



**thij**  
Tourism and Hospitality  
International Journal

**THIJOURNAL.ISCE.PT**  
**THIJOURNAL.ISCE.PT**

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: EL CASO DE LAS COMPAÑÍAS DE CRUCEROS

**María Dolores Sánchez-Fernández**

Universidade da Coruña, España

**José Ramón Cardona**

Universitat de les Illes Balears, España

**Andrea Mosquera Rodríguez**

Universidade da Coruña, España

Sánchez-Fernández, M. D., Ramón Cardona, J. & Mosquera Rodriguez, A. (2020). Responsabilidad social corporativa: El caso de las compañías de cruceros. *Tourism and Hospitality International Journal*, 15(1), 78-103.

## Resumen

En el contexto actual, marcado por la globalización y la consolidación de grandes compañías multinacionales, es importante vigilar las actuaciones de las empresas, con el fin de minimizar su impacto negativo sobre la sociedad. El presente artículo tiene por objetivo, a través del análisis de las compañías de cruceros más importantes, comprobar el grado de transparencia de acuerdo con los conceptos de la Responsabilidad Social Corporativa, además de su nivel de implicación con la sociedad y con el medio ambiente. Los resultados indican que son las empresas más grandes, con más barcos y mayores cifras de ventas, las que publican memorias anuales de sostenibilidad ambiental, lo que pone de manifiesto el compromiso social de estas empresas con la sociedad. Queda quizá la necesidad de implantar un mayor control sobre empresas de más reducida dimensión, pero se ha podido comprobar que las empresas de este sector, gracias a las normas de Global Reporting Initiative o a la Asociación Marítima Internacional, han realizado grandes esfuerzos en materia de sostenibilidad ambiental, lo que también contribuye a una notable mejora de su imagen.

## Palabras claves

Responsabilidad Social Corporativa, Turismo, Cruceros, Industria de los cruceros

## **Abstract**

In the current context, marked by globalization and the consolidation of large multinational companies, it is important to monitor the actions of companies, in order to minimize their negative impact on society. The purpose of this article, through the analysis of the most important cruise companies, is to verify the degree of transparency in accordance with the concepts of Corporate Social Responsibility, in addition to their level of involvement with society and the environment. The results indicate that they are the largest companies, with more boats and higher sales, which publish annual reports of environmental sustainability, which highlights the social commitment of these companies with society. There is perhaps a need to establish greater control over smaller companies, but it has been proven that companies in this sector, thanks to the Global Reporting Initiative standards or the International Maritime Association, have made great efforts in terms of environmental sustainability, which also contributes to a significant improvement in its image.

## **Keywords**

Corporate social responsibility, Tourism, Cruises, Cruise industry

## Introducción

El transporte regular de carga y pasaje mediante buques a vapor se inició en 1838 y en las décadas posteriores se produjo una evolución hacia buques cada vez más grandes, rápidos y confortables. Esta evolución fue muy rápida en las rutas de larga distancia llegando a los grandes transatlánticos de las primeras décadas del siglo XX. En esa época competían Cunard Line y White Star Line por ser la mejor compañía en la ruta atlántica (Olier, 2012) y la oferta de ocio estaba pensada para hacer más llevadera la larga travesía. Aunque ya hubo ejemplos tan tempranos como 1845, los cruceros turísticos empezaron en los años veinte como complemento al transporte de pasajeros, mermado por las restricciones a la inmigración impuestas por Estados Unidos a partir de 1920. En los años cincuenta y sesenta, la primera generación de aviones de pasajeros a reacción obligó a una reconversión definitiva del sector de los transatlánticos hacia los cruceros turísticos (Murias, 2002). A partir de entonces el ocio prevaleció sobre el transporte y ello se ve reflejado en los buques, cada vez más grandes, con más actividades a bordo y una navegación más lenta pero mucho más estable. En la actualidad, los cruceros turísticos tienen un amplio desarrollo en el Caribe y el Mediterráneo, siendo menos presentes en otras regiones del mundo, y el sector se encuentra dominado por Carnival Corporation & plc y Royal Caribbean Cruises Ltd.

El presente estudio analiza la importancia de la responsabilidad social y la sostenibilidad en las empresas de cruceros, aspectos aún poco analizados (Adams, Font & Stanford, 2017; Font, Guix & Bonilla, 2016; de Grosbois, 2016). A través del análisis de la información que proporcionan las compañías de cruceros se compara la situación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las cuatro grandes navieras del sector. La RSC es de aplicación reciente en la industria de los cruceros, por lo que es importante analizar los objetivos y las medidas llevadas a cabo en este ámbito. La selección de las empresas se ha llevado a cabo por su tamaño e importancia en el sector, lo cual implica grandes impactos en la sociedad y en el medio ambiente.

A continuación, tras esta introducción, se realiza una revisión de la literatura sobre RSC y la industria de los cruceros turísticos. Seguidamente se exponen los datos básicos de las compañías analizadas y la metodología empleada. Posteriormente son comparadas las cuatro compañías en base a un listado de puntos que permite valorar el grado de implantación de la RSC y la comunicación de dichas acciones. En el último apartado se exponen las conclusiones generales del análisis de casos realizados.

