

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA  
“THA WALT DISNEY COMPANY”**

**José Luis Vázquez Burguete**

[jlvazb@unileon.es](mailto:jlvazb@unileon.es)

<https://orcid.org/0000-0003-0804-027X>

*Universidad de León, España*

**Ana Lanero Carrizo**

[alanc@unileon.es](mailto:alanc@unileon.es)

<https://orcid.org/0000-0001-5355-8129>

*Universidad de León, España*

**Ainhoa Carvalho Madureira**

[acarvm00@estudiantes.unileon.es](mailto:acarvm00@estudiantes.unileon.es)

**Cristina García Jiménez**

[cgarcj00@estudiantes.unileon.es](mailto:cgarcj00@estudiantes.unileon.es)

**Laura González Montero**

[lgonzm09@estudiantes.unileon.es](mailto:lgonzm09@estudiantes.unileon.es)

**Sara Sánchez Verde**

[ssancv00@estudiantes.unileon.es](mailto:ssancv00@estudiantes.unileon.es)

**Resumen:**

Durante el presente caso se estudiarán las acciones de Responsabilidad Social Corporativa realizadas por “The Walt Disney Company”, concretamente aquellas relacionadas con el medio ambiente y su cuidado; por ejemplo, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, llevar a cabo una gestión sostenible de residuos, proteger y enriquecer la biodiversidad, apoyar acciones a favor del medio ambiente, conservar recursos hídricos y desarrollar una cadena de suministro responsable.

Con estas acciones la compañía pretende hacer frente a problemas medioambientales graves que exigen cambios fundamentales en el modo en que las empresas operan, innovan y se presentan frente a su público objetivo; en este caso jóvenes cada vez más preocupados por estos aspectos.

Por último, se incluirán valoraciones personales sobre las acciones realizadas por la empresa y comentadas en el caso.

**Abstract:**

During the following case, the actions of social responsibility carried out by “The Walt Disney Company” will be studied, focusing on those related to the environment and its care; for example, reducing the emission of greenhouse gases, a sustainable management of wasted products, protect and enrich biodiversity, support actions in favour of the environment, conserve water resources and develop a responsible supply chain.

With these actions, the company pretends to face the environmental issues that need important changes in the way companies operate, innovate and present themselves in front of their target audience; especially young people more and more concerned about these aspects.

To conclude our personal opinion about the activities done by the company will be included.

## 1. INTRODUCCIÓN

“The Walt Disney Company” es el conjunto más grande de entretenimiento y medios de comunicación del mundo y su sede se encuentra en Burbank, California; Walt Disney y Roy O. Disney crearon esta empresa en octubre de 1923 ocupando para su razón social el nombre del primero y apellido de ambos.

La empresa cuenta con una división en los diversos servicios que ofrecen a sus clientes:

- Disney Parks, Experiences and Products
- Disney Media and Entertainment Distribution
- Disney Studios Content
- Disney General Entertainment Content
- Disney International Content and Operations

A lo largo de este caso nos centraremos en uno de los parques del primero de los servicios mencionados: Disneyland París es un complejo turístico vacacional situado al este de París (Francia), está formado por dos parques temáticos: Disneyland Park y Walt Disney Studios Park; además de una zona comercial, siete hoteles oficiales de Disney, y un golf resort.

Figura 1. Pantalla de inicio de la página web oficial de Disneyland París.



Fuente: [https://www.disneylandparis.com], a fecha 09/11/2022

En el año 1987, se firma el acuerdo que dará lugar a la creación del proyecto Euro Disneyland y que, tras el triunfo de los otros parques situados en Estados Unidos y numerosas negociaciones en cuanto a su construcción, se inauguró finalmente en el año 1992. En su momento inicial, se esperaba una gran afluencia de gente, por lo que se construyeron numerosos restaurantes y hoteles que terminaron cerrando debido a las negativas cifras obtenidas durante los tres primeros años; no obstante, la empresa comenzaría a crecer años después hasta convertirse en el destino más visitado de todo Europa gracias a la apertura de una estación que permite acceder de manera más sencilla al parque (1994), la apertura de un centro comercial como parte del acuerdo firmado entre la compañía y las autoridades públicas (2000) y, la flamante apertura del segundo parque, Walt Disney Studios (2002).

Figura 2: Foto inauguración parque temático Disneyland



Fuente: [https://twitter.com], a fecha 10/11/2022

Figura 3: Foto inauguración parque temático Walt Disney Studios



Fuente:[https://d23.com], a fecha 10/11/2022

A partir del año 2010, cuando se modifica el primer acuerdo conformando una unión total entre las autoridades públicas del país y el proyecto Euro Disney, se comienza a realizar un desarrollo continuado en el parque y sus instalaciones; como parte de esta evolución tiene lugar un nuevo proyecto denominado Villages Nature París (2014), un plan de renovación y mejora de las atracciones y próximos planes de expansión anunciados junto al presidente Emmanuel Macron (2018).

En la actualidad, Disneyland Paris cuenta con dos parques temáticos con más de 53 atracciones y 56.000 empleados en diversos puestos. Entre sus servicios podemos destacar:

- **Parque Disneyland:** un parque temático con un amplio horario de apertura durante todo el año y dirigido de manera especial al segmento familiar con niños donde se encuentran numerosas atracciones y personajes Disney.
- **Parque Walt Disney Studios:** este segundo parque inspirado en Hollywood y el cine Disney está dividido en cuatro zonas donde se pueden conocer detalles sobre algunas de las películas más taquilleras: los efectos especiales, la animación, etc.
- **Hoteles Disney:** dentro de este servicio se encuentran ocho opciones inspiradas en historias Disney que abarcan desde segmentos más lujosos hasta los más económicos.
- **Restaurantes:** siguiendo la ambientación Disney, el parque cuenta con 50 restaurantes que ofrecen snacks, servicio de buffet y diversas opciones gastronómicas sin salir del parque.
- **Disney Village:** en este área se pueden localizar algunos restaurantes y numerosas tiendas oficiales de Disney, incluyendo además la característica ambientación del resto del parque, la música y los diversos personajes que se encuentren paseando por la zona.

Figura 4: Foto Parque Disneyland Paris



Fuente:[

<https://www.tripadvisor.es>], a fecha 31/10/2022  
<https://mundo-oriental.com>], a fecha 31/10/2022

Figura 5: Foto Parque Walt Disney Studios



Fuente:[

Todos estos servicios implementan las actividades de Responsabilidad Social Corporativa de las que se hablará a continuación.

Figura 6: Conjunto de logotipos sobre RSC de Disney



Fuente:[ <https://www.disneylapresspack.com>], a fecha 31/10/2022

## 2. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL THE WALT DISNEY COMPANY<sup>1</sup>

The Walt Disney Company” desarrolla acciones de responsabilidad social corporativa con el fin de aportar una contribución activa y voluntaria a la mejora social, al mismo tiempo que, mejora la imagen de la organización.

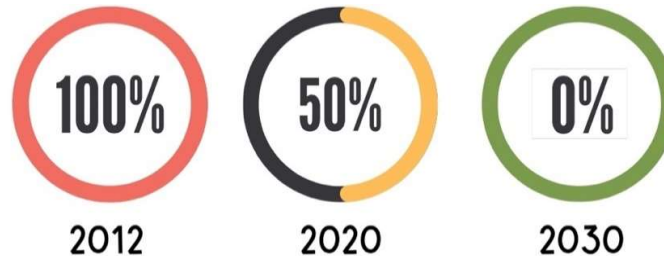
La responsabilidad social corporativa del resort está presente en todas sus acciones, destacando de manera especial el programa respecto al cuidado del medio ambiente. Disneyland cuenta con un plan de acción en materia medioambiental y de la naturaleza articulado en las siguientes áreas a tratar:

- **Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero:**

Tras haber logrado el objetivo fijado para el año 2020 de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 50% en comparación con el nivel total calculado en el año 2012, la compañía continúa avanzando para conseguir su objetivo de cero emisiones netas de GEI en las operaciones directas para 2030.

Para su consecución, el parque cuenta con soluciones de diseño inteligentes para disminuir el consumo de energía y agua, estas soluciones se centran en iluminación, climatización de alta eficiencia, tecnología geotérmica, y controles de gestión de la energía; además, el parque ha implementado soluciones climáticas naturales y un ajuste manual del consumo de energía que permite maximizar tanto el ahorro como la eficiencia energética en zonas no habitadas o en desuso.

Figura 7: Representación objetivos sobre emisiones de gases de efecto invernadero



Fuente: elaboración propia, a fecha 02/11/2022

- **Gestión sostenible de residuos:**

En este segundo aspecto, para 2020 la empresa se propuso alcanzar un 60% de residuos desviados de vertederos e incineradoras y consiguió alcanzarlo, Disneyland París envió menos residuos a vertederos en los años 2019 y 2020 de lo que había hecho en el año 2015.

Este objetivo ha sido alcanzado gracias a la eliminación de plásticos de un solo uso en el parque y los hoteles (artículos promocionales, botellas de productos para el baño tamaño viaje, pajitas, mezcladores de plástico o vasos de poliestireno son algunos de los ejemplos).

Además, se han aumentado los esfuerzos en la recuperación de desperdicios de alimentos, clasificación de materiales y la reducción de residuos innecesarios haciendo uso de herramientas como el reciclaje (son recogidos 20 tipos de residuos que se ordenan en sus contenedores

<sup>1</sup> Los datos empleados para el desarrollo de este apartado han sido extraídos del informe de 2020 sobre Responsabilidad Social Corporativa The Walt Disney Company.

correspondientes), compostaje, y uso de biometanización para limitar el impacto que el parque genera en el medio ambiente.

- **Proteger y enriquecer la biodiversidad:**

El parque cuenta con 250 hectáreas verdes además de un huerto dentro de las instalaciones del parque bajo el nombre de “El Huerto de Remy”, permitiendo el cultivo de una gran variedad de verduras y frutas que después son usadas en los platos de los restaurantes; en relación con este aspecto, también llevan a cabo la obtención natural de miel, fortaleciendo la polinización natural, reduciendo el uso de fosfatos y también disminuyendo la presencia de otros productos dañinos para la naturaleza.

Por otro lado, hace varios años se creó una iniciativa sin ánimo de lucro llamada *Disney Conservation Fund* basada en la protección de la vida rural y silvestre; además, de promover la protección de la naturaleza y el planeta. Gracias a esta iniciativa se han logrado recaudar más de 100 millones de dólares destinados a numerosas organizaciones que han conseguido salvar a muchas especies y proteger a otras muchas.

Un ejemplo de una de las iniciativas llevadas a cabo por *Disney Conservation Fund* fue apoyar a Elefantes sin fronteras con su trabajo en la protección de uno de los santuarios de elefantes, ayudándoles con sus tareas de conservación y desarrollo.

Figura 8: Representación acciones *Disney Conservation Fund*



Fuente: elaboración propia, a fecha 05/11/2022

- **Apoyar acciones a favor del medio ambiente:**

Cuentan con el programa *Disney VoluntEARS* que se encarga de impartir cursos a los más pequeños sobre horticultura. Además, Disneyland Paris apoya numerosas iniciativas que se realizan con el fin de mejorar todos estos aspectos mencionados anteriormente en sus otras políticas de RSC.

*Disney VoluntEARS* es el programa de voluntariado con el que cuenta la empresa, a través de él se realizan principalmente actividades enfocadas a mejorar el impacto social de la empresa, aunque también están presentes numerosas actividades enfocadas al medio ambiente y la sostenibilidad como los cursos para niños mencionados anteriormente.

Figura 9: Representación acciones *Disney VoluntEARS*



Fuente: elaboración propia, a fecha 05/11/2022

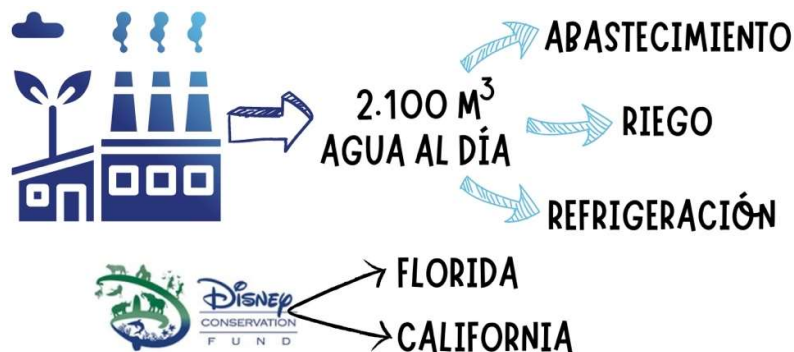
- **Conservar recursos hídricos:**

Con el fin de optimizar el consumo de agua, Disneyland ha construido su propia estación de tratamiento de agua residuales y de reciclaje, produciendo 2.100 m<sup>3</sup> de agua de manera diaria, la cual es usada principalmente para abastecer las zonas de agua del parque, el riego de las zonas verdes o para el sistema de refrigeración de la central energética del resort.

Además, cuentan con nuevos procesos para monitorear y controlar a tiempo real aspectos como el consumo de agua o las posibles fugas que pudieran ocurrir, junto con una calibración para lograr una medición del agua usada más eficiente.

A parte de sus iniciativas propias, Disney Conservation Fund hizo una donación de más de 300.000 dólares a diversas organizaciones encargadas de reducir la contaminación del agua en Florida, y apoyaron también el ahorro hídrico en el sur de California.

Figura 10: Representación acciones estación de tratamiento de aguas residuales y reciclaje



Fuente: elaboración propia, a fecha 07/11/2022

- **Desarrollar una cadena de suministro responsable:**

Los parques cuentan con numerosos lugares de ocio o restauración en la que se hace un uso masivo de algunos productos, por lo que la empresa comenzó a desarrollar algunas iniciativas para evitar desperdicios y lograr que sus productos fueran en sintonía con el cuidado del medio ambiente que representa todo el parque. Esta acción se lleva a cabo mediante la sustitución de pajitas y toallitas de plástico por un opción más sostenible que está fabricada de papel biodegradable; además de poner a disposición de los clientes bolsas reutilizables hechas de plástico reciclado para disminuir el impacto medioambiental.

En el parque hay además numerosas tiendas donde venden productos Disney como figuras, ropa, juegos o libros, por lo que la organización lleva a cabo procesos de fabricación y comercialización de estos haciendo uso de procesos, diseños o materiales sostenibles, reciclados, reciclables...

Figura 11: Resumen gráfico de las acciones de Disneyland Paris.

Fuente: elaboración propia, a fecha 08/11/2022

Con todas estas acciones, Disneyland París logra poner de su parte en el cuidado de nuestro planeta, llevando a cabo acciones de Responsabilidad Social Corporativa, que no son solo mencionadas en su plan de empresa, si no que forman parte de su día a día y las materializan a través de numerosas acciones que obtienen grandes reconocimientos a nivel público, por ejemplo:

Uno de los complejos que forma parte sociedad de forma externa del parque es el Villages Nature París, que se encuentra a unos 6 kilómetros del mismo, destaca por los jardines que lo rodean, los parques infantiles integrados en el bosque o la granja donde los más pequeños pueden aprender y relacionarse con la naturaleza en un espacio seguro.

Figura 12: Foto Villages Nature París



Fuente: [<https://www.tripadvisor.es>], a fecha 08/11/2022

Todo el esfuerzo de la compañía por promover la sostenibilidad y el respeto al medioambiente en este complejo hotelero fue apreciado por la World Travel Market, otorgándoles un Premio de Plata de los Premios de Turismo Responsable. La WTM es un encuentro a nivel internacional realizado en Londres en el que anualmente se reúnen profesionales en un ambiente B2B para presentar destinos turísticos. Existen otras ediciones que se han realizado alrededor del mundo, por ejemplo: WTM Latin America, en São Paulo;

WTM  
Ciudad  
y  
Travel  
en  
WTM  
Asia y  
connect



África, en  
del Cabo,  
Arabian  
Market,  
Dubái;  
connect  
WTM  
China.

Por último, cabe destacar que la aparición de una empresa en diversos medios de comunicación tradicionales (prensa, televisión, radio...) como medios más actuales (internet, redes sociales...) generan gran impacto en la sociedad y en la opinión pública. Algunas apariciones públicas de relevancia son las siguientes:

Figura 13: Representación de ejemplos sobre menciones en medios de comunicación y temas.



### 3. PREGUNTAS/CUESTIONES PARA LA DISCUSIÓN

**Cuestión 1.** ¿Crees que las acciones de medio ambiente que sigue la empresa hacen que aumente de manera directa el número de visitantes al parque Disneyland París?

Actualmente la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas está muy presente en la sociedad, haciendo incluso que la imagen de estas se pueda ver modificada por no seguir las conductas adecuadas y aprobadas socialmente como correctas. Por lo tanto, aunque no influya de manera directa en los visitantes del parque, influye en la imagen pública que tiene la empresa, lo que a su vez repercute en su volumen de ventas. Ante una decisión de un potencial visitante de acudir o no al parque, puede tener en cuenta todas las acciones que Disneyland lleva a cabo para cuidar el medio ambiente, la naturaleza y la sociedad, haciendo que se convierta en un cliente real por la motivación que producen estos aspectos y que pueden llegar a tener mucha importancia en la vida y mentalidad de algunas personas del público objetivo de la empresa.

**Cuestión 2.** ¿Cómo de importante consideras que son las acciones de responsabilidad social corporativa que siguen las empresas?

Hoy en día su importancia es fundamental debido al creciente número de personas que reivindican estas causas y a la preocupación por las distintas situaciones que se están viviendo estos últimos años en el mundo (contaminación, falta de recursos, desperdicios...). La RSC debería formar parte de las estrategias de todo tipo de empresas, mostrando así su compromiso con la sociedad y el planeta, pero de manera especial en empresas de gran tamaño, repercusión e importancia como es el caso de Disneyland París. Este aspecto ejerce una gran influencia sobre la imagen de las empresas, haciendo que muchos consumidores elijan a la competencia por el simple hecho de que la empresa a la que acudían normalmente no está cumpliendo unas premisas básicas en cuanto a su impacto en el medio ambiente.

Incluso muchas empresas están viéndose obligadas a cerrar ante noticias que han sido publicadas sobre ellas en las que se explicaba cómo estaban produciendo un impacto muy negativo en aspectos como la contaminación o la producción de gases de efecto invernadero, entre otros. Por lo tanto, es básico no solo contar con un plan y una estrategia de responsabilidad social corporativa, sino también ejecutarla y llevar a cabo las premisas mencionadas en ella para así generar un impacto positivo en la naturaleza y en la sociedad que se vea reflejado en los resultados empresariales.

**Cuestión 3.** En este caso se tratan acciones de RSC relacionadas con el Medio ambiente ¿En qué otros ámbitos podrían realizarse acciones de responsabilidad en Walt Disney? ¿Conoces alguna acción en esos ámbitos? ¿Cómo crees que podrían llevarse a cabo en el caso de que no conozcas ninguna?

The Walt Disney Company no solo puede llevar a cabo actividades de Responsabilidad Social Corporativa enfocadas al medio ambiente sino que también puede centrarse en otros aspectos como la igualdad y el apoyo social y, de hecho, aparecen reflejados diversos aspectos como estos en su plan de RSC.

Para disminuir e incluso erradicar las discriminaciones y desigualdades en el parque logran sus objetivos a través del fomento del acceso a las oportunidades laborales a candidatos nuevos y diverso sin importar su nacionalidad, raza, sexo etc.

Por otro lado, la empresa puede demostrar su compromiso con la sociedad mediante donaciones en efectivo o en especie, acciones de voluntariado por parte de los empleados, colaboraciones locales de los mismos y otros programas de gran impacto social que realizan en la actualidad y que podrían ser acciones potenciales para el futuro plan de RSC.

**Cuestión 4.** ¿Crees que las actividades mencionadas de Responsabilidad Social Corporativa son verdaderamente responsables o que existen aspectos en los que la empresa lleva a cabo acciones conocidas bajo el término “Greenwashing”?

Teniendo en cuenta que el Greenwashing es una práctica utilizada como propaganda en la que se utiliza el marketing verde para engañar a los consumidores y promover una mejor percepción de los productos, objetivos o políticas cuando en aspectos reales estas acciones o comportamientos no se están realizando o al menos no de la manera que se expone; de esta manera se busca conseguir que la organización tenga una imagen pública más respetuosa con el medio ambiente para aumentar sus clientes y por tanto sus beneficios.

En este caso, conocemos detalles, datos y evidencias de la realización de estas actividades y, por tanto, podemos afirmar que se trata de acciones de RSC reales; por ejemplo, la reducción de gases de efecto invernadero en un 50 % desde 2012 o un 60% menos de residuos desviados de vertederos e incineradoras en 2019 y 2020 de lo que hizo en 2015.

#### 4. CONCLUSIONES

Con respecto a la elección del tema, “The Walt Disney Company” es una empresa que ha estado muy presente en nuestras vidas y con la que hemos crecido y que ahora, al mirar desde la perspectiva empresarial y bajo la óptica más concretamente del marketing y la investigación de mercados, nos resulta brillante en sus acciones y, por tanto, digna de estudio.

La compañía ha sabido unir los recursos, la creatividad, las buenas intenciones y el espíritu soñador en una misma organización, lo cual hace que ninguna meta sea imposible para ellos y que todas se orienten hacia un fin no solo admirable, desde un punto de vista empresarial, sino que también comprometido con la sociedad y sus clientes desde los servicios y productos propiamente dichos hasta todo el valor añadido que han sabido incorporar de manera excelente a los mismos.

Por otro lado, dentro de todas sus acciones, hemos escogido la responsabilidad medioambiental dada la importancia de este tema en la sociedad actual y con el objetivo de comprobar con qué actividades, herramientas, ideas e iniciativas podría ayudar una empresa de tal tamaño al cuidado del medioambiente y, también, averiguar la importancia de estas acciones cuando la empresa es de tanta envergadura.

Además, estas acciones están condicionando cada vez más la imagen que los consumidores perciben sobre las marcas que se encuentran en los diferentes mercados, sobre todo en el segmento poblacional más joven que cada vez se preocupa más por el planeta en el que vivimos y la concienciación sobre la necesidad de cuidados y políticas que lo protejan para garantizar las favorables condiciones de vida a lo largo del paso del tiempo; siendo los jóvenes en este caso una parte importante del público objetivo principal al que se enfoca Disneyland París.

Tras el estudio previo sobre posibles temas sobre los que hablar, el periodo de investigación y búsqueda de información y, la posterior realización del caso acerca de la Responsabilidad Social Corporativa de DisneyLand París, centrándonos siempre en los aspectos que se refieren a materia medioambiental, hemos adquirido cierta opinión sobre la empresa y las acciones realizadas, es la siguiente:

Resulta admirable la labor que están desempeñando como organización y la elevada tasa de cumplimiento de objetivos marcados en cada uno de los años analizados; es una empresa de grandes dimensiones y, por eso mismo, sus acciones de responsabilidad deben estar a la altura, pues tanto las aportaciones positivas como el resto de acciones responsables suponen una diferencia considerable en la sociedad y el medio ambiente.

Personalmente, a las personas que integramos el grupo de trabajo, nos ha sorprendido positivamente que sean tan numerosas y variadas en cuanto a los aspectos que tratan las acciones en las que Disney se ha comprometido y, además, es digno de reconocimiento que sean acciones tan ambiciosas como la de no emitir emisiones de efecto invernadero en absoluto en el plazo de menos de una década y tan comprometidas como la eliminación de plásticos de un solo uso en la totalidad de sus instalaciones y espacios de ocio, a pesar de que eso pueda suponer un aumento en sus costes de producción y desarrollo de las actividades en ciertos ámbitos.

Por último, mencionar el gran aprovechamiento positivo que realiza siempre la empresa de aquellas acciones que lleva a cabo: Aparición en medios de comunicación, participación en concursos, demostración pública con reconocimiento, información compartida a través de los diferentes medios que tienen a su alcance (página web, diversas redes sociales, comunicación en el punto de venta...). A través de todo esto consiguen incrementar aún más el valor social que adquiere la empresa, pues es una manera eficaz en la que abarcan diferentes segmentos poblacionales a partir de diferentes medios para dar a conocer la marca, su actividad y su gran compromiso.

### **BIBLIOGRAFÍA**

The Walt Disney Company (2018). *Informe de Responsabilidad Social Corporativa*.

The Walt Disney Company (2020). *Informe de 2020 sobre Responsabilidad Social Corporativa*.

DisneyParis Travel. (S.F.) Cuidado con el medioambiente Disneyland Paris.

<https://disneyparistravel.com/cuidado-con-el-medioambiente-disneyland-paris/>. Recuperada a fecha 31/10/2022.

Rumbo A Disneyland. (S.F.) Historia de Disneyland Paris.

<https://www.rumboadisneylandparis.com/post/la-historia-de-disneyland-paris-en-fechas>. Recuperada a fecha 31/10/2022.

Wikipedia. (S.F.) Disneyland Paris. [https://es.wikipedia.org/wiki/Disneyland\\_Paris](https://es.wikipedia.org/wiki/Disneyland_Paris). Recuperada a fecha 31/10/2022.

Disneyland Paris. (S.F.) <https://www.disneylandparis.com/es-es/>. Recuperada a fecha 02/11/2022.

Disney Press Pack. (S.F.) Responsabilidad Social Corporativa

<https://www.disneylapresspack.com/corporate/ciudadania-corporativa>. Recuperada a fecha 02/11/2022.

Entorno Turístico. (S.F.) 10 datos para entender qué es la World Travel Market (WTM)

<https://www.entornoturistico.com/10-datos-para-entender-que-es-la-world-travel-market-wtm/>  
Recuperada a fecha 05/11/2022.