



Empreses estratègiques i comportament ambiental: és possible l'acció voluntària?

La tesi doctoral d'Ester Blanco, defensada a la Universitat de les Illes Balears, analitza les raons per les quals les empreses turístiques duen a terme una gestió ambiental sense que hi estiguin obligades i els efectes que hi tenen les decisions institucionals

Palma. Juliol de 2010

La teoria econòmica neoclàssica assenyala que els agents econòmics tenen l'increment dels beneficis com a raó de ser. Des d'aquesta perspectiva, es considera que les empreses contaminaran tant com els sigui permès, si això els comporta algun tipus d'estalvi, i no es preveu que duguin a terme una gestió ambiental costosa, si no és que hi estan obligades. Les iniciatives ambientals voluntàries no tenen cabuda en aquesta òptica, que apunta la intervenció pública com un element imprescindible per evitar la sobreexplotació dels recursos naturals. Ara bé, hi ha empreses de diferents sectors que, de manera voluntària, han posat en marxa iniciatives per reduir l'impacte ambiental de la seva activitat i contradiuen aquest model.

Per què ho fan? Quins incentius tenen? Aquestes són les preguntes que s'ha plantejat resoldre Ester Blanco amb la tesi doctoral *An economic and institutional approach to the use of natural common-pool resources by the tourism industry*, defensada a la Universitat de les Illes Balears. El treball ha estat dirigit per Javier Lozano Ibañez i Javier Rey-Maqueira Palmer, professors del Departament d'Economia Aplicada de la UIB. La investigadora ha desenvolupat un conjunt de models econòmics per construir una explicació teòrica de les accions ambientals voluntàries que duen a terme les empreses, especialment les del sector turístic. L'objectiu de la recerca ha estat analitzar els incentius que tenen les empreses turístiques, com a usuàries dels recursos naturals, per emprendre iniciatives ambientals sense estar-hi obligades.

Interès per les accions voluntàries

Els entorns polítics, acadèmics i empresarials posen cada vegada més atenció en les iniciatives voluntàries com un exemple de política ambiental alternativa. Es valora la capacitat que ofereixen aquestes mesures per adoptar un enfocament cooperatiu entre la indústria i els governs en la recerca de solucions als problemes ambientals i per evitar les conseqüències jurídiques i polítiques negatives que s'associen al fracàs de la regulació, com ara la manca d'implantació efectiva i de compliment de les lleis ambientals.

Metodològicament, la investigació es basa en el marc d'anàlisi institucional i desenvolupament (IAD per les sigles en anglès d'*Institutional Analysis and Development framework*) desenvolupat pel Workshop in Political Theory and Policy Analysis de la Universitat d'Indiana (EUA), on l'autora ha realitzat dues estades de recerca i del qual és directora sènior de recerca la doctora Elinor Ostrom, premi Nobel d'economia de 2009. L'IAD integra el treball desenvolupat per diferents disciplines interessades en l'anàlisi dels efectes de les institucions sobre els incentius d'ús dels recursos naturals. L'aportació de l'IAD és el desenvolupament d'un llenguatge comú a aquestes disciplines, que ha fomentat els estudis multidisciplinaris i que considera que la diversitat del comportament social es construeix sobre la base d'uns components universals.

La tesi d'Ester Blanco aplica, en primer lloc, l'IAD al cas de l'acció ambiental voluntària a les destinacions turístiques. Aquesta anàlisi se centra en els dilemes socials que resulten del comportament estratègic dels agents econòmics. Es considera que hi ha un dilema social en la gestió d'un recurs quan tots els usuaris estan temptats de realitzar una determinada acció i, a la vegada, estarien millor si tots o la major part d'ells en realitzassin una altra de diferent. En el sector turístic es planteja el dilema que les empreses estan temptades de produir impactes ambientals per tal d'estalviar costos, si bé totes obtindrien un benefici major si, al contrari, optassin per mantenir una bona qualitat ambiental i, per tant, conservassin els atractius de la destinació.

L'aplicació de l'IAD a l'àmbit turístic permet constatar que, malgrat que poden sorgir dilemes socials ambientals, aquests no són inevitables i la gestió ambiental voluntària és possible. Així, l'aparició d'aquest tipus d'iniciatives es veu condicionada per l'existència o no de factors com ara els atributs dels usuaris dels recursos naturals, les institucions i la qualitat dels recursos naturals turístics.



L'autora de la tesi doctoral, Ester Blanco.

Foto: UIB

La segona part de la tesi, que es basa en la modelització econòmica teòrica –concretament en la teoria de jocs, s'ha centrat en la implicació que tenen aquests factors rellevants en l'aparició d'iniciatives ambientals voluntàries en empreses turístiques. Els models de la tesi contempnen els efectes dels canvis institucionals, com ara la introducció de normes de comportament no vinculants, la implantació d'un estàndard ambiental mitjançant una regulació, l'existència de corrupció i d'empreses no regulades, i la creació d'una etiqueta ecològica. A més, també s'ha considerat l'efecte que implica tenir empreses diferents en el sector turístic sobre els incentius de comportament i les conseqüències de l'evolució al llarg del temps de la qualitat ambiental a la zona d'estudi.