## Revisión de la Literatura

Los inicios de la Responsabilidad Social Empresarial se remontan a la Revolución Industrial, aunque anteriormente existieron críticas a un sistema donde reinaba la relación entre señores y vasallos. Es en el siglo XIX cuando se plantea que el interés propio de los empresarios no puede obrar al margen de la moralidad. En la actualidad estas prácticas harían perder la reputación de la empresa y el compromiso de los trabajadores y no conducirían a la maximización del beneficio (Navarro, 2012). Adam

Smith señaló la importancia de la moralidad y creía que era el interés propio lo que mueve el bienestar social (Pérez, 2014). Por otra parte, otros autores como Milton Friedman no consideraron la importancia de la responsabilidad social afirmando que el único objetivo de los directivos es aumentar sus ingresos. Robert Owen fue una importante figura en los orígenes de la responsabilidad social. Como empresario, defendía el principio de felicidad para el mayor número de personas y favoreció la implantación de la responsabilidad social tanto externa como interna. De forma externa consiguiendo la reducción del número de horas de trabajo y la prohibición del trabajo infantil y en el aspecto interno, mejorando el nivel de vida de sus propios empleados (Raufflet, Félix, Barrera & García, 2012). Finalmente, el interés moderno por la responsabilidad social nace en los años 50 y continúa en los sesenta y setenta sin embargo no alcanza especial importancia hasta los noventa, debido al aumento de la preocupación sobre estos temas. Es un poco más adelante cuando surgen dos importantes organizaciones que se preocuparán por el cumplimiento de estos aspectos: Global Compact, creada por la ONU en 1999, estableciendo diez principios que permiten mejorar la relación entre el empresario, los trabajadores, el medio ambiente y la sociedad; Global Reporting Initiative (GRI) se creó por Ceres y Pnuma en 1997 para mejorar y potenciar los informes de sostenibilidad. En la actualidad, la responsabilidad social adquiere cada vez más importancia y se propaga por más sectores, además se han creado organismos e iniciativas que velan por las buenas prácticas de las empresas y cada vez son mayores y más importantes las memorias de sostenibilidad de las grandes compañías multinacionales (Navarro, 2012).

Algunos autores coinciden en que el verdadero nacimiento de la responsabilidad social empresarial como concepto surge en 1953, con la publicación de *Social Responsibilities of Businessmen* de Howard Bowen, donde se definió por primera vez el concepto de la responsabilidad social como una obligación e idea voluntaria de los empresarios para alcanzar los objetivos de la empresa y evitar problemas económicos (Raufflet et al., 2012).

La Responsabilidad Social Empresarial está definida como “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con todos sus interlocutores” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 7). Esta definición aparece recogida en el Libro Verde sobre RSC incluyendo que la responsabilidad social va más allá de cumplir con las normas jurídicas y contribuye a aumentar la competitividad de las empresas. En cuanto al ámbito español, el Foro de Expertos convocado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales añade que:

las políticas responsables emprendidas desde la empresa generan unos resultados, medibles a través de indicadores, que deben ser verificados externamente y comunicados de forma transparente [...] si bien la responsabilidad social corresponde en primer lugar a las empresas se extiende a todas las organizaciones que aportan un valor añadido a la sociedad, sean públicas o privadas, con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2007, pp. 7-8).

En la Estrategia Renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas se publica una nueva definición de RSC y añade que cumplir las leyes, convenios y reglamentos es un requisito indispensable antes de implantar la responsabilidad social. Además se señala que se debe implantar un sistema de comunicación de las preocupaciones que la responsabilidad social implica con el fin de generar valor añadido a las diferentes partes que forman la sociedad y para la sociedad en general, además de prevenir y disminuir las consecuencias negativas resultantes de la actividad de la empresa. Este documento también manifiesta que es lógico que las pequeñas y medianas empresas adopten medidas informales en este contexto y anima a crear un plan estratégico para las grandes empresas en lo que respecta a la responsabilidad social (Comisión Europea, 2011).

Por otra parte cabe señalar que, es necesario que las empresas conozcan algunas de las herramientas que existen, para poder elegir aquella que más se adapte a las necesidades de la organización. Entre las cuales destacan en el ámbito turístico: Memoria de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI); Norma de Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21); Sistema de Turismo Responsable (STR); La Guía ISO 26000. Dentro de estas herramientas, las más completas para el sector turístico son las memorias de sostenibilidad (GRI) y el Sistema de Turismo Responsable (STR) (Sánchez, 2015).

### **Sector de los Cruceros Turísticos**

En épocas antiguas existían buques que recorrían los mares en busca de nuevos asentamientos o comercio, pero no es hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando las compañías navieras construyen grandes buques para el transporte de pasajeros. Esta época, finales del siglo XIX y principios del siglo XX, coincidió con la Segunda Revolución Industrial, lo que provocó que existieran grandes avances en cuanto a transporte se refiere. Estos barcos transportaban tanto a gente de clase acomodada como a migrantes en busca de oportunidades laborales. Existían tres clases en la mayoría de los buques, donde viajaban las personas en función de su poder adquisitivo (Mancini, 2001).

Durante la Primera Guerra Mundial muchos barcos transatlánticos fueron utilizados para transportar tropas, pero al finalizar la guerra se crearon buques más grandes y rápidos (Gallego, 2015). Un buen ejemplo es el transatlántico RMS Queen Mary, orgullo de los británicos e inaugurado en 1936, transporte de tropas durante la guerra y reformado en diversas ocasiones, siendo en la actualidad un hotel flotante con múltiples de atracciones. El RMS Queen Mary ganó en 1936 la “banda azul”, un galardón que servía para el reconocimiento del buque de pasajeros más rápido. En 1946 el RMS Queen Elisabeth entró en servicio, siendo el transatlántico más grande que se había construido hasta ese momento. Hasta los años cincuenta existieron líneas que cruzaban los océanos, pero en esas fechas las líneas aéreas comenzaron a cruzar el océano atlántico con aviones a reacción. Estos trayectos eran más cortos y se hizo necesaria una remodelación del sector que pudiese competir con el transporte aéreo. De esta forma se

