



## RECERCA



Blanco, al campus. Foto: UIB

## ECONOMIA

### ESTER BLANCO

#### MEDI AMBIENT I SECTOR PRIVAT

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.

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.

Consulta el reportatge complet a la web del Servei de Comunicació:  
<http://comunicacio.uib.cat>



## El balcón

Por Gudi Moragues

▼ En la tercera edición de las Converses Literàries a Formentor, unas jornadas de reflexión intelectual y un foro de intercambio de ideas, se rindió un emotivo homenaje a Miguel Delibes, que contó con la presencia de su hijo **Germán Delibes**, catedrático de Prehistoria por la Universidad de Valladolid, que analizó las conexiones de su padre con la Isla y refirió anécdotas y particularidades del gran escritor, como su acusada autocrítica que constantemente le hacía dudar de su talento literario.



*Germán Delibes.*

▼ La agente literaria **Antonia Kerrigan** representa a más de 150 autores de diversos estilos. Próximamente, tiene previsto lanzamientos de obras de Elvira Lindo o Sabina Berman. En su paso por la reciente edición de las jornadas literarias de Formentor, recordó las vivencias de infancia en Mallorca. Hija del traductor y escritor



*Antonia Kerrigan.*

## Homenaje • Agente literaria • Paisaje urbano • Acto creativo • Tesis doctoral

Anthony Kerrigan, comenta que «en esa época, Palma era una ciudad llena de escritores y yo crecí entre ellos. Cela y Aranguren fueron padrinos de mis hermanos, pasábamos la Semana Santa en casa de Robert Graves, y las visitas de Barral, Gil de Biedma o Salinas a nuestra casa eran continuas».

▼ La artista **Alicia Llabrés** recupera una cita de un pensador griego, «Néixer és arribar a un país estranger», como carta de presentación de su última exposición, exhibida en la galería Altair de Palma. Mediante un trabajo compacto, Llabrés reflexiona sobre los límites, cómo éstos pueden ser transgredidos o respetados. «Cuando pinto no trato de hacerlo todo a la primera. Los errores, las imperfecciones me aportan nuevas ideas. Parto de una idea, no del resulta-



*Alicia Llabrés.*



*Guillem Rosselló.*



*Ester Blanco.*

do. Si no me aburriría», declara la artista.

▼ El escritor y profesor **Guillem Rosselló** Bujosa ha sido, este año, el responsable del pregón de su villa natal, Bunyola. Tuvo lugar en el Teatro de la localidad y abrió las fiestas de Sant Mateu, celebración que aglutina diferentes actos culturales y lúdicos. La numerosa concurrencia mostró su satisfacción por el pregón pronunciado por el reconocido novelista, que él definió como «un acto creativo» y que como tal fue apreciado.

▼ La tesis doctoral de **Ester Blanco**, 'An economic and institutional approach to the use of natural common-pool resources by the tourism industry', defendida en la Universitat de les Illes Balears, analiza las razones de las empresas turísticas para llevar a cabo iniciativas ambientales voluntarias, especialmente las del sector turístico. El interesante trabajo de la joven investigadora ha sido dirigido por Javier Lozano y Javier Rey-Maqueira, ambos profesores del Departament d'Economia Aplicada de la UIB.

► Mañana escribe: **Joana Melis**





En la seva tesi doctoral, Ester Blanco té per objectiu analitzar els incentius que tenen les empreses, com a usuàries dels recursos naturals, per emprendre iniciatives sostenibles sense estar-hi obligades



Molts establiments turístics de Balears aposten per la qualitat mediambiental en les seves instal·lacions. A la imatge, cala Major.

# Quan la gestió ambiental esdevé una acció voluntària

Text: M. Ramis

**PALMA** "La gestió ambiental de les empreses dependrà de les tendències del mercat de consumidors". Així de contundent ho assegura Ester Blanco, autora de 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 Ibáñez i Javier Rey-Maqueira Palmer, professors del Departament d'Economia Aplicada de la UIB.

Per dur a terme la tesi, 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. "Per què ho fan?" o "quins incentius tenen?" són algunes de les preguntes que s'ha plantejat Blanco en elaborar el treball.

En cap cas la investigadora ha volgut construir estadístiques, ja

que assegura que ja estan fetes. Però a partir del supòsit que les empreses faran gestió ambiental, tenint en compte que hi ha clients disposats a pagar un preu més elevat a aquelles empreses que en fan, ha elaborat models matemàtics. Aquests models volen esbrinar en quines condicions les empreses faran gestió mediambiental. Tanmateix, Blanco és contundent en assegurar que la gestió ambiental "dependrà de les tendències del mercat de consumidors".

## Etiquetes verdes

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 certificades amb una etiqueta verda.

Els resultats del model mostren que les certificacions ambientals coexisteixen amb les mesures de gestió ambiental no certificades, de manera que no només el dis-



Ester Blanco.

“

**Garantir que una certificació tingui èxit és més complex del que habitualment es considera”**

ESTER BLANCO  
Autora de la tesi

seny 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 n'hi ha poques, no es generarà prou incentius perquè altres empreses s'hi adhereixin, fet que comportaria el col·lapse de l'ecoetiqueta.

Així mateix, perquè la iniciativa tingui èxit, es necessita un nombre mínim d'empreses promotores, que és més gran 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, podria produir efectes contraris als desitjats i, en lloc de promoure l'acció ambiental en el

sector, podria frenar-la.

En qualsevol cas, la investigadora assenyala que l'administració pública, les organitzacions no governamentals i altres entitats que vulguin promoure programes de certificació ambiental haurien de tenir en compte que "no només 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 prou incentius per atreure empreses no garanteix que s'hi adhereixin quan se'n faci la implantació, sosté la tesi.

## Adequació

Tanmateix, Blanco sosté que s'hauria de "reflexionar" sobre el fet que el consumidor "no és una màquina de processar informació infinita". En aquest sentit, la investigadora és partidària de crear certificats "que la massa crítica pugui assimilar", ja que, en cas contrari, "es gasten doblers en alguna cosa que no funcionarà i l'efecte de la qual serà transitori". "Garantir que la certificació tingui èxit a llarg termini és una tasca més complexa del que habitualment es considera", conclou.