El model més complex de la tesi aborda el canvi en l'acció ambiental de les empreses en el marc de la creació d'una certificació ambiental o etiqueta verda que garanteixi un mínim de comportament ambiental. En aquest model, inicialment, les empreses turístiques tenen la capacitat de mitigar els impactes ambientals amb l'adopció de compromisos individuals. Posteriorment, també se'ls permet realitzar accions ambientals certificades amb una etiqueta verda. Els resultats del model mostren que quan les certificacions ambientals coexisteixen amb les mesures de gestió ambiental no certificades, no sols el disseny de la certificació és rellevant per a l'èxit, sinó que també ho és el procés de llançament. Els resultats donen suport a la idea que és necessària la participació inicial d'una proporció suficientment elevada d'empreses, ja que, si són poques, no es generaran incentius suficients perquè altres empreses s'hi adhereixin, la qual cosa comportarà el col·lapse de l'ecoetiqueta.

Així mateix, perquè la iniciativa tingui èxit, es necessita un nombre mínim d'empreses promotores, que és més grans si en un primer moment hi prenen part empreses que fins aleshores no havien efectuat gestió ambiental de manera voluntària. A més, els resultats inicials de l'etiqueta ecològica, ja siguin d'èxit o de fracàs, no es poden considerar uns bons indicadors de l'èxit a llarg termini, ja que hi ha comportaments complexos que influeixen en l'evolució de les decisions sobre el comportament ambiental voluntari de les empreses. Finalment, la recerca assenyala que si l'etiqueta ecològica es llança en un entorn empresarial en què l'adopció voluntària de pràctiques ambientals encara és incipient, pot produir efectes contraris als desitjats i, en comptes de promoure l'acció ambiental al sector, pot frenar-la.

Per tant, els governants, les organitzacions no governamentals i altres entitats que vulguin promoure programes de certificació ambiental haurien de tenir en compte que no sols és important considerar les característiques de la certificació, sinó també de l'acció ambiental prèvia no certificada, com també el procés mitjançant el qual es crea la certificació. Dissenyar una certificació que tingui els incentius suficients per atreure empreses no garanteix que s'hi adhereixin quan se'n faci la implantació. També es pot donar el cas que la certificació no aconsegueixi atreure un nombre suficient d'empreses i, per tant, s'acabi col·lapsant. Garantir que la certificació tingui èxit a llarg termini és una tasca més complexa del que habitualment es considera i, per tant, és important un bon disseny de la mesura i del procés de llançament perquè no es malbarati temps i recursos creant una política de gestió que pot no tenir èxit a llarg termini.



Referència de la tesi

Títol: An economic and institutional approach to the use of natural common-pool resources by the tourism industry

Autor: Ester Blanco Cartagena

Departament: Departament d'Economia Aplicada

Àrea de coneixement: Economia del Turisme i del Medi Ambient

Directors: Javier Lozano Ibáñez i Javier Rey-Maqueira Palmer

Qualificació: Excel·lent cum laude

Membres del tribunal

President

Dr. Roy J. Gardner

Departament d'Economia

Universitat d'Indiana

Secretari

Eugeni Aguiló Pérez

Departament d'Economia Aplicada

Universitat de les Illes Balears

Vocals

Dr. Juan José Ganuza Fernández

Departament d'Economia

Universitat Pompeu Fabra

Dr. Emilio Cerdá Tena

Departament de Fonaments de l'Anàlisi Econòmica I

Universitat Complutense de Madrid

Dra. Nuria Osés Eraso

Departament d'Economia

Universitat Pública de Navarra

Publicacions derivades de la tesi

Blanco, E.; Lozano, J.; and Rey-Maqueira, J. (2009) «A dynamic approach to voluntary environmental contributions in tourism». *Ecological Economics*, 69, pàg. 104-114.

Blanco, E.; Rey-Maqueira, J.; and Lozano, J. (2009) «The economic impacts of voluntary environmental performance of firms: a critical review». *Journal of Economic Surveys*, 23, pàg. 462-502.

Blanco, E.; Rey-Maqueira, J.; and Lozano, J. (2009) «Economic Incentives of Tourism Firms to Undertake voluntary environmental action». *Tourism Management*, 30, pàg. 112-122.

Blanco, E.; and Müller, S. (2009) «A critical review of voluntary environmental initiatives in tourism: policy implications for rejuvenation». *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 57, pàg. 225-240.



Universitat de les
Illes Balears

Divulgació de la recerca
Juliol de 2010

Empreses estratègiques i comportament
ambiental: és possible l'acció voluntària?

Blanco, E. and Juaneda Sampol, C. N. (2008) *The economic consequences from tourism firms' environmental action: A survey*. A: Kronenberg, C.; Müller, S.; Peters, M.; Pikkemaat, B; and Weiermair, K. (Eds.), *Change Management in Tourism: From 'Old' to 'New' Tourism*, Erich Schmidt-Verlag, pàg. 235-246.

Blanco, E.; Lozano, J.; Rey-Maqueira, J. (2009) *Do tourism firms have economic incentives to undertake voluntary environmental initiatives?* A: Matias, A.; Nijkamp, P.; Sarmiento, M. (Eds.), *Advances in Tourism Economics: New Developments*, Springer-Verlag, pàg. 235-255.