empezaron a llevar a cabo cruceros que navegaban hacia el mar Caribe, predominantemente, y se comenzaron a restaurar y construir cruceros similares a los actualmente en servicio. Se eliminó la separación de clases y ya no se primaba la velocidad, se montaron casinos, piscinas y grandes actividades que propiciaron que el crucero fuese un gran centro de ocio. En los años ochenta y noventa se construyeron grandes barcos equipados con importantes instalaciones que supusieron un gran auge en la industria de los cruceros (Mancini, 2001). La industria de cruceros es el sector turístico que más ha aumentado en los últimos años y representa un producto accesible a las clases medias que también ha sufrido la misma masificación que otros sectores turísticos. En la actualidad hay tres tipos básicos de cruceros: cruceros pequeños enfocados al gran lujo o a nichos especializados; grandes cruceros que buscan economías de escala para atender al segmento medio, y pequeños cruceros fluviales (Murias, 2002).

De la necesidad de establecer una asociación global que represente los intereses del sector y mejore y establezca la sostenibilidad y seguridad en este sector, además de proporcionar datos sobre la misma, surgió en 1975 la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA). De CLIA forman parte tanto cruceros, como proveedores, socios, agencias y agentes de viajes. Esta asociación publica periódicamente notas de prensa y estudios de investigación que proporcionan datos sobre todo lo relacionado con la industria del crucero (CLIA Spain, 2017).

Según CLIA Spain (2015), en 2011 hubo una demanda global de pasajeros de 11,44 millones, en 2013 de 11,42, en 2014 de 12,21 millones y en 2015 de 12,17 millones. La mayor parte de los pasajeros proceden de Norte América seguido de Europa. Desde 2005 hasta 2015 el número de viajeros procedentes de Norte América se incrementó un 22,1% y el procedente de Europa un 109,0%. Además, Norte América representaba el 53% del total de pasajeros. El mercado europeo representaba el 28% y el resto del mundo el 19%. La contribución del sector de los cruceros en la economía fue en 2015 de 117,09 billones de dólares, generando unos ingresos de 38,16 billones de dólares. De éstos, la contribución de los empleos directos fue de 54,11% y la contribución de los empleos indirectos fue de 62,98%. CLIA señala las tendencias del sector: Mayor cantidad de viajes en crucero por parte de las generaciones más jóvenes; Importancia de las agencias de viajes a la hora de seleccionar un crucero.

Según CLIA Spain (2015), España es el segundo país con más llegada de cruceristas, con una cifra de 4,89 millones de pasajeros en 2014. También es el cuarto país europeo que más aporta a la industria de cruceros generando 1.208 millones de euros en 2014 y 25.483 empleos. El informe también señala que de promedio, cada pasajero que visitó un puerto español, gastó 55 euros.

En los últimos años se han estudiado diversos temas relacionados con el sector de los cruceros: el comportamiento de los cruceristas (Brida, Pulina, Riaño & Zapata, 2013; DiPietro & Peterson, 2017; Hsu & Li, 2017; Hung & Petrick, 2011; Petrick, 2011; Satta, Parola, Penco, Persico & Musso, 2016; Shim, Kang, Kim & Hyun, 2017; Whyte, 2017; Zhang, Ye, Song & Liu, 2015); el impacto de los cruceros en los puertos en que recalán (Brida, Bukstein & Tealde, 2015; Castillo, López & Alanís, 2015; Esteve & García,

2015; Kerswill & Mair, 2015); las actitudes de los residentes hacia el turismo de cruceros (Brida, Chiappa, Meleddu & Pulina, 2014; Del Chiappa & Abbate, 2016; Jordan & Vogt, 2017); entre otros. Pero es escaso el análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector (Adams et al., 2017; Font et al., 2016; de Grosbois, 2016). Algunos de los resultados previos son: los informes son deficientes al realizar un escaso uso de estándares internacionales para su elaboración y existir una falta de auditoría externa de la información (de Grosbois, 2016); normalmente los informes no aportan parte de la información que los distintos grupos de interés buscan y aportan datos sin interés para el público (Font et al., 2016); los consumidores prefieren las compañías social y medioambientalmente responsables, aunque no siempre es el elemento prioritario (Adams et al., 2017).

## Metodologia

El turismo de cruceros realiza una importante contribución económica a los países con este tipo de turismo y se encuentra en expansión, pero es un sector fuertemente concentrado en unas pocas corporaciones que dominan el mercado mundial (Tabla 1).

En la actualidad existen 20 grandes compañías que dominan el mercado mundial (de la Rosa, 2015). El Cruise Industry News Annual Report 2017-2018 (Cruise Industry News, 2017) facilita información de las distintas compañías navieras. Estas compañías pertenecen a cuatro grandes corporaciones:

1. Carnival Corporation. Abarca un 44,8% de la cuota total de mercado y cuenta con nueve compañías de cruceros (Tabla 2).
2. Royal Caribbean Cruises. Abarca un 24,7% de la cuota total de mercado y cuenta con siete compañías de cruceros (Tabla 3).
3. Norwegian Cruise Line. Abarca un 8,9% de la cuota total de mercado y cuenta con tres compañías de cruceros (Tabla 4).
4. MSC Cruises. Abarca un 6,4% de la cuota total de mercado (Tabla 5).

Por otra parte señalar que, de estas compañías, tan solo 19 de ellas forman parte de CLIA España. Las compañías con mayor crecimiento en el 2017 han sido Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises, Norwegian Cruise Line, MSC Cruises y Genting Hong Kong, por este orden. Desde 2001, Carnival Corporation y Royal Caribbean siempre han ocupado el primer y el segundo puesto, seguidos de Norwegian Cruise Line.

En el presente trabajo, se analiza la sostenibilidad de las cuatro grandes compañías de cruceros que operan en el mundo: Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises, Norwegian Cruise Line y MSC Cruises. Para ello, se realizó un análisis metodológico basado en la comparativa de las citadas compañías, partiendo de la recogida de información a través de sus respectivas páginas web (Tabla 6) y de información recopilada de la base de datos de Global Reporting Initiative (GRI). En este trabajo se desarrollará el análisis de las memorias de sostenibilidad dado su disponibilidad de acceso, siendo estas públicas a diferencia de los informes STR.

## **Análisis de la RSC en las Principales Compañías de Cruceros**

En este apartado se realiza un estudio sobre la importancia que le dan las compañías a la RSC y su contribución a los principales aspectos que este concepto engloba. Para ello se han seleccionado una serie de indicadores que ofrecen una visión global del compromiso con la RSC, el ámbito ambiental, las iniciativas con los clientes e iniciativas con los empleados.

### **Compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa.**

Las cuatro compañías reflejan un compromiso con la sostenibilidad. En este apartado se evalúan cuatro indicadores que proporcionan información relevante sobre el compromiso de la compañía (Tabla 7). En primer lugar, solo dos de ellas, Carnival Corporation y Royal Caribbean Cruises publican anualmente un informe anual de sostenibilidad, el cual elaboran de acuerdo a las normas GRI. Por otra parte cabe señalar que, todas ellas, en sus respectivas páginas Web manifiestan su contribución a la minimización del impacto negativo sobre el medio ambiente. En cuanto a los informes de sostenibilidad, los más recientes que se han encontrado son los referentes a 2015 (Tabla 6), en la base de datos GRI.

Carnival Corporation ofrece un informe más extenso que el de Royal Caribbean, 100 páginas y 53 respectivamente, pero los dos constan de una estructura similar. Comienzan con un mensaje del presidente y Chief Executive Officer (CEO) de la compañía. Posteriormente introducen sus metas para el horizonte 2020 con varios objetivos en cuanto a reducción de residuos y contaminación en general, además incluyen su filosofía y sus acciones, así como sus mejoras en el plano sostenible. Finalmente en dichos documentos muestran un plano temporal donde se indican las emisiones de carbono producidas, el consumo de energía, fuel y agua potable, y las reducciones en el caso de emisiones de gases. También cuentan con un plano temporal con cifras de personal, donde destacan la procedencia, el tipo de contrato, accidentes laborales. También indican en estos informes el contexto legal en materia de sostenibilidad en el que llevan a cabo sus actividades. Por otra parte cabe indicar que, todas las compañías navieras cuentan con reconocidos premios relacionados con la sostenibilidad ambiental y con certificaciones medioambientales, entre las que destacan la norma ISO 14001.

En cuanto a la colaboración con organizaciones, Carnival Corporation creó la Fundación Carnival, que a través de fondos, personas voluntarias y programas apoyan a diversas organizaciones. Mediante las actividades desarrolladas por la fundación buscan una mejora de la comunidad, como por ejemplo, ayudando a personas sin hogar y fomentando el aprendizaje de adolescentes, a través de un programa de becas en el que los estudiantes acuden al centro de trabajo de Carnival y posteriormente se les ofrecen becas universitarias. El desembolso monetario en este programa de becas ha sido de 2,1 millones de dólares. También esta compañía colabora con The Nature Conservancy, la cual dirige sus esfuerzos a la protección marina global, en el desarrollo de esta actividad

Carnival ha contribuido con 2,5 millones de dólares en cinco años. También esta naviera colabora con Create Common Good, entidad sin ánimo de lucro que establece programas de búsqueda de empleo para personas que están en situación de riesgo. También ayuda con el Edge4Vets, que busca ayudar a convertir aportaciones militares en herramientas para uso civil. Esta naviera ofrece el Carnival Kids Program, administrado por la Sociedad Zoológica de Florida del Sur y enfocado a promover la conservación ambiental entre los estudiantes en situación de riesgo de las escuelas del sur de Florida, la Heat Academy para mejorar las habilidades de lectura y matemáticas de los estudiantes del Holtz Children Hospital, el Miami Children Museum para ver cómo funciona un crucero y las relaciones de la industria con la comunidad y FIU Chaplin School of Hospitality and Tourism Management, un programa de becas para estudiantes de hostelería y turismo de dicha escuela.

Royal Caribbean Cruises creó la Ocean Fund para ofrecer subvenciones a programas de organizaciones que cumplan una serie de requisitos con el objeto de preservar la flora y la fauna de los ecosistemas marinos, dar a conocer el cambio climático y promover la tecnología y educación. Royal Caribbean Cruises y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) han establecido un acuerdo de colaboración de cinco años, el cual se basa en la protección de los océanos y en las mejoras sostenibles para Royal Caribbean (reducción de emisión de carbono y abastecimiento sostenible de mariscos). Para ello, Royal Caribbean realizará una contribución de 5 millones de euros a WWF, y ayudará en la concienciación sobre la necesidad de protección de los océanos (Marengo, 2016). También colabora con otras organizaciones benéficas: Make a Wish (ofrece paquetes de cruceros para niños con enfermedades) y el premio Points of Light en Florida (el cual premia a aquellas personas o instituciones que tienen un servicio voluntario ejemplar, actuando como patrocinador).

MSC Cruises colabora con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), con alimentos terapéuticos que luchan contra la malnutrición de los niños en países menos desarrollados. Para ello invita a los pasajeros a realizar una donación para esta asociación. Finalmente señalar que, Norwegian Cruise Line no muestra su colaboración con ninguna organización benéfica en su página Web.

### **Iniciativas en el ámbito medioambiental.**

Todas las compañías realizan esfuerzos en el plano medioambiental (Tabla 8). Carnival Corporation realiza labores de reciclaje, reutilización y disminución de la toxicidad de sus productos, para lo cual algunas medidas que ha adoptado son compra de productos no tóxicos, compra a granel o el uso de contenedores para la recogida separada a bordo de los buques. Esta naviera trabaja en la reducción del combustible y la electricidad construyendo nuevos buques con tecnologías con mayor eficiencia energética y modificando los antiguos optimizando estos recursos (luces LED, sistemas automáticos de ventilación, etc.). Además también trabajan con el sistema ECO-ECG, una tecnología para los óxidos del azufre que provienen de la combustión del combustible. Esta compañía ha destinado más de 400 millones de dólares a implantar

estos sistemas en sus barcos. Finalmente destacar que, en el año 2016 Carnival Corporation ha obtenido una calificación “B” sobre el cambio climático de Carbon Disclosure Project (CDP) .

Royal Caribbean Cruises realiza un gran esfuerzo en proteger el medio ambiente y a través de su programa Save the Waves ha conseguido la reutilización del 100% de sus residuos. Esta compañía cuenta con un sistema avanzado de purificación de agua y trabaja para reducir las emisiones de carbono, para lo que están implementando el gas natural licuado, lo que supone 0 emisiones de dióxido de azufre. Comparando este con el diesel marino tiene un reducción del 95% en partículas, un 85% en reducción de nitrógeno y un 25% en reducción de carbono. Para 2018 su intención es ser la primera compañía en utilizar este producto. Utilizan tres sistemas avanzados de purificación del agua: Scanship, Hydroxyl y Navalis. Los dos primeros se basan en el tratamiento biológico y el tercero se basa en la filtración avanzada. En los próximos diez años pretenden implementar en todos sus barcos esta tecnología, para lo que se estima una inversión de 100 millones de dólares. Royal Caribbean Cruises obtuvo una calificación “C” sobre el cambio climático de Carbon Disclosure Project (CDP) de 2016.

Norwegian Cruise Line ha adquirido un compromiso con el medio ambiente y en la prevención de accidentes, reciclaje y reutilización de desechos, así como en la reducción del impacto ambiental de su actividad. Sus barcos cuentan con sistemas avanzados de aguas que tratan las aguas grises y negras. Sus cruceros disponen de separadores de agua y aceite que impiden que el aceite se vierta al medio marino. Además cuentan con el programa “Iniciativas Ecológicas en los Camarotes” el cual fomenta el ahorro de agua y energía por parte de los pasajeros. Esta naviera recicla aproximadamente el 95% del aceite usado y lo reutiliza a menudo como biocombustible en tierra. Esta compañía no tolera que se arroje basura al mar y además reciclan el material sobrante. Por otra parte cabe señalar que sus buques constan de tecnología destinada al ahorro de agua y energía (iluminación de bajo consumo, aire acondicionado automático, etc.), y están instalando depuradores de gases para reducir azufre, partículas y otros elementos. Norwegian Cruise Line ha obtenido una calificación de “F” por no haber contestado la encuesta sobre el cambio climático de Carbon Disclosure Project de 2016.

MSC Cruises utiliza sistemas de ahorro de energía y sistemas avanzados de tratamiento del agua y reciclaje. MSC Cruises no consta en la base de datos de Carbon Disclosure Project.

### **Iniciativas con los clientes.**

Todas las compañías comunican sus políticas ambientales en sus respectivas páginas Web (Tabla 9), aunque MSC Cruceros y Norwegian Cruise Line lo realizan desglosando como uno o varios apartados dentro de su perfil corporativo. A todas las anteriores se puede acceder a través de un apartado propio como medio ambiente o sostenibilidad (Tabla 9). El más extenso es Carnival Corporation aunque también es el de más difícil navegación. A este le siguen por este orden, Royal Caribbean, Norwegian

Cruise Line y finalmente MSC Cruises, que hace mención únicamente a su colaboración con Unicef, a los premios obtenidos y brevemente a la sostenibilidad de sus barcos.

Todas ellas, de una forma u de otra hacen partícipes a sus clientes de las políticas socialmente responsables implementadas en la compañía, generalmente a través de sus programas (Tabla 9). Como ejemplo mencionar los casos de Carnival Corporation y Royal Caribbean. En otros casos, a través de políticas de no arrojar basura o de ahorro energético (Norwegian Cruise Line) o a través de solicitar su colaboración con ONGs (MSC Cruises) involucran a sus clientes.

Ninguna de las compañías dispone de un sistema de quejas y sugerencias, sin embargo todas ellas publican los derechos del pasajero, 10 principios que hacen referencia a la protección y comodidad de los pasajeros, los cuales son adoptados por la Organización Marítima Internacional y supone un requisito indispensable para ser miembro de CLIA (Marengo, 2017).

### **Iniciativas con los empleados.**

Carnival Corporation valora la diversidad de personas y promueve un entorno de trabajo abierto, tolerante y positivo. Esta compañía valora a sus empleados, al talento de los mismos así como su capacidad competitiva y de prosperar. Además esta naviera pública la “Ley de conformidad con la Ley de Exclavitud Moderna 2015”, en la que manifiesta que, todos sus empleados deben contar con cursos de capacitación ética y condenan todas las formas de explotación infantil y trabajo forzado. Esta naviera dispone la aplicación de una diligencia a aquellas personas que no cumplan sus acciones de una forma ética, así como su revisión constante al mantenimiento de la misma (Tabla 10).

Royal Caribbean promueve la igualdad de oportunidades en el empleo y manifiesta la posibilidad de revisión de antecedentes penales, consumo de drogas u otros. Esta empresa pública ofertas de trabajo y muestra como es trabajar en la compañía. Esta compañía expone los relatos de personas que trabajan o han trabajado en la compañía y la forma de poder trabajar con ellos. Por otra parte esta formando a sus trabajadores en la RSC, por ejemplo a través del programa Get Involved Volunteer Everywhere (G.I.V.E), fomentando que sus trabajadores colaboren con la sociedad en la que viven o trabajan (Tabla 10). Royal Caribbean concede becas de ayuda al estudio a los hijos de los empleados que cumplan una serie de requisitos.

Norwegian Cruise Line manifiesta la no discriminación y ofrece información sobre la vida a bordo y los puestos disponibles (Tabla 10). MSC Cruises ofrece amplia información de cómo es trabajar con ellos, ofrece los puestos disponibles y los requerimientos, además ofrece información detallada sobre cómo es trabajar en la compañía (Tabla 10).

## Conclusiones

Se comprueba una creciente importancia de los conceptos principales de la Responsabilidad Social Corporativa en las principales compañías de cruceros del mundo. Este concepto abarca varias cuestiones entre las que destacan el compromiso por la protección del medio ambiente, y las iniciativas para el bien del cliente interno y externo, en definitiva, a todos aquellos agentes a los que le pueda influenciar el desarrollo de una actividad, con el fin de minimizar sus posibles impactos negativos. La aplicación de los conceptos de la RSC cobra mayor importancia en compañías grandes, ya que por su mayor actividad son susceptibles de originar un mayor impacto ambiental en la sociedad. En una actividad en continuo crecimiento, como es la industria de cruceros, y que abarca un elevado volumen de negocio, examinar las conductas llevadas a cabo en materia de RSC es un hecho de vital importancia.

La industria de cruceros está dominada por grandes empresas que deben esforzarse con el fin de preservar las condiciones en las que ejercen sus actividades. En la actualidad, una buena parte de la regulación de las empresas en RSC se basa en normas de voluntaria aplicación, sin embargo en un mundo globalizado como el actual, es muy posible que surja la proliferación de leyes y decretos que impidan a las empresas llevar sus actividades fuera de los conceptos sostenibles.

Las empresas analizadas, Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises, Norwegian Cruise Line y MSC Cruises, hacen notables esfuerzos en materia de responsabilidad social e intentan contribuir positivamente en sus posibilidades siendo grandes compañías consolidadas. La aplicación de los principios de la RSC no solo implica mejoras para la sociedad y el medio ambiente, sino que, también supone para las empresas una mejora de su imagen corporativa, también se logra reducir los costes, a pesar de que en un principio para llevar a cabo todas estas mejoras, necesiten destinar una buena parte de sus fondos para cubrir estas necesidades.

Si se desciende al detalle, se observa que las dos mayores corporaciones analizadas (Carnival Corporation y Royal Caribbean Cruises) poseen niveles de transparencia y aplicación de las diversas acciones tomadas en consideración superior a las otras dos compañías estudiadas (Norwegian Cruise Line y MSC Cruises). Ello induce a pensar que el resto de compañías de cruceros existentes, y no analizadas en este trabajo, tendrán niveles muy bajos de aplicación de este tipo de acciones. La falta de calidad en la comunicación de la RSC de los cruceros ya fue detectada en estudios anteriores (de Grosbois, 2016).

Aunque pueda considerarse una limitación el hecho de sólo tomar en consideración cuatro compañías, aunque representan el 84,8% del mercado mundial, la principal limitación del estudio es la imposibilidad de comprobar la aplicación de las acciones que dicen realizar, mediante visitas o auditorias externas. Cabe indicar que existen polémicas mediáticas sobre la verdadera situación de los trabajadores a bordo de los buques de estas compañías y el grado de aplicación real de las medidas de reducción del impacto medioambiental. En todo caso, hay que tener en cuenta que este estudio es un análisis de la transparencia y comunicación de acciones de RSC por parte de las

compañías tomadas en consideración, de similar forma a como han hecho estudios previos (Font et al., 2016; de Grosbois, 2016). En futuros estudios se debería comprobar la aplicación real de todas estas políticas en base a una muestra de buques de las diversas compañías de cruceros.

## Referências

- Adams, S. A., Font, X., & Stanford, D. (2017). All aboard the corporate socially and environmentally responsible cruise ship: A conjoint analysis of consumer choices. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(1), 31-43.
- Brida, J. G., Bukstein, D., & Tealde, E. (2015). Exploring cruise ship passenger spending patterns in two Uruguayan ports of call. *Current Issues in Tourism*, 18(7), 684-700.
- Brida, J. G., Chiappa, G. D., Meleddu, M., & Pulina, M. (2014). A comparison of residents' perceptions in two cruise ports in the Mediterranean Sea. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 180-190.
- Brida, J. G., Pulina, M., Riaño, E., & Zapata, S. (2013). Cruise passengers in a homeport: A market analysis. *Tourism Geographies*, 15(1), 68-87.
- Castillo, J. I., López, L., & Alanís, F. J. (2015). Tourism managers' view of the economic impact of cruise traffic: The case of southern Spain. *Current Issues in Tourism*, 18(7), 701-705.
- CLIA Spain (2015). *Informe de contribución de la industria de cruceros a la economía española en el puerto de A Coruña*. Madrid: CLIA Spain. Recuperado el 15 de junio de 2017 de <http://www.cliaspain.com/>
- CLIA Spain (2017). *La industria de los cruceros prevé superar los 25 millones de pasajeros en 2017*. Madrid: CLIA Spain. Recuperado el 15 de junio de 2017 de <http://www.cliaspain.com/>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro verde*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas. Recuperado el 21 de junio de 2017 de <http://www.oiss.org/>
- Comisión Europea (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: Comisión Europea. Recuperado el 13 de junio de 2017 de <http://www.empleo.gob.es/>
- Cruise Industry News (2017). *Cruise Industry News Annual Report 2017-2018*. New York, NY: Cruise Industry News. Recuperado el 25 de junio de 2017 de <https://www.cruiseindustrynews.com/>
- de Grosbois, D. (2016). Corporate social responsibility reporting in the cruise tourism industry: A performance evaluation using a new institutional theory based model. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2), 245-269.
- de la Rosa, J. M. (2015). Ranking de compañías de cruceros. *Hosteltur*, 21 julio. Recuperado de <https://www.hosteltur.com/>
- Del Chiappa, G., & Abbate, T. (2016). Island cruise tourism development: A resident's perspective in the context of Italy. *Current Issues in Tourism*, 19(13), 1372-1385.

- DiPietro, R. B., & Peterson, R. (2017). Exploring cruise experiences, satisfaction, and loyalty: The case of Aruba as a small-island tourism economy. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 18(1), 41-60.
- Esteve, J., & García, A. (2015). Strategic positioning analysis of Spanish cruise ports. *Journal of Maritime Research*, 12(3), 111-118.
- Font, X., Guix, M., & Bonilla, M. J. (2016). Corporate social responsibility in cruising: Using materiality analysis to create shared value. *Tourism Management*, 53, 175-186.
- Freire, F. J. (2016). *Responsabilidad social corporativa: El caso de las principales cadenas españolas*. Tesis de Grado. Universidade da Coruña, A Coruña, España.
- Gallego, D. (2015). *Turismo de cruceros*. Tesis de Grado. Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Recuperado el 10 de mayo de 2017 de <https://idus.us.es/>
- Hsu, C. H. C., & Li, M. (2017). Development of a cruise motivation scale for emerging markets in Asia. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 682-692.
- Hung, K., & Petrick, J. F. (2011). Why do you cruise? Exploring the motivations for taking cruise holidays, and the construction of a cruising motivation scale. *Tourism Management*, 32(2), 386-393.
- Jordan, E. J., & Vogt, C. A. (2017). Residents' perceptions of stress related to cruise tourism development. *Tourism Planning and Development*, 14(4), 527-547.
- Kerswill, M., & Mair, H. (2015). Big ships, small towns: Understanding cruise port development in Falmouth, Jamaica. *Tourism in Marine Environments*, 10(3-4), 189-199.
- Mancini, M. (2001). *Guía sobre la Industria de los Cruceros*. Madrid: Paraninfo.
- Marengo, R. (2016). Royal Caribbean y la WWF. *Noticias de Cruceros*, 27 de enero. Recuperado el 10 de agosto de 2017 de <https://www.noticiasdecruceros.com/>
- Marengo, R. (2017). Carta de Derechos del pasajero de cruceros. *Noticias de Cruceros*, 14 de julio. Recuperado el 10 de agosto de 2017 de <https://www.noticiasdecruceros.com/>
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2007). Informe del foro de expertos en responsabilidad social de las empresas. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Recuperado el 10 de mayo de 2017 de <http://www.empleo.gob.es/>
- Murias, R. (2002). *La industria del crucero en el siglo XXI. Implicación en los puertos españoles y perspectivas de futuro*. Tesis doctoral de Ciencia e Ingeniería Náuticas. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, España.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica* (2ª edición). Madrid: ESIC.
- Olier, J. (2012). *La Historia del Titanic y los Grandes Transatlánticos*. Madrid: Bubok Publishing S.L.
- Perez, D. (2014). La riqueza de las naciones, por Adam Smith. *Desde la Ciudad sin Cines*, 12 de enero. Recuperado el 15 de mayo de 2017 de <http://desdelaciudadincines.blogspot.com.es/>
- Petrick, J. F. (2011). Segmenting cruise passengers with perceived reputation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 48-53.

- Raufflet, E., Félix, J., Barrera, E. & García, C. (2012). *Responsabilidade social empresarial*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educação.
- Sánchez, M. D. (2015). Ferramentas e instrumentos de gestão estratégica de responsabilidade social: Setor turismo. *Tourism and Hospitality International Journal*, 4(2), 71-88.
- Satta, G., Parola, F., Penco, L., Persico, L., & Musso, E. (2016). Motivation-based segmentation in the cruise industry: An exploratory study. *International Journal of Transport Economics*, 43(1), 155-184.
- Shim, C., Kang, S., Kim, I., & Hyun, S. S. (2017). Luxury-cruise travellers' brand community perception and its consequences. *Current Issues in Tourism*, 20(14), 1489-1509.
- Whyte, L. J. (2017). Understanding the relationship between push and pull motivational factors in cruise tourism: A canonical correlation analysis. *International Journal of Tourism Research*, 19(5), 557-568.
- Zhang, Z., Ye, Q., Song, H., & Liu, T. (2015). The structure of customer satisfaction with cruise-line services: An empirical investigation based on online word of mouth. *Current Issues in Tourism*, 18(5), 450-464.

Tabla 1  
*Principales compañías de cruceros en el mundo*

<b>Compañía</b>	<b>Número de barcos</b>	<b>Camas</b>	<b>Cuota de Mercado</b>
Carnival Cruise (grupo Carnival)	24	61.890	17,8%
Royal Caribbean Int.(grupo Royal Caribbean)	23	67.454	16,0%
Princes Cruises (grupo Carnival)	18	44.210	8,0%
Norwegian Cruises Line (NCL)	14	38.530	8,0%
Costa Crociere (grupo Carnival)	15	36.147	7,1%
MSC Cruises	12	31.860	6,4%
Celebrity Cruises (grupo Royal Caribbean)	10	22.336	3,9%
AIDA Cruises (grupo Carnival)	11	21.762	3,8%
P &O Cruises UK (grupo Carnival)	8	17.991	2,4%
Pullmantur (grupo Royal Caribbean)	4	6.230	2,1%

Fuente: Elaboración propia en base a Cruise Industry News (2017)

Tabla 2  
*Situación de Carnival Corporation*

<b>Compañía</b>	<b>Número de barcos</b>	<b>Cuota de mercado</b>
Carnival Cruise Lines	24	17,8%
Princess Cruises	18	8,0%
Costa Crociere	15	7,1%
AIDA Cruises	11	3,6%
Holland America Line	13	3,6%
P & O Cruises UK	8	2,4%
P & O Cruises Australia	5	1,2%
Cunard Line	3	0,9%
Seabourn Cruise Line	3	0,2%

Fuente: Elaboración propia en base a Cruise Industry News (2017)

Tabla 3  
*Situación de Royal Caribbean Cruises*

<b>Compañía</b>	<b>Número de barcos</b>	<b>Cuota de mercado</b>
Royal Caribbean International	23	16,0%
Celebrity Cruises	10	3,9%
Pullmantur	4	2,1%
TUI (asociado)	4	1,5%
CDF	2	0,7%
SkySea (asociado)	1	0,3%
Azamara	2	0,2%

Fuente: Elaboración propia en base a Cruise Industry News (2017)

Tabla 4  
*Situación de Norwegian Cruise Line*

<b>Compañía</b>	<b>Número de barcos</b>	<b>Cuota de mercado</b>
Norwegian Cruise Line	14	8,0%
Oceania	5	0,6%
Regent	3	0,3%

Fuente: Elaboración propia en base a Cruise Industry News (2017)

Tabla 5  
*Situación de MSC Cruises*

<b>Compañía</b>	<b>Número de barcos</b>	<b>Cuota de mercado</b>
MSC Cruises	12	6,4%

Fuente: Elaboración propia en base a Cruise Industry News (2017)

Tabla 6  
Recogida de datos

Compañía	Página Web	Memoria de Sostenibilidad	Otra información
Carnival Corporation	<a href="http://www.carnivalcorp.com">www.carnivalcorp.com</a>	<i>FY 2015 Sustainability Report</i>	2020 Sustainability Goals <a href="http://www.carnivalfoundation.com">www.carnivalfoundation.com</a>
Royal Caribbean Cruises	<a href="http://www.royalcaribbean.es">www.royalcaribbean.es</a>	<i>2015 Sustainability Report</i>	X
Norwegian Cruise Line	<a href="http://www.ncl.com/es">www.ncl.com/es</a>	X	X
MSC Cruises	<a href="http://www.msccruceros.es">www.msccruceros.es</a>	X	X

Fuente: Elaboración propia en base a Freire (2016)

Tabla 7  
*Iniciativas globales*

	<b>Carnival Corporation</b>	<b>Royal Caribbean Cruises</b>	<b>Norwegian Cruise Line</b>	<b>MSC Cruises</b>
Informe anual de sostenibilidad	OK	OK	X	X
Certificaciones medioambientales	OK	OK	OK	OK
Cooperación con ONGs	OK	OK	X	OK
Estándares GRI	OK	OK	X	X

Fuente: Elaboración propia en base a Freire (2016); y a partir de la información de la tabla 6

Tabla 8  
*Iniciativas con el medio ambiente*

	<b>Carnival Corporation</b>	<b>Royal Caribbean Cruises</b>	<b>Norwegian Cruise Line</b>	<b>MSC Cruises</b>
Gestión de residuos	OK	OK	OK	OK
Reducción de emisión de gases	OK	OK	X	X
Ahorro de agua	OK	OK	OK	OK
Eficiencia energética	OK	OK	OK	OK
Informe <i>Carbón Disclosure</i>	OK	OK	X	X

Fuente: Elaboración propia en base a Freire (2016) y la información de la tabla 6

Tabla 9  
*Iniciativas con los clientes*

	<b>Carnival Corporation</b>	<b>Royal Caribbean Cruises</b>	<b>Norwegian Cruise Line</b>	<b>MSC Cruises</b>
Comunicación de sostenibilidad	OK	OK	OK	OK
Accesibilidad	OK	OK	OK	OK
Implicación al cliente	OK	OK	OK	OK
Carta de derechos del pasajero	OK	OK	OK	OK
Quejas y sugerencias	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia en base a Freire (2016) y la información de la tabla 6

Tabla 10  
*Iniciativas con los empleados*

	<b>Carnival Corporation</b>	<b>Royal Caribbean Cruises</b>	<b>Norwegian Cruise Line</b>	<b>MSC Cruises</b>
Programas de formación	OK	OK	OK	OK
Igualdad de condiciones	OK	OK	OK	OK
Buenas condiciones de trabajo	OK	OK	OK	OK
Implicación RSC	OK	OK	X	X

Fuente: Elaboración propia en base a Freire (2016) y la información de la tabla 6