal of Sustainable Tourism* 19(1): 59–77
- Dreher, M. T. & Rueckert, R. A. O.** (2010) "Responsabilidade social e cooperação intersetorial: uma leitura sobre a inserção de jovens no mercado de trabalho turístico". VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul
- Faria, A. & Sauerbronn, F. F.** (2008) "A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica". *RAP* 42(1): 07-33
- Freeman, R. E.** (1984) "Strategic management: a stakeholder approach". Sage, Massachusetts
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE** (2012) "Censo de Santa Catarina – 2010" Disponível em: [Http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf...](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf...) Acesso em 30/03/2012
- Lane, B.** (2001) "Sustainable Tourism: Challenges and opportunities for Hawaii". Lecture, Honolulu

- Larson, R. & Farber, B.** (2000) "Estatística aplicada". Pearson Prentice Hall, São Paulo
- Levy, S. E. & Park, S.-Y.** (2011) "An analysis of CSR activities in the lodging industry". *Journal of Hospitality and Tourism Management* 18: 147–154
- Manente, M.; Minghetti, V. & Mingotto, E.** (2012) "Ranking assessment systems for responsible tourism products and corporate social responsibility practices". *Anatolia – An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 23(1): 75–89
- McIntyre, G.** (1993) "Sustainable Tourism Development: Guide for the local planners". World Tourism Organization, Madrid
- Molina, M. M.** (2011) "La responsabilidad social corporativa en la gestión hotelera". *Anuario Turismo y Sociedad* (12): 169-184
- Organização Mundial do Turismo (OMT)** (2012) "Sustainable development of tourism". Disponível em: <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5>. Acesso em: 20/02/2012
- Parmar, B. L.; Freeman, R. E.; Harrison, J. S.; Wicks, A. C.; Purnell, L. & de Colle, S.** (2010) "Stakeholder Theory: The State of the Art". *The Academy of Management Annals* 4(1): 403-445
- Prefeitura Municipal de Penha – PMP** (2012) "Aspectos geográficos – Aspectos físicos". Disponível em: <http://www.penha.sc.gov.br/conteudo/?item=15408&fa=7293&PHPSESSID=> Acesso em: 02/02/2012
- Schwartz, M. S. & Carroll, A. B.** (2007) "Integrating and unifying competing and complementary frameworks: the search for a common core in the business and society field". *Business & Society* 20(10): 1-39
- Secretaria Municipal de Turismo de Penha** (2012) Disponível em: <http://www.turismopenha.com.br>. Acesso em: 02/02/2012
- Silveira, L. H.** (2011) "Fórmula 1 em Penha?". *A Notícia*, Florianópolis, nro. 1019. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/anoticia/jsp/default2.jsp?uf=2&local=> Acesso em: 30/07/2012
- Vergara, S. C.** (2000) "Projetos e relatórios de pesquisa em administração". Atlas, São Paulo
- Vong, F.** (2010) "Perception of Macao teachers and students regarding gaming operators' Social Responsibility". *UNLV Gaming Research & Review Journal* 14(1): 1-13
- Yin, R. K.** (2002) "Estudo de caso: planejamento e métodos". Bookman, Porto Alegre

Recibido el 05 de marzo de 2014

Reenviado el 06 de junio de 2014

Aceptado el 15 de junio de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués