

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COOPERATIVAS DE TURISMO: PROPUESTA DE UN MODELO DE MEDICIÓN A PARTIR DEL MODELO VBA

Adriano Stadler*, Elaine Cristina Arantes**, Zelia Halicki*** y Gabriella Halicki Safraiter****

Resumen: Este estudio trata de realizar una reflexión sobre cómo se manifiesta la responsabilidad social (RS) en cooperativas de turismo, por medio del modelo VBA de Schwartz y Carroll (2008). Específicamente sus objetivos son: identificar las peculiaridades y demandas del sector cooperativista frente a la gestión de la responsabilidad social corporativa (RSC); realizar un estudio bibliográfico a partir de los temas turismo, cooperativismo y responsabilidad social; y proponer un modelo de medición dirigido a las cooperativas de turismo a partir de los principios básicos del cooperativismo (ACI, 1995) y de las dimensiones de RS propuesta por el modelo VBA. El modelo VBA presenta tres dimensiones: valor; equilibrio entre los intereses de los *stakeholders*; y la transparencia en la prestación de cuentas. Los siete principios del cooperativismo propuestos por la Alianza Cooperativa Internacional (ICA, 1995) son: asociación voluntaria y abierta; control democrático de los miembros; participación económica; autonomía e independencia; educación, entrenamiento e información; cooperación entre cooperativas; y preocupación con la comunidad. La revisión bibliográfica a través del *Methodi Ordinatio* presentó la publicación, en las bases investigadas, de 17 artículos con los ejes “*tourism, social responsibility, cooperativism*”, sin embargo, después de análisis de los mismos, ninguno abordó los principios del cooperativismo y el modelo VBA. Siendo así, este estudio presenta una propuesta para entender la relación entre las dimensiones de RS propuestas por Schwartz y Carroll (2008) y los principios del cooperativismo (ACI, 1995) a través de la constitución de una escala de medición.

Palabras clave: Turismo, responsabilidad social, cooperativismo, modelo VBA.

Abstract: This study aims to reflect on how social responsibility (SR) manifests itself in tourism cooperatives through the VBA model of Schwartz and Carroll (2008). Specifically its objectives are: identifying the peculiarities and specific demands of the cooperative sector versus the management of corporate social responsibility (CSR); carrying out a bibliometric study based on tourism, cooperativism and social responsibility issues; and proposing a measurement model aimed at tourism cooperatives based both on the basic principles of cooperativism (ACI, 1995) and the dimensions of SR proposed by the VBA model. The VBA model has three dimensions: value; balance among the interests of these stakeholders; and transparency in the rendering of accounts. These seven principles of cooperativism proposed by the International Cooperative Alliance (ICA, 1995) and considered in this study are: voluntary and open association; democratic control of the members; economic participation; autonomy and independence; education, training and information; cooperation among cooperatives; and concern for the community. The bibliometric research based on the *Methodi Ordinatio* presented the publication, in these searched bases, of 17 articles with the following axes: tourism; social responsibility; and cooperativism. However, after analyzing the results, none of them addressed the principles of cooperativism and the VBA model. Thus, this study presents as a proposal to understand the relationship between the dimensions of SR proposed by Schwartz and Carroll (2008) and the principles of cooperativism (ACI, 1995) through the constitution of a measurement scale.

Key words: Tourism, social responsibility, cooperativism, model VBA.

* Doctor y Maestro en Administración y Turismo. Coordinador del Pos Grado en Gestión Pública y profesor del Instituto Federal do Paraná de Brasil.

** Doctora en Administración. Profesora del Instituto Federal do Paraná de Brasil.

*** Doctora en Administración. Investigadora del Grupo sobre Innovación y Sostenibilidad de la Universidad Positivo de Brasil.

**** Graduada en Ingeniería Mecánica en la UTFPR. Máster en Ingeniería Mecánica y en Construcciones Mecánicas en el Instituto de Ingeniería de Oporto.

I. INTRODUCCIÓN

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 2016 hubo un aumento global de 46 millones de turistas en relación al año anterior. Con la realización de los eventos deportivos en Brasil en 2016, supuso una inyección de US\$ 6,2 mil millones en la economía brasileña aquel año correspondiendo a un aumento del 6% en relación al año anterior (BRASIL, 2017). La actividad turística, se presenta como generadora de impactos positivos para la región. La planificación del turismo debe promover el desarrollo local de modo que permita que los individuos se hagan protagonistas importantes en el proceso de desarrollo, elevando la calidad de vida de la comunidad.

La actuación directa de la comunidad en la actividad turística se da, entre otros medios, a través de cooperativas formadas por los habitantes de una región cuya dedicación al turismo local ha generado empleos y renta. El cooperativismo se presenta como camino para el desarrollo sostenible y factor de éxito para la competición en el mercado mundial. La mejora de la calidad de vida de los individuos, además del desarrollo regional son objetivos que, en el cooperativismo, son perseguidos en base a principios que conllevan la ayuda mutua, la democracia, la igualdad y la equidad (ARAÚJO, TEMOTEIO, ANDRADE y TREVIZAN, 2017). Para Mielke (2010, pp. 92), el cooperativismo “surge de la necesidad de unir esfuerzos a fin de mejorar los procesos de gestión”.

El modelo VBA, acrónimo para las palabras en inglés value (valor), *balance*

(equilibrio) y *accountability* (prestación de cuentas) integra tres dimensiones: el valor añadido que una organización proporciona por medio de sus productos y servicios; el equilibrio en la atención a los intereses de los *stakeholders* de la organización; y, por fin, la prestación de cuentas de esta organización para la sociedad, satisfaciendo las responsabilidades económicas, jurídicas, filantrópicas y éticas (SCHWARTZ Y CARROLL, 2008).

Asociado a los siete principios del cooperativismo, según la ACI (1995) indican: adhesión libre y voluntaria; gestión democrática de los socios; autonomía e independencia; educación, entrenamiento e información; cooperación entre cooperativa; y preocupación con la comunidad.

Los objetivos específicos que esta investigación se propone alcanzar son 1. Identificar las peculiaridades y demandas específicas del sector cooperativista frente a la responsabilidad social corporativa (RSC); 2. Realizar un estudio bibliográfico a partir de los temas turismo, cooperativismo y responsabilidad social por medio del *Methodi Ordinatio* y; 3. Proponer un modelo de medición dirigido a las cooperativas de turismo a partir de los principios básicos del cooperativismo (ACI, 1995) y de las dimensiones de RS propuesta por el modelo VBA (SCHWARTZ; CARROLL, 2008). El presente estudio es de naturaleza cualitativa y de carácter exploratorio. Los datos recogidos fueron obtenidos por medio de búsquedas en bases de datos, análisis documental en instituciones de promoción del cooperativismo, periódicos y artículos científicos.

Este estudio presenta fundamentos teóricos sobre Responsabilidad Social y Turismo, Modelo VBA – *Value, Balance y Accountability*, Cooperativismo y los principios Básicos, trayendo en estos tópicos los principales apuntamientos de los temas. En el tópico III metodología, se presenta el marco del estudio y en el tópico IV el resultado de la investigación con los gráficos demostrando los hallazgos en las bases investigadas y el análisis a partir del *Methodi Ordinatio*. Las consideraciones finales concluyen el estudio y presenta la propuesta elaborada por los autores para aplicación en futuros estudios.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

II.1. Responsabilidad Social y Turismo

El turismo es una actividad económica que presta servicios relacionados con los viajes, hospedaje, gastronomía, ocio, entretenimiento, eventos y actividades de apoyo al turista, trae consigo diversas posibilidades de nuevos negocios. La visión mercadológica de la gestión de un negocio está vuelta a la satisfacción de las expectativas de sus accionistas y de sus *stakeholders* como accionistas, clientes, funcionarios, proveedores, activistas comunitarios y grupos sociales (FREEMAN, 1984), representadas por medio de la generación de empleo y renta, creando condiciones favorables para la explotación sostenible de las empresas y atractivos turísticos.

La necesidad de las organizaciones por la supervivencia y prosperidad en los mer-

cados en que actúan, hace que sus gestores tomen decisiones que sean positivas, tanto para su negocio, cuanto para aquellas organizaciones y personas que directa o indirectamente están envueltas. Así, Schwartz y Carroll (2003, 2008) resaltan que la supervivencia empresarial demanda por el encajamiento en iniciativas enfocadas en la sostenibilidad y responsabilidad social, debido a los serios problemas que personas y organizaciones tiene causada al planeta. Teorías como la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Teoría de los *Stakeholders*, Ciudadanía Corporativa, Ética en los Negocios y Sostenibilidad, contribuyen para elucidar los problemas vivenciados por organizaciones que buscan caminos para amenizar las consecuencias causadas al planeta, así como devuelva a la sociedad las ganancias que obtiene a través de ella (LYRA, SOUZA, VERDINELLI, LANA, 2017).

Con miras a que hay convergencia entre los negocios turísticos y los conceptos de RSC, hay estudios que asocian los dos temas bajo diversos enfoques. Henderson (2007) realizó un estudio de RSC en la hostelería de Tailandia después de la catástrofe del tsunami. Ya los efectos de la RSC sobre el desempeño financiero de empresa turísticas fue estudiado por Inoue y Lee (2011). Pegues, Fenclova y Dinan (2013) levantaron las prácticas de RSC utilizadas por empresas turísticas. El efecto del turismo en las comunidades del entorno de los atractivos del Zimbabwe fue estudiado por Taru y Gukurume (2013). Ya Lyra y Souza (2015) buscaron comprender la percepción de los *stakeholders* acerca de las acciones de RSC realizadas por un parque temático brasileño.

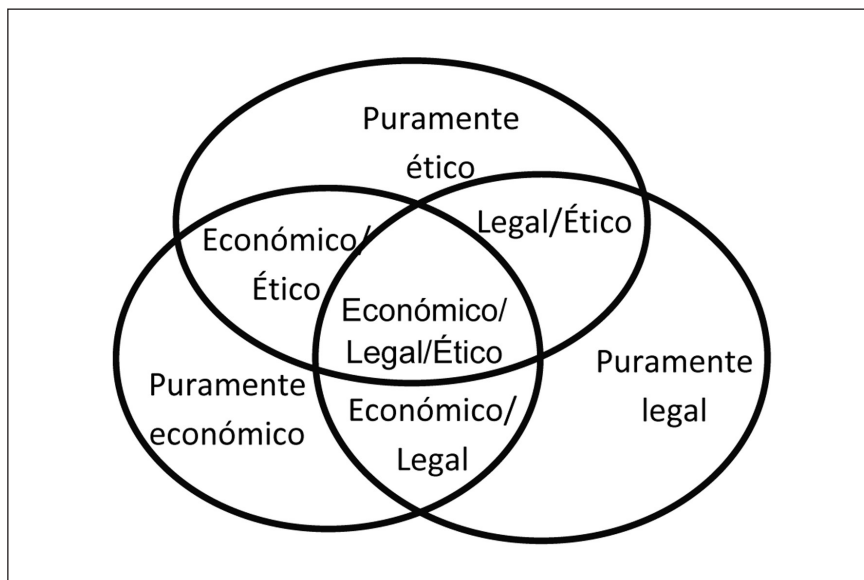
Otro estudio teórico realizado por Stadler, Arantes, Maioli & Del Corso (2017) demostró que la RSC de empresas turísticas posee diferenciaciones y peculiaridades frente las empresas de otros sectores, en función de la naturaleza de la prestación de servicios. De esta forma, el modelo VBA de responsabilidad social (Schwartz y Carroll, 2003, 2008) proporciona diferentes enfoques de las responsabilidades de empresas turísticas, permitiendo de esta forma, comprender como ocurren las relaciones entre las demandas del servicio turístico y su gestión socialmente responsable, la cual permite al gestor posibilidades de mejoría en la planificación y gestión de sus actividades junto a sus *stakeholders*.

II.2. Modelo VBA – *Value, Balance y Accountability*

El concepto de RSC evoluciona en la medida en que la sociedad impone nuevas demandas que envuelven las organizaciones y sus partes interesadas. De esta forma, Carroll (1979, 1991) propuso la pirámide de RS, compuesta por responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas, siendo este un modelo ampliamente utilizado en medio académico y empresarial. Este concepto fue revisado y ampliado, a partir de la proposición del Modelo VBA que envuelve valor, equilibrio y responsabilidad con transparencia (Fig. 1).

A partir del Modelo VBA de Responsabilidad Social, como forma de proporcionar

Figura 1
Modelo VBA de Responsabilidad Social



FUENTE: Adaptado de Schwartz, Carroll, 2003 p.509

una gestión sostenible (SCHWARTZ, 2003, 2008), se presenta las 3 dimensiones analizadas por el referido modelo, como puede ser observado en el Cuadro 1.

Stadler, Arantes, Maioli & Del Corso (2017) estudiaron el modelo VBA de RS en empresas turísticas indicando que el valor es influenciado por elementos como la expectativa del consumidor, imagen de la empresa, entregar el servicio que fue prometido, conservación de equipamientos, disponibilidad, estandarización y calidad de servicios y calificación de mano de obra. El Equilibrio es impactado por la explotación excesiva del atractivo turístico y perjuicio al habitante local, riesgos al turista, precios justos y satisfacción de la expectativa del turista. Finalmente la Responsabilidad con

transparencia afecta las empresas turísticas, en la promoción de la sostenibilidad, consumo consciente, programas de reducción de derroche, promoción de la empleabilidad y uso de mano de obra local y actuación profesional con ética y respeto a los valores humanos.

Sin embargo el modelo VBA de RS es altamente dirigido a las empresas que visan la obtención de logro y posicionamiento competitivo en el mercado. De esta forma, organizaciones de otras naturalezas como asociaciones y cooperativas no objetivan directamente el logro, sin embargo las organizaciones que las compone, o sea, sus asociados y cooperados, siendo empresas privadas necesitan sobrevivir en sus mercados. Frente a este escenario, se hace relevante

Cuadro 1
Modelo VBA de responsabilidad social

Dimensiones del modelo VBA	Descripción
Valor (Value)	Es la generación de valor sostenible como fundamento para empresas y sociedad. Es creado en función de las necesidades económicas de la organización a través de la producción de bienes y servicios evitando las externalidades negativas de sus procesos de producción. Ocurre cuando las necesidades empresariales atienden a las necesidades de largo plazo de la sociedad.
Equilibrio (Balance)	Envuelve los intereses de los stakeholders que son satisfechos de forma equilibrada para que todos obtengan beneficios de las acciones de la organización. Prioriza el equilibrio entre intereses y posibles conflictos entre los envueltos, abarcando conceptos normativos subyacentes como equidade, justicia, respeto, pluralismo y derechos morales.
Responsabilidad con transparencia (Accountability)	Actuar responsablemente significa que las empresas y sus agentes intentan cumplir sus responsabilidades económicas, legales, filantrópicas y éticas, mientras imprime una visión más amplia de las funciones de negocios para el beneficio de la sociedad. Es apoyada por los principios normativos de responsabilidad, transparencia, mantenimiento de promesas, responsabilidad, honestidad, lealtad e integridad. Significa tener responsabilidad por las decisiones e impactos de sus acciones, procesos y políticas.

FUENTE: Elaborado a partir de Schwartz y Carroll, 2008) y Lyra y Souza (2015, 2017).

comprender la Responsabilidad Social de cooperativas a través del modelo VBA propuesto por Schwartz (2003, 2008).

II.3. Cooperativismo

La cooperación o el acto de ayuda mutua entre los seres humanos es muy antigua. Lopes (2001, p. 113) señala que “por motivos de supervivencia, los seres humanos se agrupan para suplir sus necesidades básicas, principalmente de defensa y alimentación, desde la Pre-Historia”.

El cooperativismo surgió como forma de reacción de un grupo de trabajadores a las condiciones de explotación observadas en el inicio del siglo XIX dato al desarrollo del Capitalismo Industrial, sin embargo a mediados del siglo XVIII ya existían, conforme describe Abrantes (2004), cooperativas de trabajadores y los sindicatos que tenían papeles semejantes. En 1844,

Se reunieron 28 personas, la mayoría tejedores. Conciliaron, analizaron y evaluaron las ideas. Respetaron las costumbres y tradiciones y establecieron normas y metas para la organización de una cooperativa. Después de un año de lucha acumularon un capital de 28 libras y consiguieron abrir las puertas de un pequeño almacén cooperativo en Rochdale (Inglaterra), en 24-12-1844, con el nombre de “*Rochdale Society of Equitable Pioneers*” (GAWLAK y RATZKE, 2001, pp. 18).

El movimiento cooperativista fue una forma de intentarse organizar y amenizar la

situación creada por la Revolución Industrial, ocasionando proceso migratorio de los campesinos en búsqueda de mejores condiciones de vida, así como la introducción de tecnología en las fábricas, lo que significó la reducción de los puestos de trabajo en nombre del aumento de la productividad y del logro. De esta forma, bajo el enfoque de la baja calidad de vida y de la insatisfacción de los trabajadores, se propició el escenario perfecto para la organización de cooperativas, el cual contó con apoyo, no solamente de los trabajadores, pero también con movimientos sociales anteriores (HALICKI, 2007).

Con el surgimiento de la primera cooperativa, a “*Rochdale Society of Equitable Pioneers*” ya fueron establecidos principios básicos para orientar la actividad de la cooperativa. Tales principios fueron elaborados por los “Probos Pioneros de Rochdale” (fundadores de la cooperativa), siendo los mismos incrustados al Estatuto Social de la Cooperativa fundada en 24/12/1844 en la ciudad de Rochdale en la Inglaterra. Actualmente los principios básicos vigentes, aunque redefinidos por la ACI – Alianza Cooperativa Internacional en 1995 permanecen con las mismas orientaciones establecidas cuando de la creación el año de 1844 (PINO, 2004).

Según informaciones disponibles por la Organización de las Cooperativas del Estado de Paraná (OCEPAR), las cooperativas brasileñas son clasificadas en ramos a fin de agregar las especializaciones por áreas, subdividiendo en 13 ramos, conforme ilustrado en la figura 2, comprendiendo todos los sectores de la economía brasileña (OCB, 2015).

Figura 2
Ramos de cooperativas compreendendo
todos os sectores de la economía brasileira



FUENTE: OCB, 2015.

Las cooperativas agrícolas, ramo que congrega el mayor número de cooperados en el Brasil, son formadas por productores rurales, agropastoris y de pesca que se organizan. Las cooperativas brasileñas más antiguas son aquellas vueltas para el con-

sumo siendo formadas por organizaciones dedicadas a la compraventa de productos para sus cooperados. Se resalta aquí que Soares y Sahr (2016, pp. 111) concluyeron que “las actividades cooperativas turísticas presentan dinámicas diferenciadas se com-

paradas a las actividades cooperativas agropecuarias tradicionalmente desarrolladas”. Ya las cooperativas de crédito promueven el ahorro y la financiación de las necesidades financieras de los cooperados así como para que inviertan en nuevos emprendimientos. La mejoría de la enseñanza y la promoción del desarrollo intelectual es el objetivo de las cooperativas educacionales. Por medio de una metodología actual y de profesionales capacitados estas cooperativas invierten en la formación de los cooperados. Personas más pequeñas de edad, incapaces o que necesitan ser tuteladas, como es el caso de deficientes físicos forman también cooperativas. También, organizaciones se forman con el objetivo de atender a las necesidades de vivienda e infraestructura cuyos objetivos son atender de manera colectiva el cuadro de cooperados a través de la prestación de servicios. La extracción de productos minerales, industrialización y comercialización es el foco de un sector de cooperativas. Cooperativas de producción viabilizan para sus asociados el acceso a los medios para producir bienes y ofrecer servicios que pasan a pertenecer a la cooperativa haciéndose propiedad colectiva. En lo que concierne a la salud, hay cooperativas formadas por profesionales del área que tiene como objetivo, prestar asistencia a la salud física y mental de las personas. Existen aún organizaciones cooperativas formadas por profesionales especializados o mano de obra brazal las cuales apoyan sus cooperados en la atención a las demandas del mercado. El transporte de cargas y pasajeros es también objeto de cooperativismo y, finalmente, las organizaciones que incentivan el turismo y el ocio beneficiando así, sus cooperados (HALICKI, 2007).

II.3.1. Los principios básicos del Cooperativismo

El órgano de representación mundial del cooperativismo es la *International Cooperative Alliance* (ICA) que redefinió en la reunión de 1995 los siete principios básicos actualmente válidos y que son las líneas orientadoras para las cooperativas lleven sus valores a la práctica. Tales principios cooperativos son “derivados de los valores que han inspirado el movimiento desde su inicio, ellos moldean las estructuras y determinan las actitudes que suministran las perspectivas distintas del movimiento” (KLAES, 2005, pp. 18). Estos principios y sus características son presentados en el cuadro 2.

Estudios académicos han sido realizados para identificar de qué forma las cooperativas colocan en práctica sus principios. Algunos de estos estudios enfocan lo las acciones prácticas de las cooperativas en relación a la teoría de los principios establecidos por la ACI. Al estudiar la efectividad de las acciones en relación a la educación en una cooperativa agropecuaria, Halicki (2007) concluyó que las acciones son realizadas por terceros, sin embargo existe la preocupación por la cooperativa en atender al principio asociado a la educación.

Deeke *et al* (2007) levantó los problemas emergentes sobre cooperativismo, destacando preocupaciones relacionadas con: crecimiento de las cooperativas; relaciones de conflictos de interés; eficiencia profesional; y comportamiento de los cooperados. Observaron los autores, que tales cuestiones son pertinentes a las empresas mercantiles.

Cuadro 2
Características de los principios del cooperativismo

Principio del cooperativismo	Características
1. Asociación voluntaria y abierta	Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a la todas las personas aptas a utilizar sus servicios y asumir las responsabilidades como miembros, sin discriminación de sexo, social, racial, política y religiosa. Crúzio (2005) describe varias formas para evitarse problemas en la práctica de ese principio, enfocando la importancia de establecerse criterios y hacer constarlos en el estatuto de la cooperativa, como por ejemplo, establecer objetivos y o criterios coherentes para con la actividad de los cooperados.
2. Control democrático por los socios	Las cooperativas son organizaciones democráticas, controladas por sus miembros, que participan activamente en la formulación de sus políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y las mujeres, electos como representantes de los demás miembros, son responsables ante estos.
3. Participación económica de los miembros	Los socios contribuyen equitativamente para el capital de sus cooperativas y lo controlan democráticamente. Parte de ese capital es, normalmente, propiedad común de la cooperativa. Los socios reciben, habitualmente, si hubiera una remuneración limitada al capital integralizado, como condición de su adhesión. Los socios destinan los excedentes a uno o más de los siguientes objetivos: a) desarrollo de sus cooperativas, eventualmente a través de la creación de reservas, parte de las cuales, por lo menos, será indivisible; b) retorno a los socios en la proporción de sus transacciones con la cooperativa; c) apoyo a otras actividades aprobadas por los miembros.
4. Autonomía e independencia	Las cooperativas son organizaciones autónomas, de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si estas firman acuerdos con otras organizaciones, incluyendo instituciones públicas, o recurran la capital externo, deben hacerlo en condiciones que aseguren el control democrático por sus miembros y mantengan la autonomía de las cooperativas.
5. Educación, entrenamiento e información	Las cooperativas promueven la educación y la formación de sus miembros, de los representantes electos y de los trabajadores de forma que estos puedan contribuir, eficazmente, para el desarrollo de sus cooperativas. Informan el público en general, particularmente los jóvenes y los líderes de opinión, sobre la naturaleza y las ventajas de la cooperación.
6. Cooperación entre cooperativas	Las cooperativas atienden sus socios y dan más fuerza al movimiento cooperativo, trabajando en conjunto, a través de las estructuras locales, regionales, nacionales e internacionales.
7. Preocupación con la comunidad	Las cooperativas trabajan para el desarrollo de sus comunidades a través de políticas aprobadas por los miembros.

FUENTE: ACI, 1995.

Constataron aún la existencia de “tensiones y dilemas vinculados a las formas de combinación de los principios cooperativistas con las normas y valores dominantes en las sociedades mercadocéntricas”, en el ambiente estudiado (DEEKE *et al*, 2007, pp. 10).

Argolo (2002) confirmó en su pesquisa realizada junto a una cooperativa del Estado de la Bahía, la importancia de la educación cooperativista para el desempeño de las funciones relacionadas a los niveles de Consejo de Administración y Fiscal, así como para

los niveles de dirección de la misma, “demostrando incluso que los dirigentes que conocen los principios cooperativistas tienen una mejor actuación profesional que los demás” (HALICKI, 2007, pp. 33).

La educación cooperativista debe proponerse de, al nivel de sociedad, ser un instrumento eficaz en la construcción de un tipo de convivencia social donde la tan alardeada, pero poco realizada, democratización de oportunidades, sea acompañada por la democratización de los resultados alcanzados por la sociedad, contribuyendo para superar las causas estructurales y de otra orden, que llevan a la formación de clases sociales antagónicas, unas privilegiadas y otras marginalizadas en términos de poder, apropiación y usufructo de las riquezas, del empleo, de la tecnología y de la cultura (ARGOLO, 2002, p. 60).

Frantz (2001) relacionó la educación y la cooperación como prácticas sociales que se procesan, una contemplando la otra, por entender que la educación es proceso fundamental en la vida de los hombres y, en la cooperación se produce educación. De esta forma, “entrelazan y potencializan la educación y la cooperación como procesos sociales” (FRANTZ, 2001, pp. 243).

El pensamiento y la práctica cooperativista según Souza Santos (2002) son tan antiguos cuanto el capitalismo industrial de forma que las primeras cooperativas surgieron como reacción a la pauperización de los trabajadores de las fábricas pioneras del capitalismo industrial.

III. METODOLOGÍA

El presente estudio fue desarrollado a partir de una pesquisa bibliométrica con el objetivo de ampliar el conocimiento referente a las publicaciones relacionadas a los temas: turismo, cooperativismo y responsabilidad social (*tourism, social responsibility y cooperativism*) en las bases de datos *Emerald, ScienceDirect y Scopus*. Según Silva (2004) la bibliometría posee como objetivo analizar la actividad científica o técnica a través del estudio cuantitativo de las publicaciones. Rostaing (1997) complementa que el estudio bibliométrico consiste en la aplicación de los métodos estadísticos o matemáticos sobre el conjunto de referencias bibliográficas. Para Macedo, Casa Nueva y Almeida (2007) la bibliometría puede contribuir para demostrar la práctica en que una área o tema de estudio se encuentra en el campo científico. De esa forma, ese estudio posee enfoque cuantitativo con miras a que buscó cuantificar algunas variables referentes a la producción científica sobre turismo, cooperativismo y responsabilidad social (*tourism, social responsibility y cooperativism*).

La búsqueda por medio de las palabras clave de pesquisa delimitó el tema de estudio. Después de la selección de los artículos en bases internacionales se elaboró el análisis bibliométrico. En la secuencia, fue hecho el análisis sistémico, con la lectura integral de los artículos, para identificar los *gaps* de pesquisa.

De forma sistemática, se investigaron artículos de periódicos de bases internacionales (*Emerald, ScienceDirect y Scopus*).

Se utilizó como metodología para revisión de literatura el *Methodi Ordinationis*. Según Pagani, Kovaleski y Resende (2015) es una metodología para revisión sistemática de lectura en que se emplea una ecuación para clasificar las publicaciones, el Index Ordinationis (*In Ordinationis*), en consonancia con su relevancia científica. Los factores que son considerados en la aplicación de la ecuación son: cantidad de citas de los autores, factor de impacto de la revista en que fue publicado y año de publicación (PAGANI, KOVALESKI, RESENDE, 2015).

Este índice cruza los tres principales factores evaluados en un documento: factor de impacto, año de publicación y número de citas. Al aplicar la ecuación, los investigadores identifican entre los trabajos seleccionados los más relevantes para estar en su portafolio bibliográfico. (PAGANI, KOVALESKI, RESENDE, 2015, p. 1).

Al utilizar esa metodología, se hizo necesario el uso del *software* Mendeley, para gestionar los artículos científicos; del *software* JabRef para gestionar las referencias bibliográficas, que se basa en bases de datos BibTex; y el editor de planillas Excel.

Las palabras clave establecidas para la búsqueda de los artículos en las bases internacionales fueron: turismo, cooperativismo y responsabilidad social en portugués y *tourism, social responsibility* y cooperativism en inglés. La pesquisa en la base de datos fue hecha a través de mandos booleanos, utilizándose las palabras clave: *tourism AND social responsibility AND cooperativism*.

En la búsqueda fueron aplicados los siguientes filtros: la pesquisa fue hecha solamente en el título, palabras-clave y resumen; la búsqueda fue hecha solamente en artículos y, también sin delimitación de periodo de publicación. La búsqueda resultó en catorce artículos en la base *Science Direct*, tres artículos en la *Emerald* y ninguno en la *Scopus*. Los artículos fueron exportados para el Mendeley, a fin de aplicar el filtro sin duplicación. Después, se exportó para el JabRef, y fue creada una base para el Excel, de forma a ser aplicado el *In Ordinationis*. Los resultados generaron un cuadro conteniendo los principales estudios realizados acerca de los temas, con su grado de significancia teórico-empírica (PAGANI, KOVALESKI & RESENDE, 2015).

En la secuencia del presente estudio, son presentados y discutidos los resultados de la pesquisa bibliométrica y de la aplicación de la metodología *Methodi Ordinationis* demostrando la existencia y relevancia de los hallazgos.

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

IV.1. Análisis teórico-empírico de los datos recolectados

La comprensión de la densidad de estudios realizada en determinados temas que envuelven el turismo, debe ser mapeada en estudios que traigan la incidencia y relevancia de los asuntos en publicaciones científicas. Los temas investigados en este artículo: Turismo, Responsabilidad Social y Cooperativismo, fueron mapeados siguiendo la metodología *Ordinationis* propuesta por

Cuadro 3 Resultados de la revisión bibliográfica

Palabras llave	Bases de Datos			Total
	ScienceDirect	Emerald	Scopus	
Total	14	3	0	17

FUENTE: Elaboración propia (2017).

Pagani, Kovaleski y Resende (2015). Las palabras clave utilizadas fueron “*tourism, social responsibility y cooperativism*”, conforme presentado en el cuadro 3:

El resultado indica que, incluso retornando 17 artículos con los temas investigados, ninguno de ellos aborda directamente el foco pretendido por la presente pesquisa que es de traer el modelo VBA para análisis. Pero, el mapeo permitió el levantamiento de pesquisas cuyos resultados, incluso que no

sean directamente relacionados con la presente pesquisa, podrán ser utilizados para el análisis teórico-empírica en estudios sobre la temática.

El cuadro 4, presenta el resultado global de la pesquisa bibliométrica utilizando el *Methodi Ordinatio*, donde constan los autores, título de la obra, citas, factor de impacto (IF), el año de la publicación, el periódico publicado y el *In Ordinatio* (Índice de Ordenación).

Cuadro 4 Resultado global de la pesquisa bibliométrica

Autores	Título	Citas	Factor de Impacto	Periódicos	In Ordinatio
Murillo, Buckland, Val (2017)	When the sharing economy becomes neoliberalis monsteroids: Unravelling the controversies	4	2,625	Technological Forecasting and Social Change	104,00
Magnani, Maretti, Salvatore, Scotti (2017)	Ecopreneurs, rural development and alternative socio-technical arrangements sea community renewable energy	1	2,380	Journal of Rural Studies	101,00
Quandt.al (2017)	Social innovation practices in the regional tourism industry: case study of a cooperative in Brazil	1	0,000	Social Enterprise Journal	101,00
Fuente, Cucco (2017)	Cooperatives and alternative food networks in Italy. The long road towards la social economy in agriculture	1	2,380	Journal of Rural Studies	101,00

Cuadro 4 (continuación)
Resultado global de la pesquisa bibliométrica

Autores	Título	Citas	Factor de Impacto	Periódicos	In Ordinatío
Lepawsky, Araujo, Davis, Kahhat (2017)	Best oftwo worlds? Towards ethical electronics repair, reuse, repurposing and recycling	0	2,067	Geoforum	100,00
Mielke, Silva (2017)	La cooperación en el desarrollo de destinos turísticos: importancia como política pública y como instrumento propulsor en la comercialización de productos turísticos locales.	0	0,000	Revista Iberoamericana de Turismo	100,00
Emery, Forney, Wynne-Jones (2017)	The viva-than-economic dimensions of cooperation in food production	0	2,380	Journal of Rural Studies, pp. 229-235	100,00
Castán Broto, Dewberry (2016)	Economic crisis and social learning sea the provision of public services in two Spanish municipalities	3	5,715	Journal of Cleaner Production	93,01
Volgger, Mainil, Pechlaner, Mitas (2015)	Health region development from the perspective of system theory – Anempirical cross-regional case study	12	2,797	Social Science & Medicine	92,00
Lozano, Heinen (2016)	Property relations and the co-management of small-scalefisheries in Costa Rica: Lessons from Marine Areas sea Responsible Fishing in the Gulf of Nicoya	1	2,235	Marine Policy	91,00
Soares, Sahr (2016)	Acción colectiva, cooperativismo y turismo: Estudio de caso de la Comunidad Menonita de Witmarsum (Paraná/Brasil)	0	0,000	Revista de Turismo y Patrimonio Cultural	90,00
Soares, Sahr (2016)	Turismo Cooperativo: Discusión conceptual y análisis qualitativa de la cooperativa interétnica Cooptur - Cooperativa Paranaense de Turismo	0	0,000	Revista Turismo y Desarrollo	90,00
Santos, Mendes (2016)	Cooperativismo y Turismo Rural: Fuentes alternativas de renta en el Valle del Cai/RS	0	0,000	Revista Mire Científico	90,00
Galindo-Reyes, Ciruela-Lorenzo, Pérez-Moreno, Pérez-Esquina (2016)	Rural indigenous women in Bolivia : La development proposal based on cooperativism	0	0,686	Women's Studies International Forum	90,00
Lyra,Souza (2015)	Responsabilidad Social Corporativa en el sector turístico: Un estudio de caso en el Parque Temático Beto Carrero World (Santa Catarina – Brasil)	1	0,000	Estudios y Perspectivas en Turismo	81,00
Poon et al(2014)	Fishery cooperatives in Cuba: Potential benefits, legal feasibility, and gobernanza pre-conditions	4	2,235	Marine Policy	74,00

Cuadro 4 (continuación)
Resultado global de la pesquisa bibliométrica

Autores	Título	Citas	Factor de Impacto	Periódicos	In Ordinatio
Heylings, Bravo (2007)	Evaluating gobernanza: La process sea understanding how co-management is functioning, and why, in the Galapagos Marine Reserve	71	1,861	Ocean&Coastal Management	71,00
Bıçakçı, Hürmeriç (2013)	Milestones in Turkish public relations history	9	1,311	Public Relations Review	69,00
Santos, Pádua, Neiman (2013)	Desafios y potencialidades para la implantaçãodo turismo cooperativo como herramienta de viabilizaçãode las RPPNs de Ilhéus (BA, Brasil)	0	0,000	Revista de Turismo y Patrimonio Cultural	60,00
Mielke, Costa (2010)	Tourism co-operative: strategic towards integrated development-analysis of the route of the immigrants (State of Paraná, Brazil).	0	0,000	Revista brasileña de pesquisa en turismo	30,00
Tagliani et al. (2003)	Integrated coast alzone management in the Patos Lagoon estuary: perspectives in context of developing country	56	1,861	Ocean&Coastal Management	16,00
Tovey (2000)	Milk and modernity: dairying in contemporary Ireland	2	0,000	Series: Research in Rural Sociology and Development	-68,00
García-Guadilla, Blauert (1992)	Environmental Social Movements in Latin America and Europe: Challenging Development and Democracy	11	0,000	International Journal of Sociology and Social Policy	-139,00
Fyffe (1983)	Democratic Enterprise: La Policy Proposal sea the Labour Movement	1	0,000	International Journal of Sociology and Social Policy	-239,00

FUENTE: Hecho por los autores (2017).

Conforme se puede observar en el cuadro 4, los artículos de Tovey (2000), García-Guadilla, Blauert (1992) y Fyffe (1983) obtuvieron el “*In Ordinatio*” con grandezas negativas, y , por lo tanto, fueron desconsiderados para la elaboración del análisis, por ser publicados anteriores al año de 2000,

con miras a que el factor “actualidad” fue considerado como importante en el presente estudio.

Los estudios de Tovey (2000), García-Guadilla, Blauert (1992) y Fyffe (1983) obtuvieron el “*In Ordinatio*” con gran-

dezas negativas, y, por lo tanto, fueron desconsiderados por ser publicados anteriores al año de 2000, con miras a que el factor “actualidad” fue considerado como importante en el presente estudio. Vale destacar que los resultados del cuadro arriba serán detallados en figuras por ítem, en la secuencia.

El gráfico 1 presenta el resultado de los artículos ordenados en consonancia con el método *In Ordinatio* por título del trabajo publicado. Se destaca, sin embargo que los resultados negativos, aparecen en la figura, sin embargo fueron desconsiderados por haber sido publicados anteriormente al año de 2000, conforme ya descrito en el presente estudio.

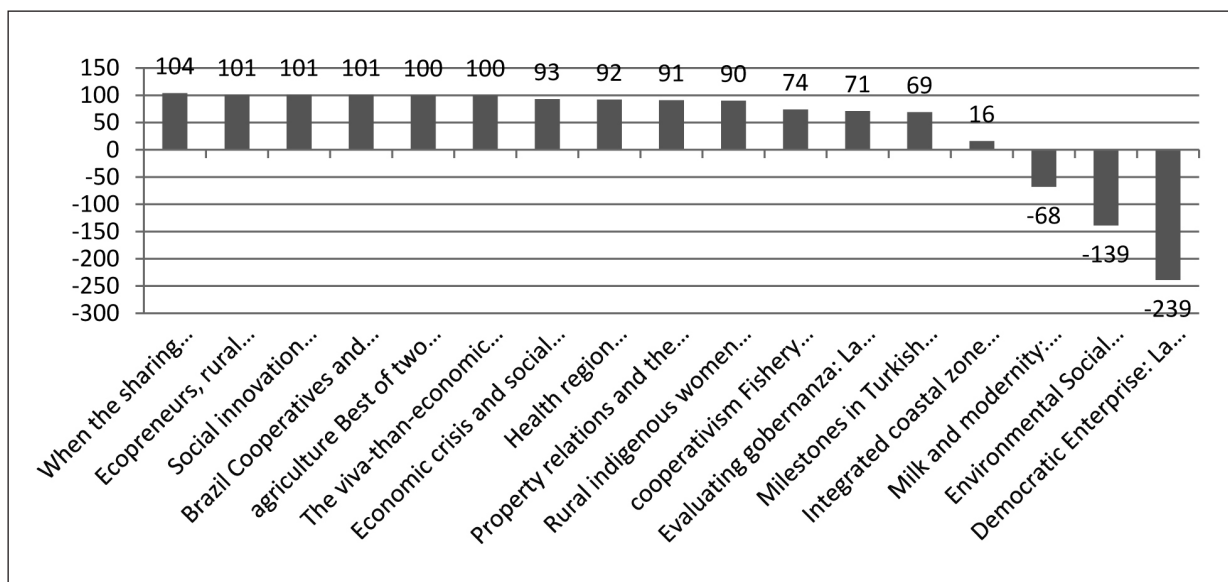
Ya el gráfico 2, muestra el número de citas por autor de las publicaciones encontradas en la pesquisa realizada.

Se percibe destaque en relación al número de publicaciones, para 2 autores de entre los hallazgos como siendo, Heylings and Bravo (2007) con 71 artículos y Tagliani *et al* (2003) con 56 artículos.

Otro aspecto relevante a ser observado en la pesquisa se refiere al Factor de Impacto del periódico, para el cual se destaca *Journal of Cleaner Production* con 5,72 conforme presentado en el gráfico 3.

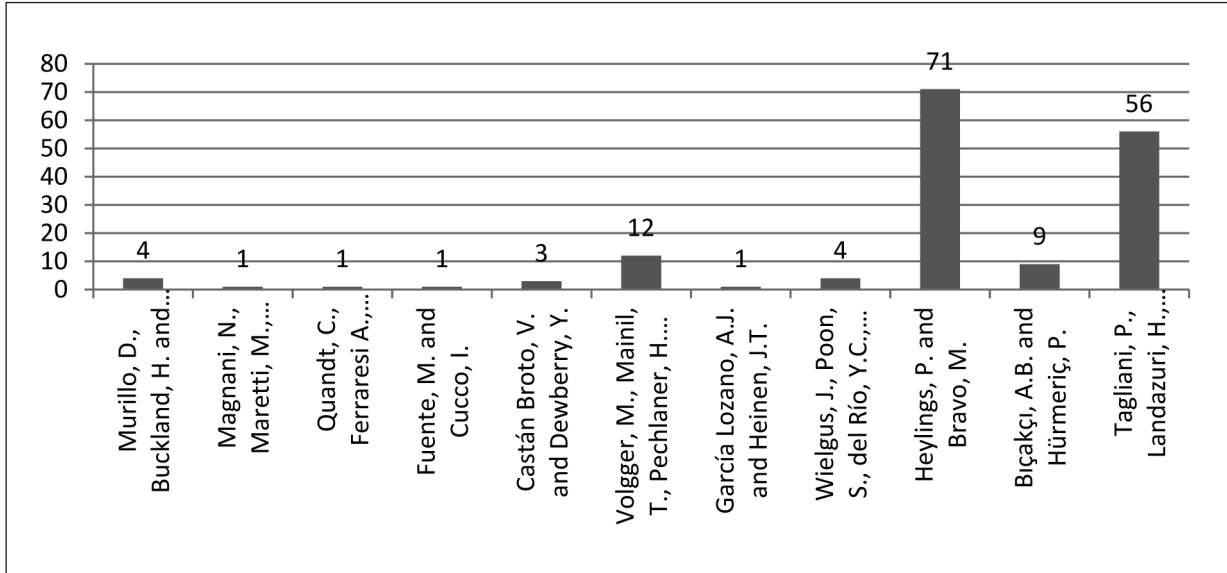
Además de la importancia de observarse el factor de impacto del periódico donde el

Gráfico 1
Artículos ordenados por el método In Ordinatio



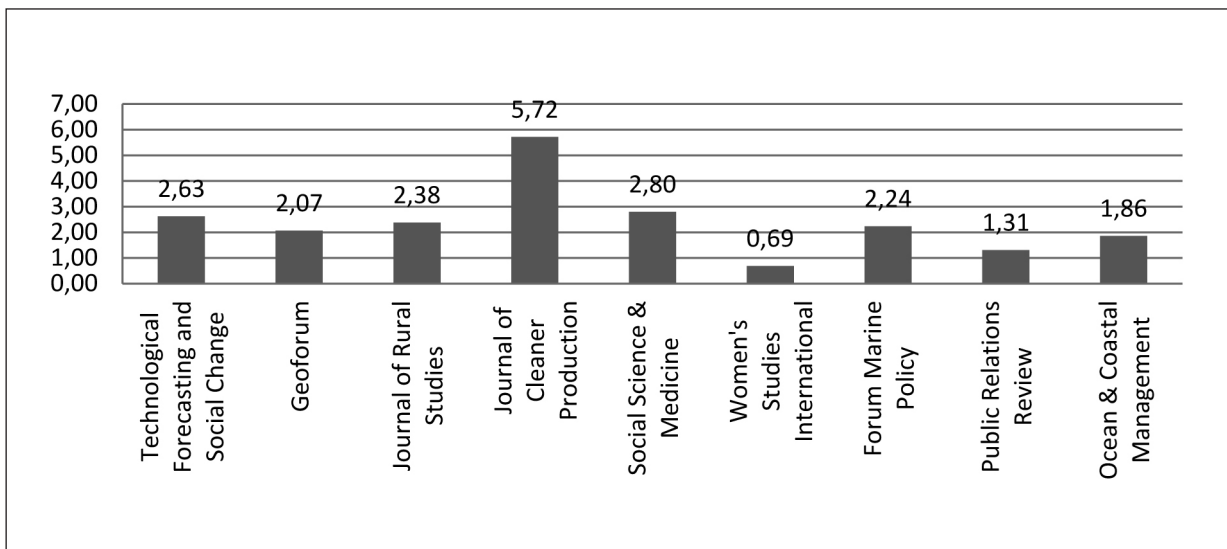
FUENTE: Elaboración propia (2017).

Gráfico 2
Número de citas por autor



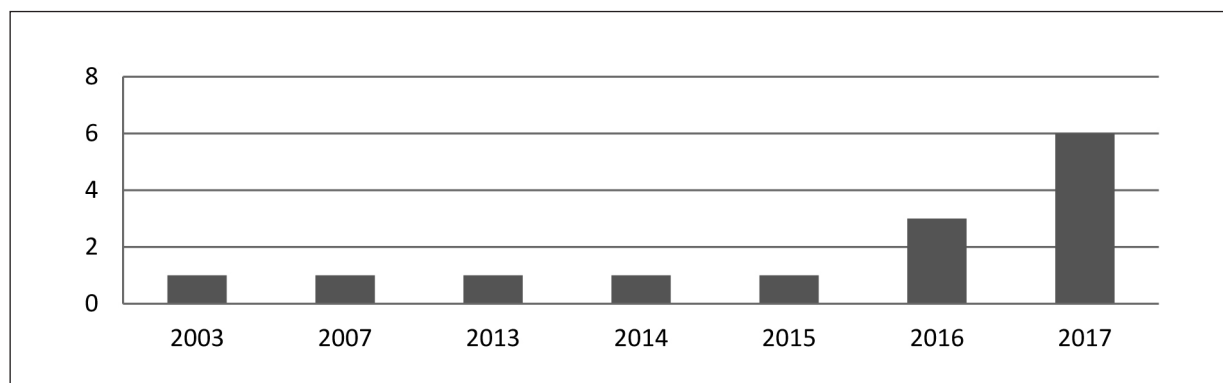
FUENTE: Elaboración propia (2017).

Gráfico 3
Factor de Impacto de los periódicos



FUENTE: Elaboración propia (2017).

Gráfico 4
Número de publicaciones por año



FUENTE: Elaboración propia (2017).

estudio fue publicado, también la cantidad de publicaciones por año, en especial en el estudio en epígrafe, apunta para un crecimiento de las pesquisas relacionadas a las palabras llave investigadas los años de 2016 y 2017 en consonancia con el observado en el gráfico 4.

Desde 2003 hasta 2015 las publicaciones se mantienen en la cantidad de 01 por año, sin embargo en 2016 el número ya pasa para 03 y en 2017 para 06, pudiéndose entonces, inferir estar habiendo mayor interés en relación al tema, conforme el gráfico 4. De esta forma, se entiende ser relevante abordar los referidos temas en pesquisas, cree vista la pequeña representatividad en publicaciones.

IV.2. Propuesta de modelo de medición de RS en Cooperativas de Turismo

A partir del levantamiento teórico sobre los temas de este estudio, así como por la

escasez de estudios empíricos revelada en la pesquisa bibliométrica, se presenta por medio del cuadro 5, una matriz envolviendo las categorías analíticas: 1) principios del cooperativismo (ACI, 1995) y; 2) modelo VBA de responsabilidad social de Schwartz y Carroll (2008) la cual sugiere variables a ser diagnosticadas en emprendimientos turísticos organizados bajo la forma de cooperativas.

Es relevante destacar que las categorías que compone cuestionamientos o afirmaciones son de carácter generalista, sin embargo se muestran suficientes para comprender, sea por medio de escalas cuantitativas, cuánto cualitativas, la percepción de las relaciones que envuelven el emprendimiento turístico y la cooperativa de la cual forman parte. Tales categorías pueden resultar en cuestionamientos secundarios, cuando la técnica de recolecta de datos sea entrevista, que sirven para llevar el investigador a comprender matices y detalles que pueden

Cuadro 5
Categorías y variables de análisis

PRINCIPIOS DEL COOPERATIVISMO	MODELO VBA	VARIABLES
1. Adhesión voluntaria y libre	Valor	Entrada en la cooperativa.
	Equilibrio	Exigencias específicas asociarse. Tratamiento igualitario entre asociados.
	Responsabilidad con Transparencia	Beneficios en asociarse.
2. Gestión democrática y libre	Valor	Forma de gestión y composición de dirección de la cooperativa.
	Equilibrio	Gestión democrática y participativa.
	Responsabilidad con Transparencia	Prácticas justas y éticas de la cooperativa.
3. Participación económica de los cooperados	Valor	Rateo de logros y beneficios a los asociados.
	Equilibrio	Contribución igualitaria por todos los asociados.
	Responsabilidad con Transparencia	Retorno financiero mientras miembro de la cooperativa.
4. Autonomía e independencia	Valor	Gestión autónoma.
	Equilibrio	Reflejo de la gestión autónoma junto a los cooperados.
	Responsabilidad con Transparencia	Resultados (positivos/negativos) de la cooperativa en la gestión del negocio del asociado.
5. Educación, formación e información	Valor	Existencia/eficacia de entrenamientos.
	Equilibrio	Entrenamientos atienden intereses de todos los cooperados.
	Responsabilidad con Transparencia	Resultados prácticos de los entrenamientos para cooperado.
6. Intercooperación	Valor	Existencia de colaboraciones estratégicas entre diferentes organizaciones.
	Equilibrio	Beneficio o maleficio de las colaboraciones para los cooperados.
	Responsabilidad con Transparencia	Resultados prácticos a partir de la intercooperación.
7. Interés por la comunidad	Valor	Implicación de la comunidad y proveedores para el cooperado.
	Equilibrio	Beneficio/maleficio de la participación de comunidad y proveedores para el cooperado.
	Responsabilidad con Transparencia	Resultados económico-financieros para el cooperado, cooperativa y comunidad.

FUENTE: Elaborado a partir de Schwartz y Carroll (2008) e ICA (1995).

ser exclusivos de determinados negocios o peculiaridades de la región donde la cooperativa actúa.

El cuadro 5 contempla los fundamentos basales de la teoría de RS, enfocada en el objeto de estudio: cooperativas de turismo, siendo que las categorías deben ser fijas, pudiendo cada investigador adaptar las variables conforme las necesidades, características, peculiaridades de su objeto de pesquisa.

Se hace necesario destacar aún, que las categorías sugeridas buscan realizar la triangulación entre RS, Cooperativismo y Turismo, así ellas representan un robusto constructo teórico, que podrá ser aplicado por medio de pesquisa de campo, para que de esta forma, se pueda ampliar, adaptar, incluir o excluir diferentes categorías de análisis.

V. CONSIDERACIONES FINALES

El estudio aquí descrito ofrece presupuestos para la comprensión de la relación entre los principios básicos del cooperativismo y la responsabilidad social corporativa según el modelo VBA. Específicamente el estudio buscó comprender las principales características del sector turístico mientras parte de cooperativas. Se percibió, a través de la literatura, la dificultad de los emprendedores turísticos se organicen en forma de asociaciones o cooperativas, así como las dificultades políticas que envuelven el desarrollo regional por medio de la explotación del turismo. A partir del estudio bibliométrico, siguiendo el *Methodi Ordinatio* (PAGANI, KOVALESKI, RESENDE, 2015) fue po-

sible observar una laguna teórico-empírica acerca de los estudios envolviendo turismo, cooperativismo y responsabilidad social.

De esta forma la concepción de los principios del cooperativismo aliados a los conceptos de responsabilidad social, sostenibilidad, ciudadanía corporativa, ética en los negocios, tiende a fortalecer el papel de estas instituciones frente a la sociedad, haciendo que las empresas turísticas puedan explorar la actividad turística, minimizando conscientemente sus impactos negativos frente a sus *stakeholders*.

El modelo propuesto de evaluación de RS en cooperativas de turismo, envolviendo los principios del cooperativismo y el modelo VBA viene a fortalecer la necesidad de esta gestión social, en la cual el interés de los cooperados está en consonancia con los intereses de los demás envueltos. Este modelo visa aún, ampliar el foco de discusiones, tanto en el ámbito académico, cuanto en el alcance cooperativista en búsqueda de la sostenibilidad económico-financiera-social de sus miembros.

Delante del estudio presentado sobre las temáticas turismo, responsabilidad social y cooperativismo, se verifica el crecimiento de estudios relacionados a esos temas, visto por su importancia para el campo de la enseñanza y pesquisa, así como, por la importancia que viene haciéndose el segmento del turismo para promover el desarrollo económico y social.

Además, como factor limitador del estudio, destaca-si su realización utilizando tres bases de datos específicas. Por esta razón,

se sugiere que estudios futuros de esta naturaleza, posean una amplitud mayor, comprendiendo, por ejemplo, eventos académicos nacionales e internacionales, periódicos científicos u otras importantes bases de datos.

Se observan, pero, limitaciones que reducen las perspectivas de análisis por parte de los investigadores. Las limitaciones de este estudio están dirigidas al hecho de la pesquias en un estudio teórico, además de eso, las reflexiones se limitaron al ramo del turismo, lo que dificulta aún más su integración con la fundamentación teórica y demasiado estudios realizados sobre el tema en otros sectores.

Considerándose la relevancia del tema, se considera que futuros estudios puede aplicar el modelo de mensuración, en este artículo propuesta, para comprender los posibles fallos y mejorías en el instrumento de pesquisa. Se incentiva también, investigar otros tipos de organizaciones, como asociaciones, empresas diferentes portes, así como organizaciones públicas usando diferentes métodos para comprender las percepciones de los stakeholders sobre las dimensiones de RS a partir del modelo VBA. En lo que concierne a las cooperativas, se recomienda también que otros estudios sean realizados en los trece sectores de la economía conforme presentado en esta pesquisa.

BIBLIOGRAFÍA

- ABRANTES, J. (2004): *Associativismo e Cooperativismo: como a união de pequenos empreendedores pode gerar emprego e renda no Brasil*. Rio de Janeiro: Interciência.
- ACI - ALIANÇA COOPERATIVA INTERNACIONAL. (2017): *Definição de Cooperativa*. Disponível em: <<http://www.coop.org>>. Acesso em 30/10/2017.
- ARAÚJO W. A. DE; TEMOTEO, J. A. G.; ANDRADE, M. O. DE; TREVIZAN, S. D. P. (2017): *Desenvolvimento local, turismo e populações tradicionais: elementos conceituais e apontamentos para reflexão*. Revista Interações. Campo Grande, MS, V. 18, no 4, pp. 5-18, out./dez.
- ARGOLO, A. C. M. (2002): *A influência da educação cooperativista na gestão cooperativa: um estudo de caso da Cooperativa Mista Agropecuária de Ipirá*. Dissertação de mestrado, Escola de Administração/UFBA. Salvador, Bahia.
- BIÇAKÇI, A.B. 7 HÜRMEÇİ, P. (2013). *Milestones in Turkish public relations history*. Public Relations Review.
- BRASIL. (2017): *Ministério do Turismo. Turismo mundial: mais um ano de crescimento*. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7432-turismo-mundial-mais-um-ano-de-crescimento-2.html>. Acesso em 30/10/2017.
- CARROLL, A. B. 1979. *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. *Academy of Management Review* 4(4): 497–505.
- CARROLL, A. B. (1991): *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. *Business Horizons* (July/August) 39–48.
- CASTÁN BROTO, V. & DEWBERRY, E. (2016). *Economic crisis and social learning for the provision of public services in two Spanish municipalities*. *Journal of Cleaner Production*.
- COLES, T.; FENCLOVA, E. & DINAN, C. (2013): *Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda*. *Tourism Management Perspectives*.
- CRÚZIO, H. DE O. (2005). *Como organizar e administrar uma cooperativa: uma alternativa para o desemprego*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV.

- DEEKE, R. T.; SIQUEIRA, M. C.; BOEIRA, S. L. (2007): Indicadores e dilemas do cooperativismo: um estudo exploratório sobre as possibilidades da auto-gestão em Santa Catarina. Relatório de Pesquisa PIPG/UNIVALI. Itajaí.
- EMERY, S.B., FORNEY, JÉ. & WYNNE-JONES, S. (2017). The more-than-economic dimensions of cooperation in food production. *Journal of Rural Studies*.
- FREEMAN, R. E. (1984): *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- FONTE, M. & CUCCO, I. (2017). Cooperatives and alternative food networks in Italy. The long road towards a social economy in agriculture. *Journal of Rural Studies*.
- FRANTZ, W. (2001): Educação e cooperação: práticas que se relacionam. *Revista Sociologias*, Ano 3, nº 6, jul/dez, 2001, pp. 242-264.
- FYFFE, R. G. B. (1993). *Democratic Enterprise: A Policy Proposal for the Labour Movement*. *International Journal of Sociology and Social Policy*.
- GALINDO-REYES, F.C., CIRUELA-LORENZO, A.M., PÉREZ-MORENO, S. & PÉREZ-CANTO, S. (2016). Rural indigenous women in Bolivia: A development proposal based on cooperativism. *Women's Studies International Forum*.
- GARCÍA LOZANO, A.J. & HEINEN, J.T. (2016). Property relations and the co-management of small-scale fisheries in Costa Rica: Lessons from Marine Areas for Responsible Fishing in the Gulf of Nicoya. *Marine Policy*.
- GARCÍA-GUADILLA, M. P.; BLAUERT, J. (1992). Environmental Social Movements in Latin America and Europe: Challenging Development and Democracy. *International Journal of Sociology and Social Policy*.
- GAWLAK, A.; RATZKE, F. A. (2001). *Cooperativismo: filosofia de vida para um mundo melhor*. 2ª Ed. Curitiba, Sescop/PR: Ocepar.
- HALICKI, Z. (2007): *Cooperativismo, gestão e educação: um estudo de caso numa cooperativa agroindustrial*. Dissertação de mestrado. Univali. Biguaçu.
- HALICKI, Z.; BOWENS, H. & MOURA, T. (2006). *Cooperativa de Turismo: uma abordagem histórica*. *Revista CEPEX. Faculdades Integradas de Itararé*. Ano 2. Nº 2, jul/dez, p. 81-86.
- HENDERSON, J.C. (2007): Corporate social responsibility and tourism: hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 26, issue 1, p. 228-239, mar.
- HEYLINGS, P. & BRAVO, M. (2007). Evaluating governance: A process for understanding how co-management is functioning, and why, in the Galapagos Marine Reserve. *Ocean&Coastal Management*.
- KLAES, L. S. (2005): *Cooperativismo e Ensino à Distância*. Tese de doutorado, Curso de Pós-Graduação em Engenharia da Produção. Florianópolis: UFSC.
- LEPAWSKY, J., ARAUJO, E., DAVIS, J.-M. & KAHHAT, R. (2017). Best of two worlds? Towards ethical electronics repair, reuse, repurposing and recycling. *Geoforum*.
- LYRA, F. R; SOUZA, M. J. B. (2015) *Responsabilidade social corporativa en el sector turístico: Un estudio de caso en el Parque Temático Beto Carrero World (Santa Catarina - Brasil)*. *Estudios y perspectivas en turismo*. Vol.24 no.2 Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- LYRA, F; SOUZA, M.J.B; VERDINELLI, M.A; LANA, J. (2017) *Corporate social responsibility: comparing different models*”, *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 Issue: 4, pp.728-742.
- LOPES, I. C. R. (2001). Aspectos sobre a legislação das sociedades cooperativas. In: __ GEDIEL, José Antonio. *Os caminhos do cooperativismo*. Curitiba: Editora da UFPR.
- MACEDO, M. A. S.; CASA NOVA, S. P.; ALMEIDA, K. (1999): Mapeamento e análise bibliométrica da utilização da análise envoltória de dados (DEA) em estudos das áreas de contabilidade e administração. In: ENANPAD, 23, 1999, Foz do Iguaçu. *Anais. Foz do Iguaçu: ANPAD*.

- MAGNANI, N., MARETTI, M., SALVATORE, R. AND SCOTTI, I. (2017). Ecopreneurs, rural development and alternative socio-technical arrangements for community renewable energy. *Journal of Rural Studies*.
- MIELKE, E. J. C. (2010): cooperativas de turismo: uma estratégia ao desenvolvimento turístico integrado – análise do roteiro dos imigrantes (Paraná, Brasil). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, V.4, no1, pp.92-111, abr.
- MURILLO, D., BUCKLAND, H. & VAL, E. When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: Unravelling the controversies. *Technological Forecasting and Social Change*, 2017.
- OCB. (2017): Organização das Cooperativas Brasileiras. Disponível em <http://www.ocb.org.br/>. Acesso em 20/10/2017.
- PAGANI, R. N.; KOVALESKI, J. L.; RESENDE, L. M. (2015): Methodi Ordinatio: a proposed methodology to select and rank relevant scientific papers encompassing the impact factor, number of citation, and year of publication. *Scientometrics*, December, V. 105, Issue 3, pp. 2109–2135. DOI 10.1007/s11192-015-1744-x.
- PINHO, D. B. (2004). O cooperativismo no Brasil: da vertente pioneira à vertente solidária. São Paulo: Saraiva.
- QUANDT, C., FERRARESI A., KUDLAWICZ C., MARTINS, J., & MACHADO, A. (2017). Social innovation practices in the regional tourism industry: case study of a cooperative in Brazil. *Social Enterprise Journal*.
- ROSTAING, H. (1997): La bibliométrie et ses techniques. Toulouse: Sciences de la Société; Marseille: Centre de Recherche Rétrospective de Marseille.
- SCHWARTZ, M.; CARROLL, A. (2003): Corporate Social Responsibility: a three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*, v. 13, I.4, p. 503-530.
- SCHWARTZ, M. S.; CARROLL, A. B. (2008): Integrating and unifying competing and complementary frameworks: the search for a common core in the business and society field. *Business & Society*, Thousand Oaks, v. 20, n. 10, p. 1-39.
- SILVA, M. R. Análise bibliométrica da produção científica docente do programa de pós-graduação em educação especial/UFSCar: 1998-2003. Dissertação (Mestrado em Educação Especial) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004.
- SOARES, J. G.; SAHR, C. L. L. (2016): Ação coletiva, cooperativismo e turismo: Estudo de caso da Comunidade Menonita de Witmarsum (Paraná/Brasil). *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. V. 14, no, 1. pp. 111-125.
- SOARES, J. G.; SAHR, C. L. L. (2016a): Turismo cooperativo: discussão conceitual e análise qualitativa da cooperativa inter étnica Cooptur - Cooperativa Paranaense de Turismo. *Revista Turydes. Revista Turismo y Desarrollo*, n. 20 (junio 2016). Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/cooperativa.html>. Acesso em 01/11/2017.
- SOUZA SANTOS, B. (2002): Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira.
- TOVEY, H. (2000). Milk and modernity: dairying in contemporary Ireland. Series: Research in Rural Sociology and Development.
- STADLER, A.; PEREIRA, L. M.; HALICKI, Z. (2008): Percepção dos gestores sobre a responsabilidade social na hotelaria de Curitiba - PR. *Anais Congresso Internacional de Administração*. Ponta Grossa PR.
- STADLER, A.; ARANTES, E. C.; MAIOLI, M. R. & DEL CORSO, J. M. (2017). Responsabilidade social das empresas de turismo: uma reflexão sobre a adoção do modelo VBA. *Tourism and Hospitality International Journal*, V. 8, no2, 140-157.
- TAGLIANI, P., LANDAZURI, H., REIS, E., TAGLIANI, C., ASMUS, M. & SÁNCHEZ-ARCILLA, A. (2003). Integrated coastal zone management in the Patos Lagoon estuary: perspectives in context of developing country. *Ocean & Coastal Management*.

TARU, J. & GUKURUME, S. (2013). Corporate Social Responsibility in the Tourism Industry. Lessons from Communities Surrounding Great Zimbabwe Monuments, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 6 (1), 59-74.

VOLGGER, M., MAINIL, T., PECHLANER, H. & MITAS, O. (2015). Health region development from the

perspective of system theory – An empirical cross-regional case study. *Social Science & Medicine*.

WIELGUS, J., POON, S., DEL RÍO, E.C., MUÑOZ, D., WHITTLE, D. & FUJITA, R. (2014). Fishery cooperatives in Cuba: Potential benefits, legal feasibility, and governance pre-conditions. *Marine Policy*.

